

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ

ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ ІМЕНІ Г.С.КОСТЮКА



**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ
ЗАКОНОМІРНОСТІ СТАНОВЛЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ**

Монографія

За редакцією В.В.Москаленко

Київ

Педагогічна думка

2015

УДК 159.923.2- 053.81

*Рекомендовано до друку вченою радою Інституту психології імені Г.С.Костюка
НАПН України (протокол № 7 від 2 липня 2015 р.)*

Рецензенти:

Балл Г.О. – завідувач лабораторії методології і теорії психології Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України, член-кореспондент НАПН України, доктор психологічних наук, професор.

Приходько Ю.О. – професор кафедри психології і педагогіки Інституту педагогіки та психології Національного педагогічного університету ім. М.П.Драгоманова, доктор психологічних наук, професор.

Соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді: монографія / В.В.Москаленко, О.В.Лавренко, Н.М.Дембицька, І.К.Зубіашвілі [та ін.]; за ред. В.В.Москаленко – К.: Педагогічна думка, 2015. – 405 с.

ISBN 978-966-644-412-0

У колективній монографії, підготовленій науковцями лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України, розглядаються соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді у вітчизняному освітянському просторі. Спираючись на досягнення вітчизняної та зарубіжної науки в галузі психології, філософії, культурології, педагогіки, автори розкривають особливості та динаміку становлення економічної культури учнівської та студентської молоді. Значну увагу приділено визначенню особливостей співвідношення «економічності» та «моральності» у системі таких взаємопов'язаних та взаємодіючих економіко-психологічних факторів як обізнаність особистості в соціально-економічній сфері; ціннісно-емоційне ставлення до соціально-економічного простору (довкілля та до людей), настановлення на активні форми економічної діяльності особистості. Проаналізовано особливості типів економічної культури в залежності від віку школярів. Визначено типи монетарної культури старшокласників в залежності від ставлення до грошей. На основі узагальнення отриманих результатів дослідження побудовано структурно-функціональну модель становлення економічної культури молоді, яка може використовуватись в практиці економічного виховання молоді.

Монографія адресована психологам – як науковцям, так і практикам, викладачам вищих навчальних закладів, а також усім іншим фахівцям, які працюють у галузі економічного виховання молоді.

Видано державним коштом. Продаж заборонено.

Номер державної реєстрації НДР 0112U000305

УДК 159.923.2- 053.81

З М І С Т

ВСТУП (В.В.Москаленко).....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ (В.В.Москаленко)	12
1.1.Культурно-діяльнісний принцип як основа методології дослідження економічної культури особистості (В.В.Москаленко).....	12
1.2.Визначення основного категоріального апарату дослідження (В.В.Москаленко).....	18
1.2.1.Особливості визначення категорії «культура» в науковій літературі (В.В.Москаленко)	19
1.2.1.1.Людинотворча функція культури (Москаленко В.В).....	26
1.2.2.Визначення поняття «економічна культура» (Москаленко В.В) ...	32
1.2.3.Визначення поняття « економічна культура особистості» (В.В.Москаленко)	35
1.2.3.1.Еволюція моделей економічної поведінки людини (В.В.Москаленко)	36
1.3.Соціально-психологічні характеристики економічної культури особистості (В.В. Москаленко).....	39
1.3.1.«Економічність» як характеристика економічної культури особистості (В.В. Москаленко)	39
1.3.2.Моральність як характеристика економічної культури особистості (В.В. Москаленко)	42
1.3.3.Суб'єктність як характеристика економічної культури особистості (В.В. Москаленко)	46
1.4.Соціалізація як механізм становлення економічної культури особистості. (В.В.Москаленко).....	54
Висновки до розділу	69
Література до розділу	70
РОЗДІЛ 2. ДЕТЕРМІНАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ ЧИННИКАМИ ОСВІТЯНСЬКОГО ПРОСТОРУ	74
2.1.Особливості освітнянської сфери суспільства як простору становлення економічної культури особистості (В.В.Москаленко).....	74
2.1.1.Особливості нової парадигми освіти (В.В.Москаленко).....	75
2.1.2.Проблеми соціалізації в умовах нового освітнього простору (В.В.Москаленко).....	76
2.1.3.Значення цілеспрямованого виховання в системі нової парадигми освіти (В.В. Москаленко).....	79
2.2.Закономірності становлення економічної культури молоді в умовах шкільної освіти (Н.М.Дембицька).....	81
2.2.1.Концептуальні засади освітнього простору загальноосвітньої	

школи як чинника становлення основ економічної культури особистості школяра (Н.М.Дембицька).....	82
2.2.2.Шкільна освіта як соціалізатор економічної культури школярів (Н.М.Дембицька)	84
2.2.3.Особливості шкільного простору як економічно значимого в уявленнях школярів різного віку (Н.М.Дембицька)	86
2.2.4.Особливості формування економічної культури школярів в процесі засвоєння навчальних предметів (Н.М.Дембицька)	90
2.2.5.Шкільна спільнота як фактор становлення економічної культури особистості (Н.М.Дембицька)	93
2.3.Особливості становлення економічної культури молоді в умовах навчання у вузі (О.В.Лавренко).....	96
2.3.1.Студентська молодь як об'єкт соціально-психологічних досліджень (О.В.Лавренко)	96
2.3.2.Освітній простір вищого навчального закладу як чинник становлення основ економічної культури особистості студента (О.В.Лавренко)	104
2.3.3.Уявлення студентської молоді про «економічно успішну людину» (О.В.Лавренко)	112
2.4.Закономірності становлення економічної культури молоді в умовах навчання в аспірантурі (Л.М.Карамушка).....	116
2.4.1.Значущість для аспірантів економічної культури для розв'язання соціально-економічних проблем (Л.М.Карамушка).....	117
2.4.2.Оцінка аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності (Л.М.Карамушка).....	118
2.4.3.Оцінка аспірантами ролі економічної культури у професійній діяльності (Л.М.Карамушка).....	123
Висновки до розділу.....	131
Література до розділу.....	136
РОЗДІЛ 3. ЧИННИКИ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ	141
3.1.Соціально-психологічні особливості чинників становлення економічної культури особистості (В.В.Москаленко).....	141
3.2.Соціально-економічний простір як чинник становлення економічної культури особистості (В.В.Москаленко).....	146
3.3.Економічні цінності як чинник становлення економічної культури особистості (В.В.Москаленко).....	154
3.4.Система особистої власності як чинник становлення економічної культури школярів (Н.М.Дембицька).....	161
3.5.Особливості монетарних цінностей як детермінантів економічної культури особистості (І.К.Зубіашвілі).....	171
Висновки до розділу.....	196
Література до розділу.....	200

РОЗДІЛ 4. ЗНАЧЕННЯ МОРАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ В СТАНОВЛЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ	
(О.В.Лавренко)	205
4.1.Особливості моральної складової в економічній культурі особистості. (О.В.Лавренко).....	206
4.2.Емпіричне дослідження особливостей моральної орієнтації студентської молоді як складової їх економічної культури (О.В.Лавренко)	218
4.3.Співвідношення економічного і морального в економічній культурі особистості (В.В.Москаленко).....	236
Висновки до розділу.....	240
Література до розділу.....	241
РОЗДІЛ 5. ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНІХ ЧИННИКІВ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ...	244
5.1.Ціннісно-мотиваційна система особистості як детермінант її економічної культури (В.В.Москаленко).....	245
5.1.1.Значення економічних ціннісних репрезентацій в становленні економічної культури особистості (В.В.Москаленко)	246
5.1.2.Мотиваційно-потребова система особистості як чинник її економічної культури (В.В.Москаленко)	249
5.2.Особливості структурних складових економічної культури особистості як внутрішніх детермінантів її становлення (В.В.Москаленко)	253
5.3.Ставлення до особистої власності як чинник економічної культури школярів (Н.М.Дембицька)	262
5.3.1.Аналіз когнітивного компоненту економічної культури школярів (Н.М.Дембицька)	263
5.3.2. Аналіз афективного компоненту економічної культури школярів (Н.М.Дембицька)	285
5.3.3.Аналіз конативного компоненту економічної культури школярів (Н.М.Дембицька)	296
5.3.4.Типи економічної культури школярів залежно від ставлення до особистої власності (Н.М.Дембицька)	298
5.4.Ставлення до грошей як чинник економічної культури старшокласників (І.К.Зубіашвілі)	302
5.4.1.Методичне забезпечення та організація емпіричного дослідження (І.К.Зубіашвілі)	302
5.4.2.Аналіз дослідження когнітивного компоненту ставлення старшокласників до грошей (І.К.Зубіашвілі)	308
5.4.3.Аналіз дослідження конативного компоненту ставлення до грошей старшокласників (І.К.Зубіашвілі)	321

5.4.4. Аналіз дослідження афективного компоненту ставлення старшокласників до грошей (І.К.Зубіашвілі)	324
5.4.5. Визначення типів економічної культури у зв'язку з особливостями ставлення старшокласників до грошей (І.К.Зубіашвілі)	326
Висновки до розділу	338
Література до розділу	340
Розділ 6. Психологічні закономірності економічної культури молоді в гендерному аспекті (Говорун Т.В.)	344
6.1. Економічна культура в гендерному вимірі	345
6.2. Статеві рольові сценарії економічного функціонування	351
6.3. Гендерне обличчя економічної само презентації чоловіків та жінок	358
6.4. Позитивна психологія як протипага економічній деривації	367
Висновки до розділу	371
Післямова (В.В.Москаленко)	376
Додатки	379
Відомості про авторів	404

ВСТУП

Економічна культура особистості являє собою унікальне за складністю та багатством змісту комплексне явище, з внутрішньою структурою та системою взаємозв'язків з соціальними та економічними інституціями та відносинами. Економічна культура як суспільний феномен виконує такі важливі суспільні функції як: трансляційна - передача із минулого у сучасне і майбутнє соціально-економічних цінностей, норм, еталонів поведінки; селекційна - вибраковування морально застарілих економічних цінностей, норм, еталонів поведінки; інноваційна - оновлення економічних цінностей, норм, еталонів поведінки.

Економічна культура у всьому багатстві її виявлень є важливим детермінантом соціалізації особистості. Обов'язковим атрибутом соціалізації у різних підходах є її культурно-історичний контекст, який є як умовою, так і джерелом соціалізації. Інкультурація – це сторона і механізм соціалізації. Теза про єдність соціалізації і культури є провідною у дослідженні економічної культури особистості. Виходячи з цієї тези, економічну культуру особистості потрібно розглядати не тільки як сторону, але й як результат процесу економічної соціалізації. Отже, через пізнання сутності економічної культури викристалізовується уявлення про багатоаспектну соціально-економічну життєдіяльність людини.

Проблема економічної культури особистості є актуальною в зв'язку з тим, що економічні відносини, які передбачають взаємозалежність суб'єктів цих відносин, повинні будуватись на взаємній довірі і взаємній підтримці, з урахуванням інтересів всіх учасників цих відносин, тобто економічні відносини суспільства передбачають наявність економічної культури його членів, обов'язковим атрибутом якої є моральність, гуманність, спрямованість на прогресивну діяльність. Дослідження соціально-психологічних закономірностей становлення економічної культури особистості є актуальним не тільки в соціальному відношенні, але й у науковому, бо в психологічній літературі ця проблема досліджена недостатньо. В цьому відношенні вимальовується декілька теоретико-методологічних проблем.

Перша проблема пов'язана з тим, що соціальні зміни випереджають темп розвитку особистості, і це утруднює традиційне засвоєння соціально-економічного досвіду. Складається ситуація, коли актуальна культура, яка повинна бути засвоєною, суперечить минулому досвіду, а тому частіше не сприймається, що зумовлює конфлікт, кризу.

Друга теоретична проблема, що пов'язана з проблемою становлення економічної культури особистості – це перебудова свідомості без традиційних, тобто культурно зумовлених зразків економічної поведінки. Ринкові цінності не сприймаються традиційною суспільною свідомістю. Особистісне засвоєння ринкових цінностей пов'язано з розв'язанням конфлікту цінностей і уявлень. Основна особливість сучасних соціально -

культурних перетворень в нашому суспільстві є співіснування швидкості і радикалізму суспільних реформ з відсутністю їх єдиного вектору, що в цілому визначається як соціальна нестабільність, яка у соціальному уявленні сприймається і виглядає як абсолютна невизначеність ситуації, і відповідно – неможливість прогнозування своєї життєдіяльності. Особливо значима ця проблема для молоді, у якої відбувається ряд соціальних виборів. Тому потрібні нові моделі економічної поведінки без опори на загальноприйняті стандарти, конструювання персональної системи цінностей і ідентифікаційних структур. В цілому акцент переміщується на активність особистості в ході економічної соціалізації, на її креативність, що дозволили б перетворювати ситуацію, не оглядаючись на міжособистісні зв'язки, які склались. На відміну від адаптації в умовах еволюційної траєкторії розвитку, коли спочатку змінюються когнітивні структури, в умовах невизначеного соціального середовища суб'єкт змушений змінювати свої стандарти поведінки, зберігаючи на якийсь час незмінною структуру свідомості (цінності, установки). В цій ситуації підвищується значення цілеспрямованого впливу на особистість з метою формування у неї економічної культури, яка передбачає суб'єктність, що найбільше виявляється у такій властивості особистості як підприємливості.

Третя теоретична проблема – це різні наукові погляди на психічну регуляцію економічної активності. З одного боку, це прагнення економічного суб'єкта оптимізувати власну вигоду, спрямованість на егоїстичні інтереси, конкурентну боротьбу, що відповідає «ринковому характерові» (Фромм). З іншої сторони, це відповідати етичним нормам як загальнолюдським тенденціям.

Монографічне дослідження ставить за мету в деякій мірі зменшити існуючу прогалину у вивченні цього складного соціально-психологічного феномену.

В українській психології економічна культура особистості в соціально-психологічному аспекті досліджується вперше. Аналогів таких досліджень немає. Виходячи з розуміння економічної соціалізації як процесу інтеріоризації особистістю економічних цінностей суспільства, автори пов'язують сутність економічної культури особистості з тим аспектом системи економічних цінностей суспільства, в якому репрезентовано культурний смисл соціально-історичного досвіду людства. Саме в цьому вбачається соціально-психологічний ракурс дослідження економічної культури особистості, а також його інноваційність.

Основна мета, яка поставлена авторами дослідження, розкривається в монографії через розглядання трьох сторін економічної соціалізації: когнітивної, афективної і конативної. Такий традиційний підхід до розглядання психологічних феноменів, зокрема, економічної соціалізації та економічної культури як результату цього процесу, дозволив авторам проаналізувати чинники та механізми становлення економічної культури

особистості з тим ступенем повноти, який дав можливість авторам створити теоретичну структурно - функціональну модель економічної культури особистості, яку було покладено в основу емпіричного дослідження економічної культури молоді в умовах шкільної та вузівської освіти.

Монографія складається з п'яти розділів, в яких автори, керуючись розробленою загальною концепцією дослідження, аналізують закономірності становлення економічної культури молоді під різним кутом.

У першому розділі «Теоретико-методологічні засади дослідження економічної культури особистості (автор В.В.Москаленко), представлено загальну концепцію дослідження, яка включає визначення основного категоріального апарату дослідження, аналіз основних соціально-психологічних характеристик економічної культури особистості (економічність, моральність, суб'єктність), а також розглядається механізм становлення економічної культури особистості, яким визначено економічну соціалізацію.

Другий розділ «Детермінація економічної культури молоді чинниками освітянського простору» (автори: В.В.Москаленко, Н.М.Дембицька, О.В.Лавренко, Л.М.Карамушка) присвячено аналізу економічної культури не тільки як явищу соціально-психологічному, але й педагогічному. Авторами викладено ідею, що основою нової сучасної парадигми освіти є система багатовимірної соціалізації, яка включає процес економічної соціалізації (економічна культура особистості є результатом економічної соціалізації), яка передбачає модель педагогічної діяльності, спрямованої на мотивування у особистості в процесі навчання особистісних якостей, головними з яких є психологічна і організаційна готовність до орієнтації на власні сили у виконанні життєвих задач, високий рівень мотивації до досягнення життєвого успіху, здатність до накопичення, відновлення і раціонального використання життєвої енергії, здатність до включення в економічні відносини, які передбачають взаємозалежність суб'єктів цих відносин і будуються на взаємній довірі і взаємній підтримці, з урахуванням інтересів всіх учасників цих відносин.

У третьому розділі «Значення моральних цінностей в становленні економічної культури молоді» (автори О.В.Лавренко, В.В.Москаленко) аналізується «моральність» як характеристика економічної культури особистості. Автори доводять, що у феномені економічної культури особистості «моральне» є тотожним «культурному», бо статусу всезагальності в культурі набуває лише позитивний попередній досвід людства. Вони показують, що в сучасних умовах проблема співвідношення економічного і морального в економічній культурі особистості повинна аналізуватись, в першу чергу, як проблема виникнення «внутрішнього морального конфлікту» суб'єкта економічної діяльності в умовах ринкової економіки українського суспільства.

Четвертий розділ « Особливості чинників становлення економічної культури особистості» (автори: В.В.Москаленко, Н.М.Дембицька, І.К.Зубіашвілі) присвячено аналізу чинників становлення економічної культури особистості. Виділено і проаналізовано такі зовнішні чинники становлення економічної культури особистості як економічні цінності та соціально-економічний простір особистості. У дослідженні економічних цінностей авторами виділено два рівні їх детерміністських функцій відносно економічної культури особистості: зовнішній і внутрішній. На зовнішньому рівні вони функціонують як надіндивідні норми-цінності, на внутрішньому - як ціннісні репрезентації особистості. Звертається увага на те, що в сучасних умовах спостерігаються тенденції швидкого і радикального руйнування позитивних цінностей на користь негативних. Втрата орієнтирів відносно ієрархії цінностей часто породжує моральну всездозволеність в сфері економічної діяльності. В кризові періоди змінюється структура цінностей: зростає значимість прагматичних цінностей (ефективність у справах) та знижується значимість етичних цінностей. Авторами виокремлено чотири типи економічної культури особистості в залежності від стратегії економічної поведінки, якої вимагає певний соціально-економічний простір. Описано психологічні портрети особистостей, які належать до цих типів економічної культури.

У п'ятому розділі монографії (автори: В.В.Москаленко, Н.М.Дембицька, І.К.Зубіашвілі) проаналізовано внутрішні чинники становлення економічної культури молоді. Внутрішні чинники, які відображають внутрішню сутність і визначають джерело розвитку феномену економічної культури особистості, аналізувались за допомогою побудованої авторами на основі визначення трьох складових (когнітивного, афективного та конативного компонентів) структурно-функціональної моделі.

У розділі представлено дані емпіричного дослідження, яке було спрямовано на визначення особливостей співвідношення «економічності» та «моральності» у системі таких взаємопов'язаних та взаємодіючих економіко-психологічних факторів як обізнаність особистості в соціально-економічній сфері; ціннісно-емоційне ставлення до соціально-економічного простору (довкілля та до людей), настановлення на активні форми економічної діяльності. Представлено також дані емпіричного дослідження особливостей ставлення школярів різного віку до особистої власності та визначено його взаємозв'язок з рівнем економічної культури, на основі чого виявлено особливості типів економічної культури школярів. Визначено також типи монетарної культури старшокласників в залежності від домінування структурного компоненту відношення старшокласників до грошей.

В емпіричному дослідженні моральності як складової економічної культури здійснено моніторинг співвідношення «моральності» та «економічності» в економіко-психологічних характеристиках студентської

молоді, визначено залежність моральності від внутрішніх (конфігурації структурних складових) та зовнішніх чинників (особистісні характеристики, соціально-демографічні, тощо) економічної культури студентів.

Отже, на розгляд читача пропонується робота, присвячена як теоретичним, так і практичним проблемам соціалізації майбутнього спеціаліста, у якого сформована економічна культура, що відповідає прогресивним реформам в економічній сфері. Особистість з високою економічною культурою постає однією із важливих постатей майбутнього суспільства, його прогресивного розвитку та демократичних перетворень.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ

Розділ присвячено розробці загальної теоретико-методологічної концепції дослідження соціально-психологічних закономірностей становлення економічної культури особистості. Він включає такі питання: аналіз особливостей категоріального апарату дослідження; характеристику основних соціально-психологічних ознак економічної культури особистості; визначення і аналіз зовнішніх та внутрішніх чинників становлення економічної культури особистості; обґрунтування структурно-функціональної моделі соціально-психологічних закономірностей економічної культури особистості.

1.1. Культурно-діяльнісний принцип як основа методології дослідження економічної культури особистості

У різних підходах до аналізу психології особистості ми стикаємося з тим, що питання, які характерні для них, судження та висновки формулюються в системі категорій культури. І це не випадково, оскільки саме культура є тим феноменом, який уособлює соціальний характер життя людей. Традиції розглядання реальності в будь-якому виявленні з позицій культури було закладено німецькою класичною філософією. Перші кроки такого розуміння реальності зробив Е. Кант, а Фіхте вперше вивів діяльність в ранг визначальної основи культури, розглядаючи суб'єкт ("Я") як чисту самодіяльність, як вільну активність, яка створює світ (не - Я).

Наприкінці 19 ст. розробка культурно-діялісного принципу продовжується в філософських напрямках, в яких робиться акцент на міжособистісних (загальнолюдських) компонентах культури, які виступають як регулятиви діяльності та її спрямованості (баденська школа неокантианства з її вченням про цінності, Кассіер та його концепція знакових структур). В концепціях діяльності і культури виявляється той аспект аналізу проблеми соціалізації, в якому об'єктивні і суб'єктивні умови формування особистості предстають, по-перше, комплексно, а, по-друге, як ті форми включення індивідів в діялісне освоєння культури, які формують соціальні якості людини. Аналіз культури в зв'язку з діялістю людини отримав широкого визнання. Автори концепцій культури, намагаючись теоретично осмислити властивий культурі активний процесуальний характер, звертають увагу на людську діялість як важливий фактор виникнення і розвитку культури і тим самим включають людину в предметну галузь вивчення культури.

Особливістю досліджень психології особистості в рамках культурно - діялісного підходу є те, що різні наукові дисципліни, які займаються цим питанням, не дивлячись на відмінність задач, які ними вирішуються,

виявляються сумісними в тому плані, що в центрі їх уваги виявляється одна й та ж сама проблема – це діяльність людини зі засвоєння культури.

Задача досліджень універсальних характеристик особистості в рамках культурно-історичної методології була поставлена ще на початку становлення наукової (експериментальної) психології. Ця задача вирішувалась на шляху пошуків методів дослідження, які б включали культуру суспільства. В зв'язку з цим слід зазначити, що засновник експериментальної психології В. Вундт підкреслював, що психологія складається з двох частин, кожна з яких співвідноситься з різними рівнями людської свідомості і підпорядковується своїм власним законам та використовує свої власні методи. При цьому В. Вундт вважав дуже важливим у психологічних дослідженнях вирішення задачі проникнення культури в психологічні процеси. З точки зору В. Вундта експериментальному дослідженню піддаються елементарні психічні функції людини (дані чуттєвого досвіду і конкретних простих реакцій). Вищі психічні функції, що виникають в результаті злиття і примноження елементарних функцій, і простираються за межі індивідуальної свідомості (їх В. Вундт назвав *Völkerpsychologie*), не можуть бути досліджені лабораторними методами. Дослідження цих функцій потребує застосування методології, яка охоплює історичний розвиток, і враховує роль суспільного життя у породженні специфічних людських форм свідомості. Останнє означає, що психологія особистості є генетичною психологією у повному розумінні цього слова.

Всупереч ідеї В. Вундта про психологію, що включає культуру і психічні функції в предмет свого дослідження, розвиток психологічних знань в ХХ ст. йшов у двох напрямках. З одного боку, психологи широко стали застосовувати експериментальний метод як критерій науковості дисципліни. Експериментальний метод, доповнений психометричними тестами і стандартизованими опитувальниками, став використовуватись для вивчення всіх психологічних функцій. З другого боку, в дослідженнях людських форм свідомості було абсолютизовано примат суспільного життя (Е. Дюркгейм, Л. Леві-Брюль). Проте, ці дві лінії історії розвитку психології є логікою досліджень людських форм свідомості, особливістю яких є те, що вони опосередковані загальними культурними символами. Про це вже наголошує Ж. Піаже на початку своєї діяльності, коли він говорить про те, яким чином організація відносин між поколіннями в примітивних культурах може стимулювати розвиток самостійного морального судження. Було поставлено питання про специфічність методів дослідження психічних феноменів, які створюються суспільним характером людського життя і передбачають взаємодію багатьох індивідуальних свідомостей.

Результати пошуків специфічних методів дослідження культурних факторів розвитку особистості найбільш виявились в кросс-культурних дослідженнях, в яких культура стала спеціальною темою дослідження

(М.Мід, М.Сегалл, Д.Беррі, П.Дасен, А.Портінга та ін.). Проте в цих дослідженнях культурі надається статус незалежної змінної. Більшість кросс-культурних досліджень в середині ХХ ст. було здійснено в рамках біхевіоризму. Згідно з останнім, різний культурний досвід орієнтує людей, які належать до різних культур, на різні стимули. Люди, відповідно, освоюють різні типи реакцій. Загальна сукупність такої засвоєної поведінки в даний час і в даному місці слугує в якості робочого визначення культури в цих дослідженнях. Оскільки ці дослідження виконувались в етнографічному ключі, то в них використовувались головним чином методи етнології.

Роль кросс-культурних досліджень в розвитку психології особистості полягає в тім, що вони з усією гостротою ще раз наголосили на: по-перше, необхідності дослідження особистісних характеристик людини в єдності з історичними системами форм культури суспільства, а, по-друге, на потребі специфічних методик для дослідження вищих психічних функцій людини, що опосередковуються суспільною взаємодією індивідів в певному культурному середовищі. Застосування методів етнографії, фольклористики, лінгвістики в кросс-культурних дослідженнях показало їх ефективність на шляху пошуків специфічних методик дослідження культури особистості. Проте і досі проблема спеціальних методик дослідження культури залишається не розв'язаною.

Найбільше в цьому плані зроблено вітчизняною культурно-історичною школою, в рамках якої було застосовано експериментально-генетичний метод дослідження вищих психічних функцій (свідомості). З точки зору цього методу необхідно досліджувати кожен форму культурної поведінки як історичну форму, тобто як процес складної зміни самого типу розвитку. Розвиток – це процес формування особистості, який здійснюється через виникнення на кожному етапі нових якостей, специфічних для людини і підготовлених всім попереднім ходом історії, але не існуючих у готовому вигляді на більш ранніх етапах розвитку. У людини не має вроджених форм поведінки в середовищі. Її розвиток відбувається через присвоєння форм і способів діяльності, які вироблені історією людства (культурою).

Культура суспільства - це досвід людства, в якому фіксуються результати діяльності людей в узагальненому, сутнісному значенні. Цей досвід об'єктивовано, опрідметнено як у предметно-речових формах, так і в формах соціальних відносин, видах спілкування, способах діяльності. В реальності людина існує в двох сферах: речовому світі і духовному. Речовий світ - це предмети або продукти діяльності людини, в яких об'єктивовано психічні особливості, що визначають ступінь розвинутої самої людини. Духовний світ - це психічні особливості людини, в яких репрезентовано її речовий світ. Речовий і духовний світи людини існують в єдності і суперечності, в результаті розв'язання якої забезпечується рух історії і розвиток людини. Разом ці два світи складають світ людини, або культуру, яка віддзеркалює ступінь розвитку людства і самої людини. Кращі

досягнення людства, що акумульовано в культурі суспільства, передаються від покоління до покоління від однієї людини до іншої людини в процесі соціалізації. Людська діяльність перетворює не тільки оточуючий світ, але й самих її учасників. Іншими словами, в процесі своєї соціальної діяльності люди творять один одного. Цей процес, що безперервно відбувається в суспільному житті, описується поняттям «культура». В результаті засвоєння людиною культури суспільства формується культура особистості, яка є особистісним світом людини, в якому віддзеркалюється ступінь її особистісного розвитку. Ці ідеї знайшли розвиток в роботах Л.С. Виготського, А.Р. Лурії, О.М. Леонтьєва, які розглядали становлення людини, розвиток її особистісних якостей на основі принципів створеної ними культурно-історичної концепції, центральна теза якої полягає в тім, що структура і розвиток психічних процесів людини створюється її предметною діяльністю, яка опосередкована культурою суспільства в її історичному розвитку.

Відкриттям Л.С.Виготського, яке пов'язано з експериментальним дослідженням вищих психічних функцій, є поняття зони найближчого розвитку. Зона найближчого розвитку – логічний наслідок закону становлення вищих психічних функцій, які формуються спочатку в сумісній діяльності, у співпраці з іншими людьми і настільки стають внутрішніми психічними процесами суб'єкта. Л.С. Виготський формулює «загальний закон культурного розвитку» так: «Всяка функція в культурному... розвитку дитини з'являється на сцену двічі, в двох планах, спочатку - соціальному, потім – психологічному; спочатку між людьми, як категорія інтерпсихічна, а потім всередині дитини, як категорія інтрапсихічна. Це стосується однаково довільної уваги, логічної пам'яті, утворення понять, розвитку волі...але, певна річ, перехід ззовні всередину трансформує сам процес, змінює його структуру і функції. За всіма вищими функціями, їх відношеннями генетично стоять соціальні відношення, реальні відношення людей» [12, с.145].

Отже, культурно-історична психологія підкреслює значення двох різних рядів розвитку особистості: одним з цих рядів є, за визначенням Л.С. Виготського, натуральний ряд розвитку, а другим - культурний ряд розвитку. Цей другий ряд розвитку є дуже важливим фактором розвитку особистості.

Закон єдності культурно-історичного і індивідуально-психічного яскраво виявляється в явищі сенситивних періодів розвитку дитини, про яке писав Л.С. Виготський. Мова йде про так звані періоди підвищеної сприйнятливості дитини до зовнішніх впливів, особливо до впливів процесу навчання і виховання, тобто соціально-культурного формування інтелекту і особистості. Природа сенситивних періодів являє собою типове виявлення конвергенції природного і культурного в розвитку дитини, сплетіння органічного і культурно-соціального рядів в її цілісному психічному розвитку. В цьому сплетінні виразно виявляється детермінація індивідуального розвитку соціальними факторами культури суспільства.

Культурно-історична теорія проголошувала невід'ємною і обов'язковою частиною дослідження процесу формування особистості вивчення оточуючої соціальної практики. Відповідно до цього підкреслювалось, що якщо ми хочемо змінити спосіб діяльності людей, нам необхідно впливати на ситуації, в яких ця діяльність здійснюється. Основою такої методології є положення Л.С.Виготського про те, що в розвитку особистості інтерпсихічне (взаємодія між людьми) випереджає інтрапсихічне (внутрішні психічні процеси) і створює умови для нього. Отже, центральна теза культурно-історичної школи полягає в тому, що структура і розвиток психічних процесів людини породжується культурно опосередкованою практичною діяльністю, яка історично змінюється.

Можна виділити наступні основні положення культурно-історичної теорії.

1. Опосередкованість розвитку психіки артефактами

Поняття артефакт перейшло в психологію з антропології, де воно означає матеріальний об'єкт, який виготовляється людиною. Це поняття широко використовується в західній культурно-історичній психології (М. Коул), де воно визначається як продукт історії людства, що включає ідеальне і матеріальне. Як синонім цього поняття у вітчизняній літературі поширеним є “знаряддя праці”. В процесі культурно-історичного розвитку людина створила багато різноманітних знарядь. Всяка психічна функція в своїй генезі має дві форми: вроджену і набуту, або культурну. Перша детермінована біологічно, а друга зумовлена історично і опосередкована артефактами (знаряддями). Отже, вихідна посилка культурно-історичної школи полягає в тому, що психічні процеси людини виникають одночасно з новими формами поведінки, в якій люди змінюють матеріальні об'єкти, використовуючи їх як засіб регулювання своїх взаємодій зі світом та між собою. Спочатку знаряддя виступають як засоби управління поведінкою інших людей і лише потім перетворюються для індивіда в засоби управління самим собою.

2. Історичний розвиток

Людина не тільки виготовляє і використовує знаряддя, але й організує відтворення уже створених раніше знарядь в кожному новому поколінні. Стати культурною істотою і організувати такі умови, щоб і інші ставали культурними істотами – це тісно пов'язані аспекти єдиного процесу, який називається “становленням культури”. Завдяки цієї форми діяльності ми живемо від народження до смерті у світі людей і речей, які створено і передано нам попередньою людською діяльністю. Культура з цієї точки зору є цілісною сукупністю артефактів, що накопичено соціальною спільнотою в ході її історичного розвитку. У своїй сукупності накопичені спільнотою артефакти-культура можуть розглядатися як специфічний для виду *homo sapiens* фактор людської відмінності. Це є “історія в сучасності”. Здатність розвивати її в сучасному середовищі і забезпечувати відтворення в наступних поколіннях складає відмінну рису людського роду.

3. Практична діяльність

Практична діяльність як одне з основних положень культурно-історичної теорії полягає в тому, що розуміння і аналіз психічних функцій людини повинно ґрунтуватись на її повсякденній діяльності. Саме в предметній діяльності люди освоюють ідеальний і матеріальний історично-культурний досвід попередніх поколінь.

З викладених положень культурно-історичної теорії випливає, що історичне накопичення артефактів, а також їх включення в діяльність означає соціальну природу людського буття. Як стверджував у 1929 р. Л. Виготський, формулюючи “загальний закон культурного розвитку”, всі засоби культурної поведінки (артефакти) за своєю сутністю є соціальними. Вони також соціальні за походженням і розвитком.

Культурно-діяльнісна методологія в дослідженні культури особистості зміщує акценти з опису зовнішнього середовища людини та характеристик її духовного світу на визначення системи формотворень людини. Ця система являє собою певну сукупність культурних форм, яку повинен послідовно засвоїти індивід завдяки своїй діяльності протягом свого життя, сформувавши необхідні якості, що дають йому можливість включитись у життя суспільства.

В останні десятиріччя з’являється все більше наукових досліджень, які використовують поняття “культурна психологія”. Цей термін вперше застосував американський психолог Стефан Тулмін. Виказуючи незадоволеність розвитком психології і соціальних наук, аналізуючи труднощі в кросс-культурному підході, він закликав психологів вернутись до ідеї В.Вундта про *Völkerpsychologie*, назву якої він переклав як “культурна психологія”. Основна ідея культурної психології полягає в тому, що не існує ніякого окремого самостійного культурного середовища, незалежного від особистостей. Будь-яка людина отримує свою суб’єктивність і індивідуальне психічне життя здобуваючи і використовуючи смисли і їх можливості в соціокультурному середовищі.

Головними характеристиками культурної психології є наступні. Культурна психологія підкреслює, що будь-яка дія опосередкована контекстом. Вона наголошує на важливості “генетичного метода”, який включає історичний, онтогенетичний та мікрогенетичний рівні аналізу. Культурна психологія підкреслює, що психіка виникає у сумісній опосередкованій діяльності людей і визнає центральну роль інтерпретації. Культурна психологія виходить з того, що індивіди є активними суб’єктами свого розвитку, однак їх дії в конкретному середовищі не зовсім визначаються їх власним вибором. Вона прагне побудувати свій аналіз на подіях повсякденного життя і спирається на методи гуманітарних соціальних а також біологічних дисциплін.

Наукові дослідження в предметному полі культури дають підстави для осмислення проблем психології особистості в системі категорій культури, в

якій культура уособлює діяльнісний соціальний характер життя. Тому надто важливим є аналіз тих рівнів системи форм культури, засвоєння яких необхідно індивіду, щоб здійснювався процес його соціалізації. Оскільки ця система форм культури сприймається людиною неоднаково у різні вікові періоди її життя, то виникає проблема засобів засвоєння культури, характерних для різних вікових періодів, а також проблема формотворчих особливостей самих форм культури на різних етапах життєдіяльності людини.

Отже, культурно-діялісна концепція соціалізації, розглядаючи процес формування особистості у всій його повноті, охоплюючи весь життєвий шлях людини як цілісну систему способів діяльності, завдяки яким відбувається включення індивідів в життя суспільства, виконує методологічну функцію для методик, програм та практичної діяльності виховної роботи з підростаючим поколінням, орієнтує практику на те, що головним у виховному процесі є цілеспрямована організація всього життєвого шляху індивідів, організація форм і засобів їх успішного включення у діялісне оволодіння культурою суспільства.

1.2.Визначення основного категоріального апарату дослідження

Як відомо, категорія – це загальне поняття, яке відображає найбільш суттєві властивості і відношення предметів і явищ світу. Відображаючи загальні властивості й закономірності явищ світу, наукові категорії є мисленими формами осягнення дійсності, способами підведення одиничного, випадкового під загальне, сутнісне. Значення категорій у наукових дослідженнях полягає в тому, що вони є способом засвоєння конкретного, засобом пізнання ще не виявлених і не усвідомлених рис, зв'язків, сторін дійсності. Система наукових категорій виконує функцію основної мережі, крізь призму якої сприймається і трактується об'єкт наукового пізнання. Саме тому наукові категорії є основним інструментом теоретичного дослідження, і саме тому вони повинні бути чітко визначеними.

Категоріальний апарат дослідження феномену економічної культури особистості складається з системи категорій, основними, ядреними з яких є поняття «культура», «економічний», «економічна культура особистості», а також низки периферійних, допоміжних, які так чи інакше, відображаючи множини речей, явищ або дій, які стосуються сфери економічної культури, можуть бути підведеними під основні визначення, в яких розкривається сутність досліджуваного феномену. Значення аналізу понять «економічна культура», «економічна культура особистості» та інших близьких до них категорій полягає в тому, що він кладе початок якісному аналізу людської діяльності з точки зору культурних цінностей, впливу культурних факторів на економічне життя людини, груп, суспільства. Оскільки поняття «економічна культура», є корелятом загального поняття «культура», то є сенс розпочати з аналізу сутності культури взагалі.

1.2.1. Особливості визначення категорії «культура» в науковій літературі

Термін «культура» є широкоживаним як в науці, так і у побуті. В побуті часто використовується його оціночне значення, коли, наприклад, говорять, про культурну людину. В науці оціночне значення не використовується, проте в ній існує багато визначень цього поняття. Найбільш коротким і поширеним є визначення культури як «всього того, що створене людиною, на відміну всього того, що створене природою» (Г.Плеханов) або що «культура - це частина людського оточення, яку створено самими людьми» (М.Херсковиць). В цьому відношенні до культури належить кожен предмет, створений людиною. Отже, культура – це те, що не є «природа».

Сам термін «культура» має багато різних тлумачень. Поняття «культура» у різних дисциплінах і різних контекстах визначається по-різному. Культура досліджується різними науками, кожна з яких досліджує її в своєму аспекті, тому і відрізняються визначення культури у цих науках. Філософи розглядають культуру з точки зору її загальної сутності, як людське творіння в системі «Людина - Світ». Соціологи та культурологи цікавляться передусім духовними продуктами, що створено людьми. Якщо для етнологів глиняний посуд – це такий самий продукт культури, як і симфонія Моцарта, то соціологи схильні розглядати його як продукт господарської діяльності.

В соціологічних визначеннях культури називають такі її складові: ідеї, що передаються з покоління в покоління; пов'язані з ними системи цінностей, які в свою чергу визначають поведінку індивідів і груп, їх способи мислення і сприймання. Етнопсихологи цікавляться в першу чергу способами соціалізації дітей у різних народів. Психологів культура цікавить як фактор впливу на становлення особливостей індивідуально-психологічних характеристик людини. Соціальні психологи, які проводять крос-культурні дослідження, охоплюють більш широке коло явищ, їх цікавить те, як елементи культури відображаються у свідомості людей. Так американський соціальний психолог Г.Триандіс, розглядаючи суб'єктивну культуру, називає характерні для неї способи, завдяки яким її члени пізнають створену ними частину людського оточення: те, як вони категоризують соціальні об'єкти, які зв'язки виділяють між категоріями, а також норми, ролі і цінності, які вони визнають своїми. В такому розумінні культура охоплює всі уявлення, ідеї і вірування, які об'єднують певний народ і здійснюють безпосередній вплив на поведінку і діяльність його членів. Етнопсихологами досліджуються відмінності між культурами. Досліджуються також і культурні універсалії, тобто риси, які властиві всім народам. Наприклад, скрізь на землі існують релігійні обряди, спільна праця, правила етикету тощо, проте, форми їх виявлення відрізняються. Специфічність елементів культури зумовлена різними факторами. В психології досліджують соціально-психологічну причину

різноманітності культур. Французський етнолог К.Леві-Стросс називає цей фактор бажанням відрізнятись від сусідів, розвиваючи оригінальний стиль поведінки. В психологічних поняттях це можна визначити як потребу у ідентифікації з групою собі подібних і одночасно в диференціації від членів інших груп. Особливе місце серед причин різноманітності культур займають об'єктивні умови природного і географічного середовища, у давнині природне середовище зумовлювало спосіб виживання людей: полюючи або займаючись землеробством люди задовольняли свою потребу у харчах, тобто їх зусилля винагороджувались. Дії, які винагороджувались, ставали звичаєм і складали відмінність від інших груп системи цінностей, норм і правил поведінки. Формування такої системи ще більш збільшувало імовірність виживання групи, в результаті її члени відчували задоволеність від належності до неї, а елементи культури приймались всіма, хто міг спілкуватись між собою. Система закріплювалась у свідомості, фіксувалась в предметах, речах, передавалась новим поколінням і регулювала поведінку кожного члена спільноти.

Хоча існує багато визначень культури, і дискусії з питання про сутність культури як суспільного феномену тривають вже довгий час, проте головне, в чому сходяться більшість дослідників теорії культури – це визначення її «людинотворчою» стороною соціально-історичної життєдіяльності людей. Культура, характеризуючи суспільство в цілому, виступає його своєрідним «зрізом», який показує, наскільки та чи інша суспільна система, або окрема сфера суспільства чи суспільна спільнота сприяє (або перешкоджає) розвитку особистості.

Культура не є окремою сферою життя суспільства подібно економічній, політичній, релігійній та ін. Культура є концентрованим досвідом попередніх поколінь. Оскільки соціальний досвід не передається у спадщину від батьків до дітей генетично, людство виробило особливий, «надбіологічний» механізм соціального успадкування. Ним і стала культура.

Рух наукового дослідження культури у ХХ столітті йшов від вивчення виключно зовнішньої поведінки через включення опосередкованих змінних у вигляді установок, когнітивних схем до більш глибоких рівнів людської сутності: цінностям, життєвим смислам, ідеалам. Ще на початку 20-го ст. в концепції У. Томаса і С. Знанецького проблема аналізу соціальної установки як відношення до певної культури була ключовою. На їх думку, соціальна установка функціонує одночасно як елемент психологічної структури особистості і як елемент соціальної структури, оскільки її зміст визначається зовнішніми соціальними цінностями. Отже, поведінку людини неможливо зрозуміти без виходу за межі індивіда, в культуру, в надіндивідуальну систему значень. Акцент на тому, що регуляторами соціальних відносин виступають надіндивідуальні, культурні утворення, було посилено в 1970-х рр. в дослідженнях соціальності людини, що пояснювалось впливами таких складових культури як норми спільноти, до якої налягає людина.

Що стосується становлення поняття культура у вітчизняній соціальній психології, то вже у дореволюційний період було поставлено багато проблем (роль мови, емоційні переживання як виявлення відносин тощо), пов'язаних з дослідженням сутності культури. Наприклад, К.Д. Кавелін запропонував метод дослідження духовної сторони людини за продуктами духовної діяльності – пам'ятниками культури, повір'ям, фольклором. Роботу С. Франка «Духовні основи суспільства: Вступ в соціальну філософію» по праву можна назвати методологічною основою дослідження психології культури [49]. СРСР виявилась єдиною країною, в якій версія «другої» психології В. Вундта набула визнання. Роботи Б. Ананьєва, Л. Виготського, А. Лурії, та ін. надали культурній психології В. Вундта фундаментальної основи. На думку М. Коула, який займається продовженням наукових досліджень в цьому напрямку, якщо б їх підхід набув переваги, вся психологія розглядала б культуру поряд з біологією і соціальними взаємодіями як центральний фактор [28]

Л.С. Виготський створив культурно-історичний напрямок в психології, який став фундаментальною основою досліджень культури вітчизняними науковцями протягом всього двадцятого століття. Центральна теза цієї психології полягає в тім, що структура і розвиток психічних процесів людини створюється її предметною діяльністю, яка опосередкована культурою суспільства в її історичному розвитку [12, с.326].

Б.Г. Ананьєв звертає увагу на деякі факти, що підтверджують залежність особистісних особливостей людини від соціально-культурних факторів. Підкреслюючи, що суб'єктивна картина життєвого шляху самосвідомості людини завжди побудована у відповідності з об'єктивними, соціально-історичними подіями, він наводить приклад зі спостереження за змінами перцептивних установок людей, які відбуваються у відповідності зі змінами людини в різних сферах життєдіяльності в ході історичного часу. Б.Г. Ананьєв виявив, що сприйняття людини і соціальних груп людиною (соціальна перцепція) завжди співвіднесені з особливостями історичної епохи і життям народу, вони можуть бути виміряні і за допомогою системи історичного часу. Таке вимірювання розповсюджується на всю сферу індивідуальної свідомості [1].

Розвиток наукового знання в галузі суспільної психології, психологічна теорія діяльності (Л.С. Виготський, О.М. Леонтьєв, С.Л. Рубінштейн та ін), гуманістична тенденція в підході до особистості (О.Г. Дробніцький, В.Є. Чудновський, В.О. Ядов та ін), відображення концепції суб'єкта (К.А. Абульханова-Славська, В.А. Брушлінський, А.Л. Журавльов, Б.Ф. Ломов та ін.) сприяло тому, що у 1980-х роках представники різних теоретичних шкіл соціальної психології підійшли до усвідомлення значимості феномена культури.

Найбільш відомими в цей період було декілька наукових шкіл. Школа А.І. Арнольдова у поясненні сутності і динаміки культури спиралась на структурно-системний підхід. Він вважав, що культурний процес – це процес

упорядкування «культурного середовища» окремими людьми і групами. Автор вибудовує логіку цієї ментальної діяльності від оцінки людьми свого соціального буття через фіксацію ними своїх соціокультурних пріоритетів до формування уявлень про деякі провідні явища культури, що розділяються діяльністю людей. В ході цієї ментальної діяльності люди розподіляють, упорядковують, ранжують і перерозподіляють значення уже існуючих і спочатку створених предметів і уявлень. А.І. Арнольдов підкреслює роль ментальних механізмів культурної динаміки – конкретних механізмів осмислення оточуючої реальності, що використовуються людьми в даних історичних умовах. Механізм смислотворення, за А.І. Арнольдовим, є ключем до інтерпретації культурних фактів. Тим самим підкреслюється принципова роль ментального конструювання людьми сукупності уявлень у розвитку культури [3, с.5-27]

Теорія культури В.С. Біблера спирається на концепцію діалогу М.М. Бахтіна. Згідно з цією концепцією, культура – це особливий соціум, що має свою форму в кожен історичну епоху, - форму, яка може бути сприйнята, інтерпретована, яка може дати відповідь на останні питання буття. Час культури – це її минуле, сучасне і майбутнє. Культура, що нескінченно розвивається у діалозі з минулими культурами, шукаючи у них відповіді на сучасні питання, існує лише в цьому діалозі, тим самим реалізуючи свої нескінченні ресурси [6]

За Бахтіним, тільки в унікальних художніх формах, в трагедіях своєї історичної епохи (Гамлет) індивід однієї епохи може спілкуватись з індивідом інших епох як з особистістю. В.С. Біблер вводить поняття образу, яке має морально-поетичне значення і в якому зосереджено основні ідеї, перипетії життя духа: Едіп, Прометей, Ісус Христос, Гамлет, Дон Кіхот, Іван Карамазов. Атрибутом культури В.С. Біблер вважає також форму розуміння світу, яку він пропонує визначити через категорію «Розум». Він стверджує, що джерело розвитку кожної культури – в діалозі різних форм актуалізації всезагального, тобто різних «Розумів». Отже, за Бахтіним та Біблером, культурно-динамічні процеси полягають у безперервних діалогах ідей, які втілюють історико-поетичні образи минулих культур як певні форми розуміння оточуючого світу.

В концепції Л.Г. Іоніна культура – це суб'єктивна інтерпретація і розуміння індивідами емпіричної реальності, яка репрезентується у свідомості суспільства [24 с.53]

Л.Г. Іонін аналізує об'єктивістські концепції культури, згідно з якими суспільство, його системи і структури завжди в наявності, вони завжди поза і незалежно від ідей, переконань, світоглядів, уявлень індивідів, які складають це суспільство

Крайньою формою об'єктивізму Іонін вважає марксистсько-ленінську соціологію, де культура розглядалась, на його думку, як побічний продукт об'єктивного суспільного розвитку, незалежно від свідомості індивідів. Протилежністю об'єктивістським Іоніним виділяються культурно-аналітичні

концепції культури (Вебер, Зіммель, Дюркгейм), сутністю яких є розуміння культури суспільства як сукупності фактів свідомості. Такий погляд ґрунтується на визначенні специфіки людини як культурного істота, що формує внутрішні смисли, або суб'єктивні інтерпретації, яка тлумачить і розуміє емпіричну реальність дії. Ця суб'єктивна інтерпретація і є головним констатуючим фактором соціального

Популярним у антропології є семіотичний погляд на культуру. Один з найвідоміших представників цього підходу К. Гірц, критикуючи поведінкові підходи до аналізу культури (культура – паттерн поведінкових реакцій), а також «об'єктивістські» теорії (культура як суперорганічна реальність, що має власні рушійні сили), вважає найбільш адекватним у дослідженні культури семіотичний підхід. Він визначає культуру як «всебічну дескрипцію», за допомогою якої описуються всі сторони життя суспільства: його цінності, практики, символи, інститути і взаємовідносини між людьми [16]. Семіотичний підхід в аналізі культури знайшов подальший розвиток в семантичному напрямку соціальної психології. З точки зору семантичного підходу культура – це тексти, які потрібно інтерпретувати, розуміти. Останній розглядається як процес співтворчості суб'єктів. Культурній семантиці властивим є проголошення тотожності розуміння і інтерпретації. З трьох основних семантичних складових культури – породження культурних текстів, функціонування і інтерпретації – соціальна психологія поки безпосередньо займається лише розробкою механізмів процесу інтерпретації культурних текстів (через дослідження дискурса соціальних уявлень, колективної пам'яті). Тим не менш семантичний напрямок відкриває нові горизонти у дослідженні культури.

Слід зазначити, що в соціальній психології поняття культури практично не визначається і, як правило, переноситься з суміжних гуманітарних наук. Проте у дослідженнях людських взаємовідносин підкреслюється, що сутністю культури спільноти є система соціально-психологічних відносин, яка зберігає і розвиває цілісність людської спільноти. Так, І.Р. Сушков підкреслює, що культура завдяки домінуючим в групі цінностям відображає духовний рівень і психологічні особливості спільноти, структуру її соціально-психологічних відносин, і саме цим державна, національна, трудова і інші соціальні системи відрізняються одна від одної [44] Аналогічно визначає культуру М.О. Косолапов. Під культурою спільноти він розуміє систему різних суспільних відносин, в яку включено суб'єкта і яка формує суб'єкта (надсилає йому знання, навички, поняття про норми і цінності), виступає ареною його власної діяльності [27, - с.36]

У більшості концепцій культури обґрунтовується, що проблема культури - це завжди проблема взаємодії людей, зокрема такої взаємодії, у якій люди «творять», формують один одного. В формах культури як певних формах взаємовідносин людина немов бачить саму себе, свої сутнісні сили, які сформувались всім ходом історії. Привласнюючи предмети культури, людина

отримує можливість реалізувати в собі людську сутність. Розвиток культури визначається, насамперед, наступністю, збереженням усіх позитивних цінностей, які знаменують собою безперервність суспільного прогресу. В понятті «культура» фіксується історична своєрідність форм життєдіяльності, як на різних етапах розвитку суспільства, так і в рамках певних епох, спільнот. Окрім того, в понятті «культура» визначаються особливості виявлення цих форм на рівні розвитку окремого індивіда

Дослідження ролі культури у становленні соціальності особистості представлено в науці двома основними напрямками. Пеший - культурологічний – виходить з традицій культурантропології – від відомих робіт Р.Бенедікт, М.Мід, А.Кардінера до сучасних крос-культурних досліджень. Другий напрямок орієнтовано на аналіз особистості як результату певних історичних умов і ставить своєю задачею довести, що сама ідея особистості піддається варіаціям в ході історії. [43, с. 62]. Наше дослідження спирається на результати досліджень другого напрямку. Культуру ми розглядаємо як систему взаємозв'язків людини і світу, що існує як єдність предметно-речового та духовного, в якій віддзеркалюється історичний розвиток соціальності людини. Функція культури полягає у забезпеченні існування і розвитку як окремої людини, так і всього людства. Розвиток культури визначається, насамперед, наступністю, збереженням усіх позитивних цінностей, які знаменують собою безперервність суспільного прогресу. В понятті «культура» фіксується історична своєрідність форм життєдіяльності, як на різних етапах розвитку суспільства, так і в рамках певних епох, спільнот. Культуру можна розуміти як певний соціальний механізм, який відтворює ті чи інші еталони і норми поведінки людей. Культура включає всю сукупність зв'язків індивідів у всіх сферах реальності (економічній, політичній правовій, моральнісній, екологічній, релігійній, естетичній тощо), які є тим культурним середовищем, що визначає стратегії поведінки людини, способи діяльності, задає індивідам як суб'єктам соціальної діяльності їх відношення до світу в цілому. Такий погляд на культуру передбачає розглядати її особливості як характеристику форм, які мають людинотворчий характер, а процес соціалізації особистості - як інтеріоризацію цих форм у внутрішні детермінанти процесу соціалізації, результатом якого є набуття психологічних характеристик, що відображають ступінь розвитку людини як особистості. Загальне визначення культури, яке поділяється більшістю сучасних дослідників, пов'язано зі способом організації і розвитку людської життєдіяльності, який представлено в системі матеріальних та духовних цінностей, соціальних норм і інституцій. Культура є тією особливою соціальною реальністю, яка одночасно виступає і чимось зовнішнім для людини, і чимось, що становить зміст її свідомості й діяльності. Іншими словами, культура є водночас і об'єктивною, і суб'єктивною реальністю. Це й особистісна, внутрішня характеристика, і зовнішньонормативна, інституціональна складова людського

життя. Культурне середовище формується на основі комплексу соціально-економічних, природних, ідеологічних чинників, вірувань, традицій, що діють в даний історичний час в межах даного історичного простору. Цей соціально-історичний простір є культурно-історичним середовищем, в якому відбувається формування і розвиток особистості.

Геніальна думка Гегеля про те, що завдяки культурі індивідові не потрібно долати весь шлях болісних шукань, які пройшли попередні покоління, стала вже афоризмом. Культура, акумулюючи історично вироблені всезагальні способи людської діяльності, об'єктивуючи досвід людства у його узагальненій формі, виступаючи як сукупність певних зразків діяльності і існуючи у формі надіндивідуально приписаних вимог до індивідів, у своїй сукупності являє ту соціально-генетичну програму діяльності індивідів, яка є обов'язковою умовою розвитку як всього суспільства, так і окремих індивідів. [14] В цьому сенсі культура за своєю сутністю є системою формотворень людини (Гегель). В культурі сконцентровано досвід попередніх поколінь. Оскільки в ній представлено найбільш раціональні і ефективні способи діяльності, то це дає можливість кожному індивідові через культуру, скориставшись найкращими зразками соціального досвіду для організації свого життя, не починати з самого початку. Відтворення, повторюваність діяльності, її фіксованість і масовість певної моделі поступово набуває характеру норм, які, засвоюючись особистістю, стають внутрішніми регуляторами її поведінки. Проблема культури – це завжди проблема взаємодії людей, в якій створюється особистість і людський світ.

Виходячи з цих міркувань, ми визначаємо культуру як певну сторону суспільства, яка імпліцитно несе в собі конкретно-історичну форму реалізації системи відносин «Людина – Світ». Ця система відносин існує в двох виявленнях: речовому і духовному. Речовий світ – це предмети або продукти діяльності людини, в яких об'єктивовано психічні особливості, що визначають ступінь розвитку самої людини. Духовний світ – це психічні особливості людини, в яких репрезентовано її речовий світ. Разом ці два світи складають Світ Людини, або культуру, яка віддзеркалює ступінь розвитку людства. Речовий і духовний світи людини існують в єдності і суперечності, в результаті розв'язання якої забезпечується рух історії і розвиток людини. Оскільки система «Людина – Світ» є рухливою, мінливою, то її зміст постійно змінюється в часі. Так відбувається історія людства, яка рухається завдяки механізму інкультурації, тобто передачі із покоління до покоління соціально-культурного досвіду. Слід зауважити, що культура, здійснюючи вплив на людину, визначає поведінку, яку А.Г.Асмолов називає соціотипічною поведінкою людини. Це та поведінка, яка виражаючи типові програми даної культури, регулює поведінку людини в стандартних для даної спільноти ситуаціях. [4, с.21,271-272].

Згідно з підходом української школи філософії культури (В.Андрущенко, Л.Губерський, В.Іванов, М.Михальченко, В.Шинкарук, О.Яценко та ін.), культура постає в узагальнених характеристиках як форма, результат, спосіб зв'язку людини з дійсністю, утвердження людини як прояв і утвердження сутнісних сил людства[18, с.16; 23; 54] Культура – це специфічний спосіб діяльності людини, який включає в себе спосіб регуляції, збереження, відтворення і розвитку суспільства. Виражаючи форму існування людської практики, спосіб зв'язку людей в процесі сумісної діяльності, культура причетна до всіх рівнів виявлення соціальності. Вона може розглядатися крупним планом, у відповідності зі сутністю історичного процесу, в якості загального його визначення. Вона може розглядатись також з боку характеристик особистості, які визначають її здатності як суб'єкта історії, сумісної діяльності, спільного виробництва. Оскільки людина не може бути зрозумілою без співвідношення з її роллю у суспільній життєдіяльності, з суспільними відносинами, з колективними діями, то зрозуміло, що категорія “культура” має найважливіше значення для розкриття сутності процесу соціалізації людини. Саме в цьому ми вбачаємо психологічний аспект дослідження культури і в цьому аспекті ми визначаємо культуру як формотворення (форма, яка створює) людини.

1.2.1.1. Людинотворча функція культури зумовлена наступними її характеристиками: по-перше, її символічною формою; по-друге, всезагальністю (втілює всезагальні способи людської діяльності); по-третє, втіленням досвіду людства як концентрації історично відображеного у відповідності з інтересами спільноти, об'єктивного предметно-речового і духовного світу людей; по-четверте, моральною спрямованістю (за своїм призначенням об'єктивно втілює можливість прогресивної діяльності). Завдяки цим характеристикам культура виступає як сукупність певних зразків і вимог до індивідів, які у своїй сукупності складають ту надіндивідуально приписану соціально-генетичну програму діяльності людини, засвоєння якої є обов'язковою умовою розвитку як всього суспільства, так і окремих індивідів. В цьому виявляється соціалізуюча функція культури. З цієї точки зору культура – це система «формотворень людини».

Традиції такого розуміння культури мають джерела у філософії Гегеля. Культура в філософії Гегеля саме завдяки її формально загальному характерові, оскільки її субстанціональною основою є родова сутність людини, прикріплюючи людину до особливого змісту його життя і діяльності у суспільстві, одночасно зв'язує її з загальним, піднімає її до усвідомлення своєї причетності і належності до цілого (роду людини). Він писав, що дійсна ціль «світового розуму» по відношенню до членів громадянського суспільства полягає у процесі підняття їх одиничності і придатності... до формальної всезагальності знання і воління, у процесі перетворення суб'єктивності, взятої в її особливості, в культурну суб'єктивність. Саме тому, що культура підіймає

діяльність людини до всезагального, перемагаючи суб'єктивність, вона здатна надати цій діяльності оригінальність, характер творчості. Гегель вважав, що культурна людина - це людина, яка стоїть на рівні загальних знань своєї епохи. «Під словом «культурні люди», - відмічав він, - можна найкращим чином розуміти таких людей, які здатні зробити те, що роблять інші». Вміння робити те, що роблять інші, - це є на думку Гегеля, підняття індивіда до «загального» [15 с.214-215]

Античні мислителі, звертаючи увагу на зв'язок культури з діяльністю людини, також розглядали культуру як підняття діяльності людини до всезагальних навичок, умінь, знань. Цей процес вони вважали оволодінням культурою, піднесенням особистості до всезагального соціального досвіду.

Беручи за основу розуміння культури у такому ракурсі, ми розглядаємо культуру як систему формотворень (форма, яка творить) людини, яка забезпечує в певну епоху (ця система формотворень визначається конкретно-історичними умовами) становлення особистості цієї епохи. Якщо, наприклад, ми говоримо про трипольську культуру або культуру гальки (олдовайська, дошелльська), то розглядаючи результати перетворення людиною різних речей природи (каміння, гальки) у засоби її виробництва, оцінюємо їх, з одного боку, як предмети, які створила людина для задоволення своїх потреб, а з іншого - як її досягнення, що характеризують рівень розвитку її особистісних властивостей. З цієї другої сторони засоби виробництва, які розглядаються з точки зору розвитку людських здібностей, будуть визначатись як предмети культури.

В філософській літературі 70-х рр. відбувалась дискусія з приводу взаємозв'язку культури, діяльності і суспільних відносин, в якій визначилось два підходи. Перший підхід включав в культуру суспільні відносини (Е.С.Маркарян, Є Режабек та ін.), а другий – виводив суспільні відносини за межі культури, вважаючи їх детермінантом культури (О.І.Джіоєв, М.І.Злобін, В.Є.Давидович, Ю.О.Жданов та ін.). Ми вважаємо, що дискусії про те, що входить в культуру, а що не входить, пов'язані з визначенням культури як одного з елементів суспільної системи. Якщо ж розуміти культуру як людинотворчу сторону суспільства, то питання про те, чи входять суспільні відносини в культуру, знімається, бо з самого визначення культури випливає, що суспільні відносини в одному ракурсі – це сторона суспільства, а в іншому – в плані їх людинотворчої функції – це культура. Наприклад, розподіл праці є, з одного боку, процесом розвитку виробництва, з іншого – в плані впливу на розвиток особистості – він є культурою. Суспільні відносини - це не просто те, що виробляється поряд з матеріально-речовими формами культури, це й не тільки те, що опосередковує діяльність індивідів по засвоєнню соціального досвіду, а й те, що втілює суспільні відносини людини до людини. « Будь-яка річ, - писав А.В.Лосєв, - яка розповсюджена в суспільстві... завжди є згустком людських відношень, хоча сама по собі, в абстрактному смисі, вона є субстанцією, незалежною від людини...Словом, немає такої речі, яка не була

б згустком людських відносин, тобто, іншими словами, тим або іншим символом цих відношень» [31, с. 193]

Всезагальні форми культури реалізуються як всезагальності лише у суспільній взаємодії людей. Тому форми культури окрім утилітарно-функціональних властивостей, які пов'язані з певним практичним призначенням предмета, мають також інші властивості, які визначаються певними умовами, що забезпечують саму можливість подібного практичного застосування предмета. «Речова форма предмета культури являє собою свого роду «знак» соціального значення цього предмету як в тому плані, що тут акумульовано досвід «інструментального» використання предмета, так і в тому, що останній є показником відношень, в яких здійснюється таке використання [19, с.13]. Як пише В.Г.Табачковський, «всезагальність є такою здатністю людської діяльності до «будь-якої визначеності», змістом якої є те, що суспільні відносини є визначальний для кожного рівня практичного засвоєння світу спосіб діяльності, який є всезагальним принципом формування речей людиною і формування самої людини [19, с.45]. Основою для розуміння специфіки системи форм культури, які формують людину, є принцип зв'язку культури з предметно-перетворюючою діяльністю людини як визначальною її характеристикою і засобом існування. Згідно з цим принципом людська діяльність створює не тільки корисні для людини речі, але разом з тим - свій суспільний зв'язок, свої суспільні відносини, самих себе як суспільних індивідів, тобто ту саму «надбавку», яка і є той загальноісторичний результат діяльності людей, без чого неможлива людська історія. Предмет людської діяльності втілює в собі суспільний зміст, отримує немов «людську форму», в якій одна людина існує для іншої, суспільство для людини, а сама людина - як суспільна істота. І лише тому, що предмет людської діяльності має «людську форму» і стає надбанням інших людей, набуває характеру універсального зв'язку між людьми, він стає предметом культури. Якщо ідея, навіть дуже нова, творча і корисна для суспільства, є надбанням лише однієї людини і невідома іншим, вона не може розглядатись як цінність культури. Такою вона стає лише тоді, коли вона опредметнена, об'єктивована в певній знаковій системі і стає надбанням інших людей, приймає участь в їх соціалізації, формуванні особистості.

Наприклад, автоматичний пристрій, як результат винахідництва генія, у стародавньому Римі не був предметом культури, бо був забавою для декількох осіб, в той час як в наш час це предмет культури, що акумулює суспільно розвинуту форму діяльності в системі суспільних відносин. Отже, в формах культури відображений суспільний зв'язок людей, який створюється в процесі життєдіяльності. А тому форми культури, що формують людину, - це є всезагальності, бо в них втілена загальна діяльність і взаємодія людей і вони є способом розвитку всіх. Всезагальність виступає як якісна характеристика суспільної діяльності, що фіксує її здатність створювати суспільний зв'язок через конкретний предмет діяльності. Діяльність людини, втілюючись в

результатах (предметах) цієї діяльності, стає надбанням інших людей, всього суспільства, набуває характеру універсального соціального зв'язку між людьми, піднімаючись тим самим до рівня всезагальної діяльності.

Отже, властивістю всезагальних формотворень культури є предметність. Як вже нами відмічалось, предметність не є речовиною. Предметність – це спосіб і форма організації діяльності. Бути предметом означає перебувати перед діяльністю активністю як її умова. Предметність створюється діяльністю і існує лише в ній. З іншого боку, діяльність реалізується лише у поєднанні з предметами. Діяльність немов би «згасає» в предметах і існує в них у формі «властивості у спокою», яка активізується лише в процесі наступної діяльності. Тому всі формотворення людської культури не тільки виникають, але й функціонують в людській діяльності. Предмети культури, з одного боку, відображають об'єктивні властивості, які визначаються їх матеріально - фізичним складом, з іншого - вони втілюють в собі потреби і цілі людини. Це означає, що культура – це продукт людської діяльності, який потрібно розглядати в аспекті людського смислу. «Смисл є та міра освоєності реальностей світу, - пише В.П.Іванов, - яка забезпечує їх буття для людини, їх поюсторонність. З боку ж людини як суб'єкта, смисл є той зміст явищ світу, який в рамках відношень світопорядку слугує основою розумної доцільної поведінки і діяльності» [33, с.43]. Смисл предметів культури є об'єктивним в тому сенсі, що він не вноситься в них людиною, але він також і не витягується з них самих. Смисл предметів визначається всім ходом суспільно-історичної життєдіяльності людей. В практичній діяльності людей виробляється образ світу, який засвоюючись індивідами, слугує основне їх відношення до світу. У формах практики буття організується як буття для людини, як людський світ. Межу цього світу визначено мірою і межою практично-духовних можливостей людини зробити оточуючу дійсність людською. Людський світ являє собою соціалізовану предметну дійсність, яка організована в світопорядок, орієнтована на людину. Поза зв'язку зі світопорядком предмети культури втрачають свою специфіку, бо предмети культури – це в першу чергу, система смисложиттєвих реальностей. Ця система смисложиттєвих реальностей, яка утворює певний світопорядок, є результатом практично-духовного перетворення людиною природи. Смисл предмету культури розкривається в проекції на нього всієї системи людського світу. Осягнути смисл предмету – це означає освоїти все багатство його зв'язків в системі «Людина – світ», осягнути його зміст у взаємозв'язку з іншими елементами, які складають цілісність системи культури.

Отже, важливою характеристикою культури як системи формотворень людини є її всезагальність, яка полягає в тім, що завдяки притаманній їй символічній формі вона може накопичувати вироблені людською спільнотою способи людської діяльності, об'єктивуючи досвід людства в його узагальненій формі. Узагальненість в культурних формах досягається шляхом

активного вибіркового виділення свідомістю тих сторін предмета чи явища, які сприймаються і зафіксовані суспільною практикою як значимі.

Засвоєння індивідами форм культури відкриває їм міру багатоманіття властивостей буття, яка зумовлена соціально-історичною практикою людства. Отже, розуміння конкретно-історичного характеру функціонування загальних форм життєдіяльності, акумульованих в предметних формах культури, орієнтує на розуміння того, що форми культури є способом формування і реалізацією людських можливостей в тій мірі, в якій людина оволоділа своєю суб'єктивністю і свободою. Культура, відкриваючи людині в міру її практичної діяльності об'єктивне багатоманіття властивостей природи, в той же час відкриває людині і її власні властивості і здібності. Обмін діяльністю як невід'ємний елемент суспільних відносин в той же час є обміном сутнісними силами людей. Саме тому людська діяльність перетворює не тільки оточуючий світ, але й самих учасників цієї діяльності, в процесі якої люди творять один одного.

Задовольняючи свою потребу в предметі, людина тим самим присвоює втілений в ньому спосіб діяльності, а також суспільно розвинуту форму діяльності, яка є більш широкою, ніж просто спосіб діяльності, бо втілює в собі спектр способів діяльності, що відображає рівень суспільно-історичної практики, і знаходить вираження в різноманітних сторонах предмета, які виходять за межі його споживацьких властивостей. Тому засвоєння індивідом предметних форм культури, що втілюють загальнолюдський зміст, загальні відношення і залежності, є умовою виробництва не тільки речей і ідей, але й самої людини, бо предметне багатство суспільства є не що інше, як предметне втілення здібностей, потреб, відносин багатьох поколінь.

В предметах культури в процесі їх завоювання людина знаходить саму себе, свої сутнісні сили, які сформувались всім ходом попередньої історії. Хоча кожна предметна форма культури є реалізацією однієї з можливостей, однак вона «несе в самій собі» у згорнутому вигляді не тільки реалізовану можливість, але й сукупність нереалізованих, які виражають повну міру досягнутого суспільством матеріального і духовного прогресу. В результаті засвоєння предмету культури людина отримує можливість немов би «повернутись» до всіх інших потенційних можливостей, які з причини різних обставин не змогли реалізуватись. Які саме можливості і скільки їх вдасться реалізувати індивідові, залежить від багатьох обставин.

Культурні форми, акумулюючи історично вироблені всезагальні форми людської діяльності, задають індивідам як суб'єктам діяльності змістовні характеристики відношення людини до світу. Об'єктивуючи досвід людства в його узагальненому виді, культурні форми, засвоюючись індивідами, стають умовою виробництва, тим регламентом, який визначає способи їх трудової діяльності. Існуючи в об'єктивованих надіндивідуально приписаних вимогах до індивідів, культурні форми, виступаючи як сукупність певних зразків, принципів, правил, стандартів, еталонів, канонів, що виконують нормативну

функцію, яка є здатністю моделі діяльності, що втілена у формі культури, певним чином «нав'язуватись» суб'єктам і відтворюватись у напрямку, способах, організації, формах існування і результатах їх діяльності.

Нормативність форм культури зумовлена всезагальним характером діяльності як способу існування культури. Відтворення, повторюваність діяльності, її фіксованість і масовидність певної моделі поступово набуває характеру норм. Вичлиняючи найбільш раціональні і ефективні способи діяльності, культурна форма дозволяє кожному індивідові скористатись найкращими зразками соціального досвіду попередніх поколінь для організації свого життя, не починаючи все спочатку. Нормативність культурних форм виявляється в тому, що у своїй сукупності вони являють собою ту позагенетичну задану програму, втілення якої в діяльність людей гарантує останню від довільності, впорядковує її, робить загальнозначущою, повторювальною, взаємопередбаченою і взаємоконтрольованою. В цьому плані нормативна функція культурних форм є важливим засобом здійснення індивідами їх життєдіяльності. Здійснюючи трансляцію соціального досвіду від покоління до покоління, культурна форма є обов'язковою умовою розвитку як всього суспільства, так і окремих індивідів.

У зв'язку з нормативною функцією культури виникає питання співвідношення нормативності і креативності в культурі. Це питання доцільно перекласти як питання співвідношення стереотипізованості і креативності в культурі. Нормативність можна розглядати як стереотипізацію, яка виявляється у фіксованості, стійкості, повторюваності, масовидності певної моделі діяльності. Стереотипність набуває значення нормативності тоді, коли стереотипи виконують по відношенню до суб'єкта діяльності регулятивну функцію. Хоча стереотипізовані форми діяльності є протилежністю по відношенню до творчої діяльності, тим не менш без стереотипів не може бути й творчості. Всяка інформація може стати надбанням культури, асимілюватись нею, лише вбудовуючись в наявну систему її норм і тим самим стереотипізуючись. Так само всякий стереотип має своїм корінням інновацію, яка мала місце в минулому.

За своєю сутністю культура є вираженням творчої природи людини. Нормативна функція культурних форм полягає не тільки в тому, що нею визначаються ті способи діяльності, зразки поведінки, форми відносин, яких уже досягло людство, а головним чином в тому, що форма культури, маючи в собі у згорнутому вигляді всю міру досягнутого прогресу і вміщуючи таким чином не тільки реалізовану можливість, але й сукупність потенційних, націлює на творчу діяльність. Творчі можливості, які втілює в собі предмет культури, зумовлені тим, що опредметнений результат діяльності, влітаючись в сферу суспільної практики, яка набагато ширше і універсальніше, ніж будь-яка конкретна діяльність, приписує суб'єкту не тільки відтворення способів діяльності, що опредметнені в цьому предметі, але й їх удосконалення. До удосконалення змушують нові цілі, нові потреби,

пошуки варіантів вирішення задач. Особливістю людини є її спрямованість у майбутнє, бо минуле є незмінним. Саме тут виникає проблема вибору, пошуків з чисельності існуючих можливостей, які зумовлені предметом діяльності і попереднім розвитком, такої, яка б найкраще відповідала потребам і цілям людини. І як багато, може навіть, найкращих, нереалізованих можливостей залишається в минулому! Тим не менш втрачені можливості – це не ніщо. Разом з реалізованими вони складають тіло історії, світ того спектру можливостей, який дає початок спрямованості в майбутнє. Як пише В.Г.Табачковський, « така спрямованість пов'язана з тією обставиною, що у людини і у культури завжди є минуле – не просто фіксоване, але осмислене, інтерпретуємо і реінтерпретуємо, минуле, яке не можна змінити, але яке може мати продовження. «Звідки ми, хто ми, куди ми йдемо?» - це не афоризми. А, мабуть, одна з важливіших світоглядних проблем культури, що присутня у будь-якому конкретному акті змістовного засвоєння людиною будь-якого з продуктів попередньої діяльності.»[19 с.36].

Отже, культура взагалі – це те, що створено людиною і є основою її існування. Ми виходимо з того, що в понятті «культура» акцент зроблено на історичності суспільства, на тому, що воно у своєму статичному зрізі є певним конкретно-історичним етапом розвитку людства, на якому «напрацювання» людства представлено у формах, які втілюють узагальнену діяльність людей.

1.2.2 Визначення поняття «економічна культура»

Культура має конкретне виявлення відповідно з особливостями певних сфер суспільства. В залежності від соціальних сфер ми можемо говорити про економічну культуру, політичну культуру, правову культуру, екологічну культуру, професійну культуру тощо. Оскільки феномен економічної культури стосується системи відносин «Людина - економічний світ», то особливості цього феномену визначаються системою економічного простору, в якому здійснюється життєдіяльність людини у всій її культурній цілісності. Саме тому економічна культура містить в собі всі складові загальної культури. Виходячи з цього, *ми розглядаємо економічну культуру як проекцію культури (в її широкому розумінні) на соціально-економічні відносини.* Економічна культура – це соціальний феномен, що детермінується не тільки економічними законами, економічна культура зумовлена не тільки економічною сферою суспільства, сутністю якої є вирішення проблеми ефективного використання (споживання та виробництва) обмежених матеріальних ресурсів, але й всіма іншими суспільними сферами, з якими вона існує в єдності (моральність, релігія, право, політика тощо). На відміну від економічної науки, в якій економічна культура традиційно пояснюється з точки зору матеріальних благ, соціальна психологія розглядає економічну культуру як найбільш всеохоплююче утворення, як спосіб організації, розвитку економічної діяльності, як феномен, що представлений у створених суспільством матеріальних і духовних засобах економічної діяльності і як

такий, що характеризує особливості економічної свідомості, мислення, поведінку, історичну пам'ять, традиції, звички, норми економічної поведінки, тобто, все те, що стосується людського фактору. Економічна культура являє собою унікальне за складністю та багатством змісту комплексне явище, з внутрішньою структурою та системою взаємозв'язків з іншими соціальними та економічними явищами. Через пізнання сутності економічної культури викристалізовується певна уява про багатоаспектну соціально-економічну діяльність людини.

Оскільки **поняття економічної культури** є багатоаспектним, то в літературі є безліч його визначень. Різні визначення поняття «економічна культура» зумовлено передусім тим, що економічна культура є об'єктом міжпредметного аналізу, і різні її визначення залежать від предмету а також аспекту дослідження. Крім того, оскільки поняття «економічна культура» є проекцією загального поняття «культура», то різні його визначення зумовлено також чисельністю визначень загального поняття «культура», яких в літературі нараховується сотні. В деяких роботах, які присвячені «економічній культурі», під цим терміном розуміють культуру корпорацій (Г.Ф. Асонов, О.А. Хуторенко та ін.), культуру мислення, культуру ведення переговорів (М. Піскотин) тощо. Н.А. Тітова і Е.В. Пузирков пишуть, що економічною культурою слід вважати те, як освіта та засвоєна сукупність економічних знань, перетворилась в переконання та сприяє активній трудовій та суспільній діяльності [46]. Т.І. Заславська та Р.В. Ривкіна визначають економічну культуру як сукупність соціальних цінностей та норм, які стають регуляторами економічної поведінки та виконують роль соціальної пам'яті економічного розвитку [22] Економічна культура визначається і як система цінностей та норм, котрі детермінують економічну поведінку та діяльність індивідів, груп, способів їх мислення та сприйняття, і як методи та способи реалізації цих цінностей та норм.

На думку Н.І. Боєнко [7] економічна культура виконує функції, аналогічні функціям загальної культури стосовно лише до «економічного» життя суспільства. Економічні інститути впливають на економічну свідомість і поведінку людей, які, у свою чергу, впливають на функціонування економічних інститутів. Цінності, інтеріоризовані людьми, поряд з потребами й інтересами, розглядаються як елементи свідомості й можуть бути мотивами соціальної, у тому числі економічної, поведінки. Соціальні норми, засвоєні індивідами, лежать в основі їхньої поведінки й діяльності. Тому у дослідженнях феномену економічної культури виділяються сфери економічної свідомості й поведінки. Економічна поведінка, як і свідомість, розглядається одночасно як фактор, елемент і результат економічної культури.

Розрізняють економічну культуру в широкому і вузькому смислі. Економічна культура в широкому розумінні – це опредметнені матеріальні результати праці суб'єктів економічної діяльності. Економічна культура у

вузькому розумінні слова - це сукупність цінностей, норм, стереотипів як особистісного, так й інституціонального характеру, що є регуляторами поведінки суб'єктів економічної діяльності, їхніх стратегій і взаємин у процесі економічної діяльності.

Дослідники виокремлюють кілька рівнів економічної культури, які регулюють економічну поведінку індивіда [55].

Рівень здорового глузду, або сприйняття економічного життя пересічним громадянином, який приймає рішення вибору сфери праці, здійснення купівлі-продажу, ведення домашнього господарства та інвестування коштів тощо. На цьому рівні людина автоматично діє в економічному просторі побутової економіки, керуючись нормами, що регулюють поведінку згідно з побутовою сферою життя.

Другий рівень економічної культури - це рівень економічної культури осіб, які розробляють проблеми економіки (дослідники, спеціалісти з економіки, викладачі). Економічна культура, що регулює економічну діяльність індивідів на цьому рівні, може бути визначена як економічна культура теоретичного рівня.

Можна визначити також рівень економічної культури осіб - керівників у сфері господарювання. Звісно, що економічна культура осіб цього рівня в різні історичні часи була різною. Ринковій економіці, яка будується на принципах лібералізму і демократії, суперечить культура суб'єктів господарювання, притаманна радянській економіці, для якої характерним було прийняття рішень обмеженим колом осіб на основі спеціальної (інколи й кулуарної) інформації. У тому ракурсі, що задається темою нашого дослідження, ми розглядаємо економічну культуру з точки зору форм соціально-психологічних відносин, що розвивають людину і формують її особистість.

Спираючись на наше визначення загального поняття «культура», ми пов'язуємо зміст поняття «економічна культура» зі способом регуляції, збереження, відтворення і розвитку всього людського життя індивідуального і соціального.

В економічній культурі існують всі елементи культури в широкому розумінні, але також існують свої особливості, які відрізняють економічну культуру від культури, як особливе відрізняється від загального.

Економічна культура охоплює ті і тільки ті цінності, норми і потреби, які виникли із нужд економіки. Це ті соціальні норми, які, виникаючи за межами економіки та набуваючи всередині неї спеціального значення у відповідності з її потребами, стають економічними цінностями, які по відношенню до людини можуть виконувати функцію екзопсихічної системи в процесі її економічної соціалізації. В цьому відношенні актуальною стає проблема дослідження економічних цінностей як базової основи функціонування і розвитку всіх рівнів економічної культури сучасного суспільства. Важливим є аналіз співвідношення загальнолюдських і суто

економічних цінностей в системі як економічної культури особистості, так і економічної культури певної спільноти. Існування світу цінностей людини передбачено принципово новим способом організації життя, а саме: його існування призначено для збереження і розвитку соціальної єдності і, відповідно, елементів цієї єдності. Тому в культурі ціннісна сторона є її ядром. Систему цінностей суспільства свідомість особистості репрезентує через культуру.

1.2.3. Визначення поняття «економічна культура особистості»

В понятті «**економічна культура особистості**» відображається економічна культура на рівні окремого індивіда. В ньому розкривається певне місце людини в економічній сфері суспільства, яке детермінується, перш за все, її соціальними якостями, що забезпечують їй це місце. На цьому рівні культура конкретизується як економіко-психологічні властивості індивіда, що забезпечують йому певний статус в економічній сфері суспільства, визначають спосіб та рівень його економічної діяльності.

Слід підкреслити, що загальнолюдські властивості, які визначають соціальність людини, в економічній культурі особистості представлені специфічно, тобто як *економіко-психологічні властивості* індивіда. В літературі йдеться про такі специфічно економічні властивості особистості як економічна спрямованість, ставлення до власності, «економічне Я», а також економічна ідентичність особистості.

В соціально-психологічному ракурсі питання економічної культури особистості почали розглядатись на початку ХХ століття. Це було пов'язано, перш за все, зі зростанням психологічного фактору в економічній діяльності людини. В зарубіжній науці такі дослідження проводились спочатку переважно в межах економічної психології (А.Маршалл, Г.Мюнстенберг, Г.Тард, Г.Ріккерт, М.Вебер, Е.Дюркгейм, В.Зомбард, Дж.Катона, Р.Рюттенгер, Р.Пайс, П.Монсон, М.Кастельє) та соціології (Т.Парсонс, П.Сорокін, Ф.Тейлор, Е.Мейо). У вітчизняній науці радянського періоду дослідження економічної культури особистості найбільше здійснювалися з позицій економічної соціології (Т.Заславська, Р.Ривкіна). У працях цього напрямку у 1980-х роках було акцентовано увагу на цінностях (В.Ядов, О.І.Здравомислов, В.Бранський, М.Каган, В.Магун), що дало можливість в дослідженнях економічної культури особистості відійти від жорстких детерміністських концепцій поведінки людини до розуміння «внутрішніх» властивостей особистості як факторів становлення економічної культури. Спираючись на існуючі теоретичні джерела з вивчення економічної культури особистості, ми визначаємо зміст цього феномену як характеристику способу та рівня життєдіяльності людини у сфері економіки, який виявляється через психолого-економічні властивості особистості і реалізується через ставлення індивіда до економічної реальності та взаємовідносин з іншими людьми в процесі економічної

діяльності. Особливості входження індивіда в систему зв'язків і відносин економічної сфери суспільства, а також ступінь цілісності особистості значною мірою визначаються її економічною культурою.

За аналогією з загальним визначенням культури особистості, економічна культура особистості є економічним світом людини, що існує як єдність предметно-речового та психічного, в якому віддзеркалюється особистісний розвиток людини. Цей економічний світ особистості включає діяльність і всю сукупність її зв'язків в сфері економічної реальності (виробництва, заощадження і споживання матеріальних благ) і може розглядатись як певний психолого-економічний простір, що визначає стратегії економічної поведінки людини, способи економічної діяльності, задає індивідам як суб'єктам економічної діяльності їх відношення до світу в цілому.

Економічні цінності суспільства, засвоюючись особистістю в процесі соціалізації і стаючи системою її економічних ціннісних орієнтацій, безпосередньо впливають на процес становлення економічної культури особистості. Різні системи економічних цінностей детермінують різні соціально-психологічні характеристики особистості, які в узагальненому вигляді втілюються в певному соціально-історичному типі особистості, який є відображенням умов життя.

Належність людини до певного соціального типу, накладаючи певний відбиток на її особистісні риси, разом з тим зобов'язує її, змушує її в силу логіки групових інтересів і психології поводитись саме так, а не інакше. Жодне суспільство не могло б існувати, якби індивіди не засвоїли у процесі соціалізації певної одноманітності дій і вчинків, якби воно не упорядковувало б поведінку багатьох індивідів у потрібному йому напрямку, формуючи у них певні загальні їм усім характерні риси. Зміни соціальних умов, які супроводжуються змінами системи економічних цінностей суспільства, пов'язані зі змінами соціально-економічних типів особистості.

В історії науки дослідження економічного типу особистості знайшло відображення в моделі поведінки «людини економічної». Виходячи з принципу історизму, згідно з яким сутність будь-якого феномену пов'язана з його історією, спробуємо проаналізувати сутність економічного типу особистості, розглядаючи моделі економічної поведінки людини з позиції їх еволюції в історії науки.

1.2.3.1. Еволюція моделей економічної поведінки людини. Першим питанням про економічний тип людини поставив А.Сміт, розробивши модель «людини економічної». Основними властивостями цього типу людини, які визначають всю її економічну діяльність, є: схильність до обміну; власний інтерес, егоїзм; постійне прагнення поліпшити своє становище. На відміну від Д.Рикардо, який відносив модель «економічної людини» тільки до підприємця, А.Сміт визначає зміст поняття «людини економічної» ширше, не зводячи його до отримання грошових прибутків. В його змісті він виділяє

ще і приємність-неприємність, постійність або непостійність, престиж у суспільстві, імовірність успіху. Тим не менш, «людина економічна» у класиків економічної науки Нового часу за своєю суттю є раціональною. Остання розуміється як діяльність, що будується на калькуляції витрат і вигоди.

Як реакція на модель «економічної людини» виникли концепції людської природи Дж.Бентама і Т.Веблена. На відміну від економістів-класиків, які у характеристиці діяльності людини обмежувались тільки економічною сферою, «бентамовська людина» була універсальною, всі мотиви діяльності вона послідовно зводила до досягнення задоволень і запобігання засмучень. Модель Т.Веблена теж протиставлялась енергономічній людині. В ній головну роль відіграють способи усвідомленої і цілеспрямованої людської поведінки, яка формується у певному культурному середовищі. Народи Заходу, наприклад, відрізняються такими основними схильностями як схильність до майстерності, цікавості, батьківства, схильність до придбання тощо. Поведінка людини визначається інститутами: інститутом власності, держави, а також звичками, прибутком. Найбільш відомою стала теза Веблена про «суверенного споживача». Він довів, що споживач підпорядковується різним видам суспільного і психологічного тиску, в результаті чого змушений приймати нерозумні рішення. Він ввів термін «показне споживання».

В еволюції моделей економічної поведінки людини значне місце посідає модель «людини адміністративної» Г. Саймона. «Людина адміністративна» є не просто продавцем і покупцем на ринку, а членом організації, яка пов'язана певними відношеннями. Ця модель отримала вихід на практиці в американській теорії управління – тейлоризмі.

Відомою і більш загальною порівняно з попередніми є модель М.Вебера, який не приймає ні адміністративної, ні «людини економічної», яку він вважає спрощеною моделлю. М.Вебер визначає, що на Заході поряд з типом «літературно розвинутої культурної людини» («людини культури») виник, вступивши з ним у конфлікт, новий тип – «людина спеціальна», «вузький спеціаліст». На зміну духовно розвинутому професіоналу приходять «чистий спеціаліст», який відбирається через спеціальні іспити і спеціалізовану освіту. Конфлікт між цими двома людськими типами виявляється конфліктом між двома типами освіти і виховання: традиційним, тобто спрямованим на розвиток індивідуальної [11 с.345-415]. обдарованості, і новітнім, який пов'язано з «натаскуванням» у певній галузі знань. Як відомо, Вебер вважав, що етичний кодекс протестантизму стимулював виникнення специфічних для капіталізму форм економічної поведінки у побуті і господарському житті. Він підкреслював головну роль людського менталітету в розвитку духу капіталізму. Основні риси цього менталітету: наполегливість, поміркованість, пунктуальність і справедливість у всіх справах. В розвитку духу капіталізму важливими є уявлення про

професійний обов'язок, про обов'язки, які людина відчуває по відношенню до своєї професії, систематичне і раціональне прагнення до законного прибутку в рамках своєї професії. Для людини капіталістичного типу стає необхідною умовою існування сама справа з її постійними вимогами, а невід'ємними рисами - скромність, неприйняття показної розкоші і марнотратства.

Подальший розвиток думки про місце людини в економічному житті та її ролі в ній відбувався як опозиція тейлоризму і повтор ідей Вебера. Найяскравіше це виявилось в «теорії людських відносин» Е.Мейо, що виникла у 20-ті роки минулого століття. Ця теорія основну увагу приділяла психологічній діяльності людини. Вона довела, що окрім матеріальних стимулів, для людини важливими є психологічні фактори: згуртованість групи, сприятлива атмосфера на робочому місці, задоволеність своєю працею. В період 50-60-тих років «теорія людських відносин» акцентує увагу на вирішальній ролі людського фактору у розвитку виробничих сил, а усвідомлення цього факту людиною визнається як виявлення економічної культури. Подальший розвиток моделей економічної поведінки, в яких акцентується увага на психологічних особливостях особистості, що визначають її економічну культуру, відбувається в 70-80-ті роки, зокрема в теорії «людського капіталу» - одній з найбільш значимих теорій сучасності. Ця теорія відобразила культурно-історичні умови та потреби сучасного суспільства. Досвід США та Японії засвідчив, що вирішальним фактором успіху є освічена робоча сила. Ця теорія довела, що рушійною силою економічного зростання є не машини, а люди. Накопичення «людського капіталу» стає першочерговою задачею у розвинутих країнах.

Аналіз еволюції моделей економічної поведінки людини свідчить, що поняття «економічна культура особистості» відіграє евристичну роль тоді, коли воно, по-перше, визначається з урахуванням культурно-історичних умов і потреб суспільства, а по-друге, враховує попередній досвід наукових досліджень, в якому знаходять відображення загальні культурні цінності з точки зору їх впливу на економічне життя людини, груп, суспільства. З цих позицій економічна культура особистості виявляється як спосіб діяльності людини в сфері економіки, який спирається на історично конкретну сукупність тих прийомів, процедур, норм, які характеризують рівень і спрямованість людської діяльності, взятої у всіх її вимірах і відносинах. З позицій такого розуміння економічної культури особистості ми не відкидаємо тих її сутнісних характеристик, на які спиралась в своїх моделях наші попередники. Зокрема, хотілося б підкреслити значення вкоріненої М.Вебером формальної раціональності в економічній культурі людини, яку ми розглядаємо в рамках певного культурно-економічного типу суспільства. Індивід реалізує установку на раціональність в економічній діяльності також в контексті сучасного суспільства. Ця раціональність «спрацьовує», якщо її розглядати в соціокультурній і культурно-історичній динаміці. З точки зору

сучасного неklasичного ідеалу раціональності економічна культура включає в себе різні типи економічного мислення, економічних відносин, інтересів і потреб, традицій і інновацій, економічну і підприємницьку етику, соціально-філософський і соціокультурний аспекти економічної діяльності.

Узагальнюючи різні підходи до розуміння економічної культури особистості, можна стверджувати, що економічна культура особистості – це не частина її загальної культури, вона є проекцією її загальної культури на економіко-психологічні характеристики. Тому визначальним фактором в економічній культурі особистості в сучасних умовах стають її особистісні якості. Саме це підкреслював провідний теоретик сучасної американської політичної економії Чикагської школи Гарі Беккер, коли говорив, що витрати на освіту і медичне обслуговування та на інші соціокультурні програми, які спрямовані на збереження і відтворення кадрів, рівноцінні інвестиціям у створення і купівлю нових машин і технологій, бо ці витрати забезпечують прибуток як приватному бізнесу, так і всьому суспільству. В 1992р. Г.Беккеру присуджено премію пам'яті Нобеля з економіки «за розповсюдження застосування економічної теорії на нові області біхевіоризму і відносин між людьми».

Виходячи з узагальнення літератури з розглянутої проблеми а також аналізу співвідношення понять «культура», «економічна культура», «економічна культура особистості», можна дати наступне визначення поняття «економічна культура особистості». *Економічна культура особистості – це економіко-психологічні властивості індивіда, зміст яких зумовлено конкретно-історичною системою відносин «людина-економічний світ» і які забезпечують йому певне місце, певний статус в економічній сфері суспільства, визначають спосіб та рівень його економічної діяльності.*

1.3.Соціально-психологічні характеристики економічної культури особистості

1.3.1. «Економічність» як характеристика економічної культури особистості

Оскільки феномен економічної культури стосується системи відносин «Людина - економічний світ», то його особливості визначаються системою відносин економічного простору. Зокрема, соціально-психологічні властивості особистості в умовах економічного простору можуть виявлятися через таку особливість як «економічність». В літературі йдеться про такі характеристики особистості як економічна спрямованість, ставлення до власності, «економічне Я», економічна ідентичність особистості тощо, які характеризують людину як суб'єкта економічної діяльності. В сучасній соціальній та економічній психології «економічність» виступає не тільки ознакою людини як суб'єкта економічної діяльності, але й одночасно як

інституційна цінність, завдяки якій люди підтверджують прихильність до економічної сфери.

В науковій літературі обговорюється питання специфічності економічного відображення особистості. Існують різні точки зору на специфічність економічного відображення. Згідно з першою, специфічність економічного відображення визначається економічними об'єктами відображення (Л.С.Виготський). Згідно з другою точкою зору, специфічність економічного відображення визначається економічними ознаками діяльності, яка за своєю сутністю (походженням) є економічною. Тому відображення (свідомість) імпліцитно наділено економічним змістом, оскільки воно виводиться з процесу праці (О.М.Леонтьєв). Третя точка зору полягає в тому, що відображення набуває економічної якості завдяки формуванню економічного смислу, який дозволяє породжувати економічне значення у первинно нейтральних об'єктах і соціальних ситуаціях. (Д.О.Леонтьєв). Ця точка зору на сутність економічного відображення спирається на положення про те, що для економічної свідомості є характерним рух від значення предмета діяльності до її економічного смислу, в якому й виявляється економічність. Тобто в цьому разі економічність у когнітивному компоненті економічної культури особистості визначається внутрішніми детермінантами особистості. Суть цих детермінант в тому, що відображення набуває економічної якості завдяки формуванню економічного смислу, який дозволяє породжувати економічне значення у первинно нейтральних об'єктах і соціальних ситуаціях.

Оскільки сутністю економічного смислу є орієнтація на особисту вигоду і оптимізація корисності, то ця сутність економічного смислу може вважатись критерієм «економічності». Наприклад, на кристал алмазу (брильянту) можна дивитись з різних сторін: як на художній витвір і на товар, який оцінюється каратами. На гроші можна дивитись з точки зору їх колекційної значимості і з точки зору вартості, яку можна збільшувати. Отже, економіко-психологічні якості людини залежать від її здатності бачити економічний смисл у об'єктах, які самі по собі є нейтральними.

Теж саме можна сказати відносно уявлень особистості про себе. «Я - економічне» утворюється в результаті інтеграції в «образ Я» економічних

Важливим питанням у визначенні «економічності» психологічних якостей особистості є характер відображення економічної реальності в свідомості людини, який визначається не тільки особливостями економічних об'єктів, але й особливостями суб'єкта відображення. В зв'язку з цим виникає питання відмінності економічного відображення від нейтрального.

Існують різні точки зору на специфічність економічного відображення. Ми вважаємо, що відображення набуває економічної якості завдяки формуванню економічного смислу, який дозволяє породжувати економічне значення у первинно нейтральних об'єктах і соціальних ситуаціях (Д.О.Леонтьєв).

Оскільки сутністю економічного смислу є орієнтація на особисту вигоду і оптимізацію корисності, то ця сутність економічного смислу може вважатись критерієм «економічності». Наприклад, на гроші можна дивитись з точки зору їх колекційної значимості і з точки зору вартості, яку можна збільшувати. Останнє означатиме «економічну» їх значимість. Отже, економіко-психологічні якості людини залежать від її здатності бачити економічний смисл у об'єктах, які самі по собі є нейтральними.

Акумулятивним виявленням економічного у особистості в літературі представлено господарюючий тип особистості, для якого характерним є пристрасть до грошей, практичний розум, стриманість почуттів, конкретність потреб і способів їх задоволення, планомірна узгодженість дій, що ведуть до усвідомленої цілі (мети), якою є максимізація корисності. Найяскравіше таке розуміння економічного типу особистості представлено в класичній політекономії моделлю «людини економічної», основною характеристикою якої є **раціональність як прагнення до максимізації корисності**. Теоретичні підходи до раціональності в економіці і психології суттєво відрізняються. В економіці раціональність розуміється як розумність, яка дозволяє вибрати найкращий варіант економічної поведінки або дії.

Як відомо, уявлення про раціональність економічної поведінки зазнали суттєвих змін в історії науки відповідно до того, як змінювались уявлення вчених в результаті усвідомлення ними значення загально психологічних властивостей особистості в економічній діяльності. Це перш за все стосується динаміки уявлень економістів про раціональність як основної характеристики людини економічної.

Динаміку уявлень економістів про раціональний вибір як вибір максимізації вигоди можна побачити на прикладі відмінностей теорії транзитивності відносин переваги у класичній, формальній логіці та некласичній логіці, яка аналізує закони функціонування складних систем. Як відомо, с позицій формальної логіки транзитивність відносин переваги (якщо А більше В, а В більше за С, то А більше С.) є обов'язковою умовою раціонального вибору, а порушення транзитивності виключає саму можливість раціонального вибору [38]. Проте, у складних системах (особистість, емоційна сфера, когнітивна сфера, багатоманітність соціальних умов), нетранзитивність стає скоріше правилом, ніж виключенням [37]. Ці положення роблять раціональність як прагнення до максимізації неприйнятними для характеристики типу особистості в сучасних умовах, яка змушена робити економічний вибір на основі цінностей і переваг, зокрема усвідомлення смислу дій, який виявляється і в нераціональних вчинках.

Проте, раціональність як властивість свідомості зберігає своє значення для аналізу економічної культури. В парному порівнянні альтернатив з різними вірогідностями раціональність не порушується. В кооперативному прийнятті рішення або ситуаціях конкуренції особистісним інструментом контролю нетранзитивності стає рефлексія. Загалом, в сучасній економічній

психології зроблено висновок [13], що нетранзитивність відносин переваги є розповсюдженим явищем у соціально-економічних відносинах і зберігає раціональність вибору переваг в парах. Раціональність, рефлексія, свобода вибору забезпечують ефективну економічну поведінку і можуть бути віднесеними до аспектів економічної культури особистості, які змінюються в процесі соціалізації.

Раціональність виступає як ознакою «економічності» і одночасно як інституційна цінність, завдяки якій люди підтверджують прихильність до економічної сфери. Як зауважує Вяткін [13], для психологічної науки ХХІ ст. може стати століттям некласичної раціональності. Ним розроблено теоретичну модель і апробовано методичний прийом – проба суб'єктивної економічної раціональності - яка дозволяє визначити три показники суб'єктивної економічної раціональності: збільшення вигоди, зменшення витрат, рівновага. Перший спрямовано на виявлення здібностей людини домагатись найбільшої вигоди при обмежених ресурсах; другий – здібностей людини до бережливості і обмежень витрат; третій – здібностей констатувати відсутність переваг.

Новий погляд на раціональність в економічній поведінці є основою побудови сучасної моделі «людини економічної». Зокрема, в теорії «людського капіталу», яка відображає культурно-історичні умови та потреби сучасного суспільства, наголошується на провідному значенні психологічних особливостей особистості, що визначають її економічну культуру, яка є не частиною загальної культури особистості, а її проекцією на соціально-економічні відносини. Тому визначальним фактором в економічній культурі особистості є її особистісні якості, які включають раціональність у некласичному варіанті.

Провідний теоретик сучасної американської політичної економії Чикагської школи Гарі Беккер довів, що витрати на освіту і медичне обслуговування та на інші соціокультурні програми, які спрямовані на збереження і відтворення кадрів, рівноцінні інвестиціям у створення і купівлю нових машин і технологій. Вони забезпечують прибуток як приватному бізнесу, так і всьому суспільству. В 1992р. Г.Беккеру присуджено премію пам'яті Нобеля з економіки «за розповсюдження застосування економічної теорії на нові області біхевіоризму і відносин між людьми».

1.3.2. Моральність як характеристика економічної культури особистості

Розуміння сутності економічної культури особистості передбачає визначення не тільки «економічності», але й другої сторони феномену економічної культури, а саме «культурного», яке в цій зв'язці єдиного

феномену ототожнюється нами як «моральне». Спробуємо пояснити це наступним чином.

Як відомо, культура взагалі – це те, що створено людиною і є основою її існування. Виникає питання: чи все те, що створено людиною, є культурою, або - чим відрізняється поняття «культура» від поняття «суспільство», адже культура – це теж суспільство? Є багато визначень поняття «культура». Ми виходимо з того, що в понятті «культура» акцент зроблено на історичності суспільства, на тому, що воно у своєму статичному зрізі є певним конкретно-історичним етапом розвитку людства, в якому «напрацювання» людства представлено у формах, які втілюють узагальнену діяльність людей, завдяки чому здійснюється зв'язок поколінь і зберігається історія. Таку діяльність об'єктивовано лише в тих суспільних формах, які слугують збереженню людської спільноти а також зв'язкам з людьми наступних поколінь. Якщо б це було не так, то історія людства обірвалася б. Тому ми вважаємо культурою те, що є найкращим і прогресивним у діяльності людей. Це пов'язано з тим, що історичний досвід, закарбований у формах всезагальної діяльності (формах культури), і на основі яких індивід з'ясовує функціональне призначення предмета культури, який засвоюється, зберігає в собі не будь-який зміст, а прогресивний. Як пише В.Г.Табачковський, «Самі по собі функціональні характеристики предмета культури, що репрезентують його «спеціальне практичне призначення», зовсім не антигуманні в силу своєї орієнтації на «сподручне буття», бо в них «згасає» не будь-який, а позитивний зміст попереднього досвіду людської діяльності з перетворення природи, суспільних структур і відношень та самого суб'єкта діяльності, той зміст, який набуває статусу всезагальності» [19,с.40]. Отже, предмет культури містить в собі можливість прогресивної діяльності. Чи перетвориться ця можливість у дійсність, залежить від форм практичної діяльності зі засвоєння цих предметів культури. Чи стане зміст предмета культури надбанням індивіда, що засвоює цей предмет, залежить від конкретно-історичних форм, в яких відбувається це засвоєння.

В зв'язку з цим виникає питання про критерій оцінки найкращих форм людської діяльності. На нашу думку, цей критерій можливо визначити за умов спрацювання «ефекту історичної дистанції» (факт оцінюється в історичній перспективі). Стосовно культури і суспільства це розуміється наступним чином: суспільні явища стають явищами культури тільки тоді, коли вони оцінюються наступними поколіннями. Можливо цивілізація майя зникла тому, що якісь феномени суспільства не стали тими всезагальними формами діяльності, що змогли б забезпечити суспільний зв'язок не тільки всередині самого суспільства, але й з наступним поколінням? А стародавніх винахідників суспільство могло «не зрозуміти» тому, що їх винаходи не стали всезагальними формами діяльності, які забезпечили б загальний зв'язок всієї людської спільноти. Через сотні років ці відкриття були

повторені іншими винахідниками, і вже за інших умов увійшли в суспільство як його культурна сторона.

Існують єдині моральні принципи, які зумовлюють поведінку людей як у сфері господарювання, так і в сфері людських відносин в цілому. Соціально-економічні умови суспільства віддзеркалюються у відповідному економічному типі особистості. Зокрема, підприємницький тип особистості, що детерміновано сучасними умовами ринкової економіки, в ідеалі вимагає таких економіко-психологічних властивостей особистості, в яких «економічність» гармонічно поєднується з «моральністю». Провідні цінності ринкової ідеології полягають у знятті багатьох обмежень для активної і підприємливої особистості. Свобода - важливий ресурс особистості. Щоб забезпечити цей ресурс потрібна також інша сторона людських відносин - норми і обов'язки, що реалізуються завдяки відповідальності. Істинна моральність починається тоді, коли людина, відчуваючи в собі силу, енергію, надлишок розуму і волі, починає діяти на благо суспільства і людей. Саме такі дії захищають суспільство і окремого індивіда від виродження людського роду і ведуть до позитивних наслідків

Зміни, які відбуваються в сучасному суспільстві за останні десятиліття, зокрема, зміна суспільних відносин і підприємництва, активізують особливий інтерес до проблеми співвідношення економіки і моралі як в суспільстві, так і в діяльності окремої особистості. Як відомо, ще М. Вебер, визначаючи етичний кодекс протестантизму, підкреслював важливість і необхідність для «людини економічної» моральних рис. Підкреслюючи головну роль людського менталітету в розвитку духу капіталізму, основними рисами якого є наполегливість, поміркованість, пунктуальність і справедливість у всіх справах, він наголошував на важливості обов'язків, що полягають у систематичному і раціональному прагненні до законного прибутку в рамках своєї професії. Він підкреслював, що необхідною умовою існування людини ринкового типу є не тільки сама справа з її постійними вимогами, але й невід'ємність таких рис як скромність, неприйняття показної розкоші і марнотратства. Перехід від опікуючого суспільства з мінімальними соціальними гарантіями до суспільства ринкових відносин вимагає від особистості високої економічної культури, яка означає, перш за все, її ініціативність та відповідальність в економічній діяльності. В останні роки в нашій країні з'явився принципово новий погляд на взаємозв'язок економіки і етики. Суспільна думка надає все більшого значення моральності економічних суб'єктів. Це пов'язано із захистом благополуччя, безпеки і здоров'я великих груп людей. В результаті цього в наукових дослідженнях, які є відображенням існуючої економічної і соціальної реальності, відбувається зміна наголосів у співвідношенні економіки і моралі: підкреслюється, що економічна діяльність не може бути етично нейтральною. Економічна діяльність повинна сприяти процвітанню суспільства. Науковці в своїх дослідженнях підкреслюють, що економічна

ціль (задоволення потреб людини) є в тій же мірі моральною, що й економічно вигідною. Проголошуючи необхідність жорсткого контролю над бізнесом, вони доводять, що в умовах гострої конкуренції це сприяє тому, що порушення моральних норм стає економічно недоцільним [13]. Дослідження сутності економічної культури особистості, закономірностей її становлення, зокрема й аналіз співвідношення економічності і моральності в культурі, є важливим у створенні практик економічного виховання громадян і є вельми актуальною проблемою сьогодення.

Погляд на духовну, етичну регуляцію економічної активності завжди існував у суспільній свідомості людства. З середини ХХ ст. проблема етичного і економічного стає однією з актуальніших в наукових дослідженнях.

Новий погляд в суспільній думці на співвідношення економіки і моралі, який зумовлено зростаючим впливом великого бізнесу на благополуччя людей, мав своїм наслідком зміну законодавчої бази багатьох розвинутих країн, яка жорстко встановлює контроль за дотриманням моральних норм в економічній сфері суспільства. В зарубіжній літературі дослідження з проблеми етичності бізнесу почали здійснюватись в 60-х роках, а в 80-і рр. набули значних поширень. Результатом наукових дискусій стало прийняття в багатьох країнах Заходу етичних кодексів, введення учбових програм та створення спеціальних комітетів по додержанню етичних норм у великих компаніях. В деяких з них було введено в штат уповноважених з корпоративної етики, однією з функцій яких передбачено нагляд за здійсненням в корпораціях програм з етики.

Усвідомлення значення моральних норм у здійсненні економічної діяльності сучасною вітчизняною бізнесовою елітою, можна сказати, тільки-но починається. Причиною початкового, недостатньо сформованого етапу становлення етичного бізнесу в нашій країні є невеликий за проміжком період існування ринкової економіки, протягом якого, по-перше, ще не склались в економічній сфері сприятливі умови для розвитку підприємництва (податкові, законодавчі тощо), а, по-друге, у самої бізнесової еліти в результаті недостатнього у неї досвіду підприємництва, ще не сформувалось розуміння довгострокової економічної вигоди етичного бізнесу а також потреби у позитивній груповій ідентифікації та позитивній самооцінці, проте переважає прагнення до отримання термінової максимальної вигоди. Між тим, проблеми моральності в економічній культурі суспільства, окремих спільнот та в економічній діяльності особистості є надзвичайно актуальними в сучасних умовах нашого суспільства. Сьогодні у відповідності з теоретичними моделями моральної регуляції економічної активності, етика визнається однією з її важливих детермінант.

Найбільш розробленою галуззю знань, в якій вивчається питання зв'язку економічної діяльності з моральністю її суб'єкта є ділова етика.

Ділова етика, традиційно зосереджує увагу на особливостях регуляції економічної активності, що має відношення до бізнесу. Основою сучасних теорій ділової етики можна вважати концепцію соціальної відповідальності бізнесу. В роботі американського економіста Г.Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953) сформульовано доктрину соціальної відповідальності як обов'язку бізнесменів проводити ту політику, приймати ті рішення і відповідати тим напрямкам діяльності, які є бажаними з точки зору цілей і цінностей суспільства. На сьогодні більшість теорій етики бізнесу є подальшим розвитком ідей Г.Боуена.

Цілком зрозуміло, що економічна сфера суспільства не обмежена діяльністю людей в сфері бізнеса, а охоплює багато інших видів економічної активності в широкому колі суспільних відносин, які відбуваються в різних сферах життєдіяльності людини. Це потребує активізації досліджень етико-економічних проблем, які здійснюються на межі економічної психології та психології моральності. До таких суміжних галузей знань відноситься дослідження економічної культури особистості, в якій єдність «економічності» і «моральності» забезпечують ефективність існування суб'єкта економічної діяльності. Дослідження сутності економічної культури особистості, закономірностей її становлення вимагає чіткого визначення його категоріального апарату, зокрема, таких понять як «економічність» та «моральність».

1.3.3. Суб'єктність як характеристика економічної культури особистості

Одним із визначальних параметрів економічної культури особистості є суб'єктність як характеристика економіко-психологічних властивостей особистості, завдяки яким вона може ефективно діяти в економічній реальності. Більшість дослідників співвідносять високі рівні розвитку особистості як економічного суб'єкта з особливим рівнем самоорганізації суб'єктом своєї життєдіяльності і її економічних аспектів. Л. Наумова у своїх дослідженнях підкреслює зростаюче значення економічного самовизначення як умови досягнення зрілості сучасної людини в умовах модернізації суспільства і здобуттям нею позиції суб'єкта економічної дійсності. На думку дослідниці, «економічна суб'єктність» – це особливий етап соціалізації, що характеризується здатністю до створення власних життєвих економічних програм і цілей за рахунок порівняння себе не з іншими людьми, а зі свідомо обраними особистістю соціальними еталонами, що відповідають її ціннісно-смысловим орієнтаціям [36]. А. Бояринцева зазначає, що поняття «економічна суб'єктність» можна визначити як системну якість особистості, що представляє собою специфічне поєднання суб'єктивних стратегій досягнення економічного успіху: мотивації досягнення і етико-

мотиваційних життєвих планів [8]. На її погляд, економічну суб'єктність-безсуб'єктність можна розглядати як один з компонентів Я-концепції. Дослідниця вважає, що сприйняття себе як суб'єкта економічної взаємодії, припускає наявність усвідомлення бажання і можливості визначати і контролювати джерела свого існування, способи одержання фінансових засобів, об'єкти власності, працювати «на себе», самому формувати і контролювати власний спосіб життя у сфері економіки.

А. Бояринцева розглядає суб'єктну модель економічного успіху як продукт ціннісно-мотиваційної орієнтації особистості в економічній культурі і виборі індивідуального напрямку поведінки в особистісній сфері та професійній діяльності, що залежить від пріоритету визначених цілей успіху і уявлень про шляхи його досягнення [8]. У своїх роботах дослідниця характеризує низку домінуючих цілей, що співвідносяться з уявленнями про економічний успіх.

В розглянутих визначеннях економічної суб'єктності остання пов'язується зі стадією соціалізації зрілої особистості. Розглядаючи суб'єктність не тільки як результат, але й як сторону процесу економічної соціалізації, ми вважаємо, що у зв'язку з економічною культурою особистості суб'єктність знаходить вияв у тих формах економічних репрезентацій, в яких узгоджуються вимоги суспільства (експектації) з ендопсихічною системою індивіда. Так, домінування в ендопсихічній системі підлітка „потреби в дорослості”, позначаючись на системі його економічних репрезентацій, зумовлює також особливості економічної культури підлітка порівняно, скажімо з економічною культурою молодших школярів (детальніше про це у дисертації З.О.Антонової [2]). Тому ми можемо говорити про особливості суб'єктності економічної культури особистості в залежності від стадії її економічної соціалізації. Отже, розгляд економічної культури особистості як суб'єктної сторони процесу економічної соціалізації потребує визначення її у відповідності з психологічними можливостями індивіда і формами реалізації цих можливостей, які узгоджуються з внутрішньопсихологічною системою особистості. Економіко-психологічні властивості особистості, які сприяють включенню особистості в економічну реальність в якості економічного суб'єкта, формуються через інтеріоризацію особистістю економічних цінностей суспільства на певному етапі економічної соціалізації як її результат і в своєму статичному вимірі можуть слугувати критерієм економічної соціалізованості індивіда на цьому етапі його розвитку. Індивідуальні відмінності в ендопсихічній системі індивідів, які зумовлюють здатності і можливості інтеріоризувати економічні цінності, позначаючись на формі їх економічних ціннісних репрезентацій, визначають особливості суб'єктності як характеристики економічної культури особистості.

Дослідження суб'єктності як характеристики економічної культури особистості пов'язано з тим, що значимість економічних ресурсів (зарплата,

прибуток, власність, гроші, багатство тощо) зумовлена певними життєвими цінностями, якими керується особистість у виборі життєвого шляху. Виходячи з визначення суб'єктності, який поширено в психологічній літературі, можна виділити такі основні ознаки суб'єктності як характеристики економічної культури особистості:

- спрямованість особистості на економічну активність, психологічну основу якої становлять цілі, мотиви, соціальні настанови, наміри, очікування та інші компоненти мотиваційної сфери людини.

- вибір економічної діяльності на основі економічних ціннісних орієнтацій, в яких закарбовано образ економічного типу людини, що відповідає суспільним експектаціям;

- потреба особистості у економічній самовизначеності як потреба у формуванні деякої смислової системи, в якій центральним моментом є уявлення про смисл економічних ресурсів;

- активне визначення особистістю своєї позиції відносно соціально-економічної системи суспільства.

Близькими до поняття «суб'єктність економічної культури» є поняття „суб'єкт економічної діяльності” та „економічний суб'єкт”. Найбільш широким за обсягом є поняття «економічна поведінка», яке характеризує таке широке коло виявлень економічної активності суб'єктів як економічну діяльність (діяльність з виробництва товарів та послуг за допомогою матеріальних, фінансових, трудових ресурсів, що спрямована на одержання прибутку), окрім того, економічна поведінка пов'язана ще й з розпорядженням обмеженими ресурсами і включена до економічних відносин не тільки виробництва, але й заощадження та споживання. Поняття „суб'єктність економічної культури» за обсягом є ще вузким і означає той аспект економічної діяльності і економічної поведінки, який має культурницький відтінок. Поняття «суб'єктність економічної культури» є важливим не тільки для розуміння економічної культури особистості як результату процесу економічної соціалізації, але й усєї економічної життєдіяльності, що реалізується через економічну діяльність індивідів в сфері соціально-економічних відносин суспільства.

Проблема суб'єктності економічної культури особистості тією чи іншою стороною розглядається в ряді психологічних досліджень. Зокрема, Н.А. Журавльовою [21] здійснено емпіричне дослідження, в якому доводиться, що розвиток економіко-психологічних властивостей особистості регулюється і детермінується внутрішньою структурою її свідомості. Нею показано, що орієнтація респондентів на економічні цінності як цілі життя зумовлена, передусім їх базовими характеристиками, а формування інструментального відношення до економічних цінностей знаходиться під значним впливом її економічної свідомості. Авторка наголошує на тому, що не стільки реальні економічні умови визначають певний рівень значимості економічних цінностей для суб'єкта, скільки його соціальні і психологічні

характеристики, які виявляються як у властивостях економічної свідомості, так і в особливостях економічної поведінки. Н.А. Журавльовою встановлено взаємозв'язок орієнтації особистості на досягнення високого матеріального добробуту з її соціально-демографічними характеристиками [21]. В дослідженнях Є.І. Горбачової і А.Б. Купрейченко [17] доводиться, що ставлення особистості до грошей тісно пов'язано з такими особистісними якостями, як відповідальність, досягнення, інформація, розваги, здоров'я тощо. Регулятивне значення ціннісних орієнтацій яскраво продемонстровано в дослідженнях А.С. Готліба [39]. Ним було проведено експеримент з групою «професіоналів», члени якої здійснювали усвідомлений вибір економічної поведінки у відповідності з системою життєвих цінностей і всупереч їх економічному інтересу. В дослідженнях Е.Б. Філінкової [48], які проводились в групах підприємців, розглянуто проблему детермінації економічної ідентичності особистості системою її ціннісних орієнтацій. Так, в групі підприємців було виявлено декілька різних типів самоідентифікації, основна відмінність між якими полягає в особливостях системи цінностей. Було показано, що головним для ідентифікації підприємців з соціальною категорією «хазяїн» є їх психологічне ставлення до грошей, яке характеризується тим, що грошам надається дуже велике значення; самоідентифікація з категорією "бізнесмен" пов'язана з високою оцінкою себе як людини, яка створила і розвиває свою справу; усвідомлене прагнення підприємців до реалізації особистих інтересів у бізнесі через залучення інших людей виступає детермінантом ідентифікації з категорією «керівник». Підприємців, що ідентифікуються з групою «професіоналів», визначає особливе ставлення до моральних норм у бізнесі, яке характеризується прагненням діяти без їх порушень. В дослідженні Е.Д. Короткіної [39, с. 242-261] було показано вплив ціннісних орієнтацій на споживацьку поведінку особистості. Респонденти, які виділили здоров'я як головну цінність, у виборі товару орієнтувались на його якість і користь. Ті ж, які виділили в якості головної цінності матеріально забезпечене життя, в першу чергу орієнтувались на ціну товару, який купляли.

В цілому ряді досліджень було показано вплив професійної спрямованості людини на її економічну культуру. Зокрема, в дослідженнях, які проводились Н.А. Журавльовою, з'ясовано, що уявлення людей різних професій про економічні ресурси і економічну активність пов'язані з особливостями системи професійних цінностей суб'єкта. Як показали результати емпіричних досліджень, для студентів економічних факультетів, наприклад, порівняно з іншими факультетами, більш значимими є прибуток, власність, гроші. Це пояснюється професійною спрямованістю студентів, яка націлює їх на економічний успіх, на можливості досягнення високого матеріального статусу, на придбання і управління власністю [21, с.102]. Було виявлено, що у студентів економічних спеціальностей багатство пов'язано з прибутковим бізнесом і вигідним вкладанням грошей. У

майбутніх медиків багатство більшою мірою сприймається як можливість допомагати близьким і як умова комфортного життя. Уявлення про багатство студентів технічних спеціальностей займає проміжну позицію серед факультетів, що порівнювались. Наприклад, для студентів - енергетиків характерними є уявлення про багатство як про економічний добробут, який дозволяє задовольнити основні споживацькі потреби [21, с.100-105].

Отже, показники економічної соціалізованості (рівня економічної культури) особистості залежать не безпосередньо від економічної ситуації, а опосередковуються системою особистісних та професійних цінностей суб'єкта.

Економічний суб'єкт характеризується як носій економічної свідомості, він є також виконувачем економічної діяльності, а також як особистість. Суб'єкт економічної діяльності діє в економічних ролях, актуалізуючи якості особистості і властивості економічної свідомості у відповідності з соціальними експектаціями. Характер взаємозв'язку «особистість – економіко-психологічний простір» у великій мірі визначається тим, як його сприймає суб'єкт, тобто які його елементи значимі для нього, до яких ставиться нейтрально, які їм не сприймаються, а які зовсім ігноруються. Характеристики внутрішнього світу особистості визначають її базові відношення до економічної реальності, зокрема, її економічне спрямування, рівень економічної активності, характер економічної діяльності (підприємливість, раціональність тощо). Особистість, виступаючи як суб'єкт економічної культури, стикається зі суперечністю своїх бажань, потреб і об'єктивними перешкодами на шляху їх задоволення. Розв'язуючи цю суперечність, особистість набуває нової якості відношення до світу, що дає підстави говорити про те, що становлення економічної суб'єктності як характеристики економічної культури особистості є процесом, вписаним у більш широкий процес - економічної соціалізації особистості. Він виражає оформлення певних економіко-психологічних якостей на тому чи іншому етапі розвитку особистості. Особливості економіко-психологічних якостей визначаються рівнем розвитку особистісних властивостей індивідів на цьому етапі. З цього випливає, що становлення економічної культури особистості, зокрема й її суб'єктності, потрібно розглядати як цілісний процес становлення соціальності особистості у взаємодії всіх його складових.

Суб'єкт економічної діяльності діє в економічних ролях, актуалізуючи якості особистості і властивості економічної свідомості у відповідності з вимогами економічної соціалізації. Ці вимоги мають подвійну природу, а саме, вони детермінуються цілями суспільства і цілями особистості. В аналізі обох напрямків соціалізації поняття «економічний суб'єкт» використовується для розгляду найвищих рівнів та стадій цього процесу. Визначаючи суб'єктність як характеристику економічної культури особистості і пов'язуючи її з вищим рівнем розвитку індивіда, ми вбачаємо у

суб'єктності виявлення сутності економічного типу особистості. Як нами уже відзначалось, сутність економічного типу особистості ринкової економіки виявляється в підприємливому типі особистості. Тому ми вважаємо, що поняття «економічна суб'єктність» і «підприємливість» можуть вживатись як тотожні стосовно цілі економічної соціалізації в умовах ринкової економіки. В попередніх дослідженнях нами було обґрунтовано структурно-функціональну модель підприємливого типу особистості, яку розроблено на основі аналізу комплексу загальних рис особистості підприємця, що представлено в літературі з вивчення підприємництва, а саме: ініціативність, наполегливість, готовність до ризику, цілеспрямованість, управлінські здібності, незалежність, самовпевненість, прагнення до самореалізації, поінформованість, відповідальність тощо. В цьому відношенні можна стверджувати, що суб'єктність як характеристика економічної культури особистості, так само як підприємливість - сутнісна якість типу особистості ринкової економіки - є результатом економічної соціалізації та може виконувати функцію критерія економічної соціалізованості особистості.

Однією із задач формування економічної культури особистості є створення умов розвитку особистості як суб'єкта економічної діяльності зі здатністю вирішення економічних завдань в різних економічних ситуаціях.

Поняття «здатність суб'єкта до економічної діяльності», яке відображає сукупність надбаних у процесі навчання й діяльності особистісних можливостей, є власно психологічною характеристикою підприємницької діяльності. Здатності формуються і розвиваються в діяльності. Економічні здатності – це психологічні особливості особистості, які пов'язані з успішністю економічної діяльності, створюються в ній. Економічні здатності пов'язано з економічною активністю людини і є інструментом виконання економічних ролей.

В структурі економічних здатностей можна бачити загальний компонент, який стосується всіх видів людської діяльності, який може бути визначено як загальні економічні здатності. Відносно конкретних видів економічної діяльності можуть виокремлюватись спеціальні економічні здатності, наприклад, виробничі чи підприємницькі, споживацькі, комерційні, монетарницькі (здатності до фінансової діяльності) тощо. Спеціальні економічні здатності пов'язано з економічними ролями, в яких діє економічний суб'єкт.

У вітчизняній науковій літературі поняття «здатність» пов'язується з діяльністю і розкривається через поняття «готовність до діяльності», яке фіксує певний стан індивіда («я можу, хочу, буду це робити» або «буду, хоч і не хочу» тощо), а також наявність у нього необхідних психологічних ресурсів або рівнів психологічної оснащеності. Тому здатність до підприємливої діяльності в свою структуру включає дві групи параметрів:

1) параметри психологічної готовності до підприємливої поведінки і діяльності. 2) параметри психологічної оснащеності конструювання цієї готовності.

Психологічна готовність до підприємливої діяльності та поведінки включає такі елементи: когнітивний (система знань та уявлень про економічну реальність); мотиваційний (система мотивацій до економічного успіху, економічні інтереси); емоційно-ціннісний (відношення зацікавленості в економічній діяльності й привабливості її предмета; здатність отримувати задоволення від процесу власної діяльності; система почуттів та ставлень до економічних цінностей: власності, грошей, майна, багатства, бідності тощо).

Психологічна оснащеність конструювання готовності особистості до підприємницької діяльності і поведінки включає такі елементи: 1) психологічні функції організації і управління досвідом економічної поведінки та діяльності; 2) психічні функції і процеси: економічне мислення (сукупність уявлень про способи оцінки економічних цінностей та стратегії прийняття рішень в конкретній економічній діяльності); вольова система особистості (вольові якості особистості, що забезпечують енергетичний потенціал досягнень; воління як здатність особистості розгортати й підтримувати діяльність, незважаючи на перешкоди і перепони, які можуть виникнути на шляху економічного успіху; вольове напруження до здійснення та підтримки підприємницької діяльності); економічна ідентифікація (самовизначення суб'єктом свого економічного статусу в системі соціально-економічного простору); 3) психологічні якості індивіда як суб'єкта економічної діяльності: підприємливість як інтегральна соціально-психологічна характеристика особистості, основою якої є здатність особистості діяти в економічній сфері суспільства як суб'єкт економічної діяльності, беручи на себе відповідальність за матеріальне забезпечення себе, своєї сім'ї, а також створення тієї частки прибутку, що йде не тільки на забезпечення потреб суспільства, збереження умов існування та розвитку людської спільноти, але й як необхідності здійснення своєї життєдіяльності у світі, забезпечення свого власного існування; конкурентоздатність як інтегральна характеристика особистості, яка включає якості, що забезпечують її переваги у порівнянні з іншими людьми, здатність витримати конкуренцію і досягти успіху в професійній сфері, закріпити цю успішність у свідомості інших людей, зробити власні дії певною нормою і прикладом для інших; асертивність (упевненість в собі, віра самої людини в те, що вона робить, віра в саму себе, що дозволяє їй висловлювати і апробувати нові ідеї, дозволяє здолати надлишкову орієнтацію на оточуючих).

Отже, параметри психологічної готовності до підприємливої діяльності включають три компоненти: 1) когнітивну систему економічних знань та уявлень; 2) систему мотивацій економічного успіху; 3) емоційне

ставлення до предмету економічної діяльності і поведінки; 3) вольове напруження до здійснення та підтримки економічної діяльності.

Параметри психологічної оснащеності цієї готовності теж включають три компоненти: 1) психологічні функції організації і управління досвідом економічної поведінки та діяльності; 2) психічні функції і процеси: підприємливість як сутнісна сторона суб'єкта економічної діяльності, економічне мислення, вольове напруження до здійснення та підтримки підприємливої діяльності, економічна ідентифікація; 3) психологічні якості індивіда як суб'єкта економічної діяльності: підприємливість як сутнісна сторона суб'єкта економічної діяльності, конкурентоздатність, асертивність. Виділені параметри можна представити структурно-функціональною моделлю суб'єктності як характеристики економічної культури особистості через підприємливість як її сутнісну інтегральну властивість (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Модель суб'єктності як характеристики економічної культури особистості, представлена через підприємливість

Психологічна готовність до підприємницької поведінки та діяльності			Психологічна оснащеність конструювання готовності до підприємницької діяльності.		
1	2	3	4	5	6
система мотивацій економічного успіху	емоційне ставлення до предмету економічної діяльності і поведінки	когнітивна система економічних знань та уявлень.	Психологічні функції організації і управління досвідом економічної поведінки та діяльності	Психічні функції і процеси: економічне мислення, економічна ідентифікація вольове напруження	Психологічні якості індивіда як суб'єкта економічної діяльності: підприємливість як сутнісна сторона економічної суб'єктності, конкурентоздатність тощо

Представлену структурно-функціональну модель суб'єктності економічної культури особистості використано нами як основу побудови емпіричної програми дослідження економічної культури особистості. На основі цієї моделі розроблено також методичні рекомендації учителям, батькам та практичним психологам з формування економічної культури учнівської молоді. Згідно з побудованою моделлю узагальненим психологічним фактором становлення суб'єктності як характеристики економічної культури особистості є формування економічної ідентичності особистості як системи ринково-етичних уявлень і самооцінок, зокрема, детермінантом економічної культури особистості виступає рівень самооцінки

і дисонанс ринково-етичних уявлень особистості. Провідним психологічним фактором формування економічної культури особистості в умовах, коли традиційні механізми соціалізації стають недостатньо ефективними для засвоєння суб'єктом економічного досвіду і входження в систему соціально-економічних зв'язків, є здібності особистісного конструювання на основі сформованої економічної ідентичності як системи морально-економічних відносин особистості до світу. Узагальненим психологічним механізмом становлення економічної ідентичності особистості є діяльність в економічних ролях як виявлення суб'єктивної економічної раціональності, зміна рівня якої приводить до зміни економічної культури особистості. Узагальненим психологічним ефектом економічної соціалізації виступає готовність особистості до економічної поведінки, економічний орієнтир якої задається економічною спрямованістю як провідним психологічним фактором формування економічної культури особистості.

1.4. Соціалізація як механізм становлення економічної культури особистості

Як відомо, соціалізація – це процес формування соціальних якостей особистості, завдяки яким вона активно адаптується в суспільстві, стає суб'єктом життєдіяльності. Так чи інакше людина своєю діяльністю «входить» у всі сфери суспільства, зокрема, й у економічну. Остання потребує розвинених економіко-психологічних властивостей, формування яких здійснюється в процесі економічної соціалізації. Той рівень економіко-психологічних властивостей, завдяки яким людина стає суб'єктом економічної діяльності, можна вважати економічною культурою особистості.

Розглянемо спочатку детермінацію економічної культури особистості з боку суспільства. Як уже було відмічено, економічна культура особистості як економіко-психологічні властивості, завдяки яким вона стає суб'єктом економічної діяльності, є результатом економічної соціалізації. Цей процес відбувається як інтеріоризація індивідом економіко-культурного досвіду людства, особливості якого визначаються закарбованим в ньому нормативним образом людини, який імпліцитно несе в собі будь-яка культура. Саме в цьому образі міститься відповідь на питання про можливі і необхідні якості особистості, які зумовлено експектаціями і соціальними потребами суспільства. Нормативний канон людини економічної культури виявляється в функціонуванні економічного типу людини як втіленні рис особистості, що відповідають вимогам економічної системи суспільства. Належність людини до певного соціального типу, накладаючи певний відбиток на її характер, разом з тим зобов'язує її, змушує, в силу внутрішньої логіки групових інтересів і психології, поводитися саме так, а не інакше. Отже, в економічній культурі закарбовано певний образ-взірець економічного типу людини. Він існує як на рівні суспільної, так і індивідуальної свідомості. Саме цей нормативний канон

економічного типу особистості в економічній культурі визначатиме особливості економічної соціалізації, а саме: чи буде підтримуватись різними її агентами активність чи пасивність підростаючого покоління, його прагнення до індивідуального успіху чи орієнтація на колективні досягнення, інтернальний чи екстернальний локус контролю, гармонійність чи структурна неузгодженість елементів „Я-концепції”. В індивідуалістичній культурі, наприклад, історично склалась висока оцінка таких особистісних якостей, як впевненість в собі і вміння володіти собою. Цілком зрозуміло, що в процесі економічної соціалізації дитина буде орієнтованою саме на таку модель особистості. Агенти соціалізації (сім'я, навчальні заклади) формуватимуть навички, які відповідають цій моделі образу людини. В колективістських культурах, де стверджується примат групи над індивідом, заохочуватимуться прагнення відповідати груповим нормам, надаватиметься перевага таким цінностям, як почуття обов'язку, підтримка традицій, гармонійність взаємостосунків. Кожна культура, кожен історичний тип суспільства створює свій особливий тип особистості.

Різні системи економічних цінностей стимулюють різні економіко-психологічні властивості індивіда, які в узагальненій формі виявляються у економічному типі особистості, що знаходить відображення у суспільному образі «людини економічної», який інтеріоризується в процесі економічної соціалізації. Відповідь на питання про можливі й існуючі економіко-психологічні якості особистості містяться в ідеалі людини як відображенні її соціально-економічного типу, який існує на рівні індивідуальної і суспільної свідомості будь-якої культури. Система економічних цінностей суспільства, до якого належить людина, накладає певний відбиток на її типові риси. Зміни соціальних умов викликають зміни економічних цінностей суспільства і, відповідно, зміни соціально-економічного типу особистоті. Той чи інший тип особистості, що втілює її особливості, які відповідають нормативному образу людини певної спільноти, є результатом динамічної соціальної адаптації.

Якщо порівняти системи економічних цінностей різних суспільств, то можна побачити, що ці цінності несуть в собі властивості людей, притаманні економічним типам людей цих суспільств. Наприклад, якщо скористатись таблицею порівняння економічних цінностей ринкової і радянської економіки [55 с.338-342], можна побачити, що в цих цінностях закарбовано риси різних економічних типів людей. Цінності радянської економіки спрямовують особистість на формування колективістських орієнтацій, тоді як цінності ринкової економіки – на індивідуалістичні (дивись представлену таблицю порівняння економічних цінностей радянської та ринкової економіки).

Таблиця 1.2

Порівняння економічних цінностей різних економічних систем

Ринкова економіка	Радянська економіка
1. Виробництво товарів	1. Виробництво речей
2. Визнання приватної власності як основної цінності і закріплення цього визнання в нормативній культурі суспільства.	2. Визнання вищою цінністю загальнонародної (державної) власності і репресивна боротьба з будь-якою іншою власністю.
3. Оцінка результатів економічної діяльності у вартості.	3. Оцінка результатів економічної діяльності у відсотках виконання завдання (плану), в натуральному обчислюванні (тоннах, метрах тощо).
4. Право власника вільно розпоряджатися створеним продуктом і пов'язаний з цим ризик.	4. Відповідальність виробника за кількість, якість і строки виготовлення продукту і пов'язаний з цим адміністративний ризик.
5. Мотивація до праці, побудована на відносинах „купівлі-продажу” робочої сили і зацікавленості робітника в підвищенні її вартості	5. Мотивація, побудована на цінностях праці на користь суспільства.
6. Виховання незалежності, відповідальності за себе, здатності до відкритих об'єднань з іншими людьми для захисту власних інтересів, стимулювання ініціативи і самоорганізації.	6. Виховання залежності і вдячності державі за її патерналізм, відповідальності перед державою, боротьба з будь-якими об'єднаннями, несанкціонованими державою.

Радянська культура всією міццю тоталітарної системи формувала інший тип особистості, ніж західна. Це був групоцентристський тип, головним для якого були клас, партія, комуністичне суспільство, а все, що навкруги – вороги, проти яких можна застосовувати будь-які засоби боротьби. Радянська епоха сформувала не тільки групоцентристську орієнтацію суспільства і особистості, а також групоцентристські внутрішні, часто неусвідомлені настановлення. В сучасних умовах багато предметів і символів, пов'язаних з цими настановленнями, виявившись дискредитованими, втратили колишню привабливість. Як відомо, економічна реальність змінюється швидше, ніж економічна свідомість. Предмети зникають, а настановлення залишаються, бо вони мають більшу інерцію і не змінюються раптово через зовнішні причини. І дійсно, зараз ми спостерігаємо, здавалося б, кардинальну зміну символів і захоплень, однак за своєю внутрішньою суттю, за змістом особистісних настановлень, що їх породили, вони залишаються колишніми. Наприклад, радянський

групоцентризм нині не тільки не подоланий, а й навпаки – розквітнув, отримав нові форми і втілення: сепаратизм, націоналізм, різні форми групування, кучкування і протистояння.

Отже, економічна культура особистості, яка формується в процесі економічної соціалізації, - це психолого-економічні якості особистості, які є носіями нормативної моделі економічного типу людини, і ці якості зумовлюють входження її в „світ економіки”. Тому економічна культура особистості – це не просто економічні знання, економіко-фінансова грамотність та інші навички, а, перш за все, особистісні якості, завдяки яким людина здатна діяти в економічному просторі. Цих здатностей людина набуває в процесі економічної соціалізації.

Якщо виходити з того, що економічною культурою особистості є якості – носії економічного типу особистості, то дослідження економічної культури ринкової економіки потребує визначення нормативної моделі економічного типу людини цієї економіки. Акумулятивним виявленням економічного у сучасній особистості в літературі представлено господарюючий тип особистості, для якого характерним є пристрасть до грошей, практичний розум, стриманість почуттів, конкретність потреб і способів їх задоволення, планомірна узгодженість дій, що ведуть до усвідомленої цілі (мети), якою є максимізація корисності. Найяскравіше таке розуміння економічного типу особистості представлено в класичній політекономії моделлю «людини економічної», основною характеристикою якої є раціональність як прагнення до максимізації корисності.

Існує досить багата література, в якій економічним типом ринкової економіки (зокрема, капіталістичної) визначається підприємницький тип особистості як такий, на який спирається „дух капіталізму” (М. Вебер). М. Вебер вважав основними рисами підприємницького духу такі, як готовність до ризику, духовна свобода, воля і наполегливість, багатство ідей, вміння об'єднувати людей для спільної діяльності. В. Зомбарт, який одним з перших створив психологічний портрет підприємця, стверджував, що дух підприємництва є головною характеристикою капіталістичного духу. До важливих якостей психологічного портрету підприємця належать: в інтелектуальному блоці – компетентність, комбінаторне обдарування, розвинута інтуїція, перспективне мислення; в комунікативному блоці – талант координатора зусиль співробітників, здібність і готовність до соціально-лояльного спілкування з іншими людьми і водночас уміння йти проти течії; в мотиваційно-вольовому блоці – схильність до ризику, внутрішній локус контролю, прагнення боротися й перемагати, потреба в самоактуалізації і суспільному визнанні, переважання мотиву досягнення над мотивом запобігання невдачі.

В більшості вітчизняних праць підприємництво досліджується з позицій діяльнісного підходу. Як і інша людська діяльність, підприємництво розглядається як феномен, що має певну структуру і включає мету, потреби,

мотиви, предмет, знання про нього, способи і засоби досягнення мети, а також умови діяльності. Підприємницька мета зумовлена такими структурними елементами підприємницької діяльності, як мотиви (внутрішні спонуки до діяльності). Особливої уваги в зарубіжній психології надається мотиву досягнення. За теорією Д. Макклелланда, індивідуальна економічна активність залежить від потреби досягнення успіху. Колеги вченого і сам він розробили методику визначення параметрів потреби досягнення. Ключова якість підприємця, за Д. Макклелландом, це прагнення до нововведень. А тому право власності на підприємство не є принциповим. Підприємець більше спирається на експертів, ніж на родичів і знайомих; переважно прагне розпочати нову справу, а не розвивати ту, що вже існує; самоцінність грошей для нього невелика; гроші сприймає як засіб досягнення мети. За К. Юнгом, велику схильність до підприємництва мають екстраверти Д. Майерс вважає, що потрібен також внутрішній локус контролю. Й. Шумпетер одним з перших створив цілісну концепцію підприємництва. Він виокремлює три підприємницькі мотиви. Перший – потреба в плануванні, владі, впливі. Він матеріалізується в нагромадженні майна. Другий – прагнення до перемоги, успіху в боротьбі з суперником і з самим собою. Третій мотив – радість творчості, яку дає самостійне ведення справ [32].

Важливим елементом підприємницької діяльності є спосіб і засоби досягнення мети. Під ними розуміють певні знання, вміння, навички, а також здібності й задатки. Чимало дослідників дотримується думки, що навчити підприємству неможливо. Для цієї діяльності необхідні особливі здібності, які розвиваються на основі вроджених анатомо-фізіологічних задатків. Такої думки дотримуються, зокрема, дослідники Гарвардського медичного центру Р. Ричарда і Д. Кінней, які вивчали здібності до підприємництва як „творчу потенцію”. Йдеться не про якісь особливі здібності, а про основну рису особистості, яка забезпечує підприємницьку діяльність.

Характеристику типу особистості ринкової економіки дав Е. Фромм у своєму аналізі типів соціального характеру [51]. За Е. Фроммом, „ринок” як соціально-економічна альтернатива старого світу породив психологічний феномен, відомий як „ринкова орієнтація характеру”. Характеризуючи останню, вчений підкреслює значення в ній „особистісного ринку”, який інтенсивно розвивається в сучасній дійсності. Суть особистісного ринку полягає в тім, наскільки добре людина вміє продати себе на ринку, наскільки привабливою є її „упаковка”. В умовах особистісного ринку, щоб досягти успіху, мало володіти умінням, розумом, майстерністю і порядністю потрібно мати здатності вступати в конкурентну боротьбу з подібними собі.

Отже, в психологічному портреті підприємця дослідники визначають різні характеристики особистості, які вважають обов'язковими. Існують моделі, в яких дається дуже детальний перелік особистісних рис підприємця. Наприклад, В.В. Рибалко поклав в основу своєї моделі підприємця-менеджера три виміри: соціально-психолого-індивідуальний, діяльнісний та

генетичний. Модель складається з п'яти етапів і до неї входять 307 якостей особистості [41].

Дослідження економічної культури особистості ринкової економіки потребує визначення структури загальних характеристик підприємливості як сукупної властивості особистості, що визначає нормативний образ людини ринкової економіки. На основі наукових досліджень психологічних особливостей підприємництва і підприємливості нами було виокремлено наступні загальні риси (диспозиції) підприємницького типу особистості: ініціативність, наполегливість, готовність до ризику, цілеспрямованість, управлінські здібності, незалежність, самовпевненість, прагнення до самореалізації, поінформованість, відповідальність. На основі цього створено диспозиційну модель підприємницького типу особистості

Таблиця 1.3

Диспозиційна модель підприємницького типу особистості

Диспозиції	Індикатори виявлення диспозицій
Ініціативність	а) бачить і використовує нові або незвичні ділові можливості б) діє до того, як його примусять обставини
Наполегливість	а) готовий до неодноразових зусиль, щоб подолати перешкоду б) змінює стратегії, щоб досягти мети
Готовність до ризику	а) віддає перевагу ситуації „виклик” або помірному ризику б) дає перевагу діям, що зменшують ризик або дозволяють контролювати результат
Цілеспрямованість	а) чітко висловлює цілі, має довгострокове бажання б) постійно ставить і коректує короткострокові завдання
Управлінські якості	а) використовує ефективні стратегії для впливу і переконання людей б) розробляє або використовує процедури спостереження за виконанням робіт
Незалежність	а) прагне до незалежності від правил і контролю інших людей б) покладається лише на себе в ситуації протистояння і відсутності успіху
Прагнення до самореалізації	а) бере на себе виконання важких завдань б) постійно підвищує фаховий рівень в) прагне досягти досконалості в своїй діяльності
Поінформованість	а) постійно збирає нову інформацію з напрямів своєї діяльності б) використовує особисті й ділові контакти для своєї поінформованості
Відповідальність	а) приймає на себе відповідальність і йде на особисті жертви для виконання роботи б) вірить у свою здатність виконувати важкі завдання

Індикатори виявлення диспозицій, що визначають підприємливість, їх наповнення дозволяють говорити про рівень економічної культури особистості.

В часи трансформації суспільного ладу звичні зразки поведінки змінюються. Рано чи пізно виникає розрив між образом людини традиційного типу і потребами суспільства в особистостях нового зразку. Традиційний соціальний тип може ще існувати, але в нових економічних умовах традиційні риси особистості стають незатребуваними. Люди прагнуть діяти відповідно до складу свого характеру, але їх поведінка або заважає досягненню економічних цілей, або вони просто не здатні діяти згідно зі своєю „природою”. Наприклад, такі особистісні риси характеру, як обережність, довірливість, поміркованість, що традиційно вважаються позитивними, в сучасному бізнесі відходять на вторинний план; на перший план виходять ініціативність, здатність до ризику, наполегливість і навіть агресивність тощо. Риси характеру, які свого часу допомагали адаптуватись до соціально-економічних умов життя, нині не відповідають цим потребам людини. Економічний розвиток відбувається швидше, ніж розвиток характеру, і розрив між еволюцією економічною і еволюцією психологічною призводить до того, що в процесі звичної економічної діяльності психологічні потреби вже не задовольняються. Оскільки потреби адаптації існують, то виникають нові способи їх задоволення, які реалізуються, зокрема, в перехідних типах особистості. В умовах трансформації суспільства виникає психосоціальний тип особистості який, з одного боку, детерміновано підсвідомим засвоєнням архетипів старого суспільства, яке агонізує, а з іншого - новим суб'єктивним життєвим простором з його новими прагненнями, домінуючими інтересами, цінностями та їх значеннями. В надрах старого світу народжується ще не зовсім сформована нова економічна культура особистості. Одночасне існування в суспільстві багатьох пластів цінностей, жоден з яких не являє собою чітко структурованої нормативної моделі, ускладнює процес економічної соціалізації. Говорячи про суперечливість такого процесу, К. Хорні відзначає два його показники: ригідність реагування і розрив між можливостями людини та їх реалізацією [52]. Ригідність реагування – це брак гнучкості, яка дозволяє людям реагувати адекватним способом на різні ситуації. Розбіжності між потенційними можливостями певної людини, її здібностями й життєвими досягненнями сприяють підтримці перехідного потребнісно-мотиваційного стану як захисного механізму в умовах несприятливого для неї способу життя. Цей стан Б. Братусь, наприклад, характеризує як такий, за якого є бажання, прагнення, потреба, але немає чітко визначеного предмету, що їх задовольняє, немає визначеного шляху життєдіяльності. Людина в такому стані може ще говорити про те, чого вона не хоче, але не про те, що їй справді потрібно [9].

Модель підприємливого типу особистості відповідає як потребам суспільства ринкової економіки, так і потребам суб'єкта економічної діяльності цього суспільства. Ця модель відповідає мірі економічної культури особистості, що втілюється з різним ступенем повноти у різних індивідів, проте кожне суспільство прагне до найбільш повного її втілення в кожній особистості. Рівень економічної культури особистості, який визначається наповненням диспозиційних складових, якими є економіко-психологічні якості особистості підприємливого типу, визначає соціальну її адаптованість. Мова йде про певну норму економічної соціалізованості індивідів. Ця норма зумовлена, перш за все, загальними соціально-економічними цінностями суспільства як певними нормативними вимогами до окремого індивіда, які відповідають, з одного боку, суспільним експектаціям щодо економіко-психологічних властивостей особистості, а з другого – індивідуально-психологічним можливостям їх реалізації людиною. Йдеться про певний рівень економічної культури особистості, який можна вважати мірою її соціалізованості. Це так звана **«актуальна культура»**, поза якої не може існувати жодне суспільство. Реальним втіленням актуальної економічної культури є суспільно необхідний рівень економічної освіти всіх вікових категорій громадян.

В актуальну економічну культуру особистості включається історично зумовлена ціннісно-нормативна система загальнозначущих економічних компетенцій, оволодіння якими є обов'язковим для ефективного функціонування як цілісної соціально-економічної системи, так і розвитку окремих індивідів. Оволодіння особистістю економічними компетенціями відбувається в процесі економічної соціалізації через механізми опрідметнення/розпрідметнення економічного досвіду суспільства завдяки економічній діяльності суб'єкта.

В сьогоднішні ми стикаємось зі ситуацією, коли актуальна культура, яка повинна бути засвоєною, суперечить минулому досвіду, а тому частіше не сприймається, що зумовлює конфлікт, кризу. На відміну від адаптації в умовах еволюційної траєкторії розвитку, коли спочатку змінюються когнітивні структури, в сучасних умовах невизначеного соціального середовища «суб'єкт змушений змінювати свої стандарти поведінки, зберігаючи на досить тривалий час незмінною структуру свідомості (цінності, установки). [26, с. 27.] Як відмічає російський психолог Б.С.Братусь, у масовій свідомості сьогодення існує, як мінімум три види культури: дорадянська, радянська, західноєвропейська. Дорадянську культуру визначає тип особистості, якому притаманні особистісні характеристики основного етносу країни; радянський вид культури визначає тип особистості, який характеризується групоцентристськими цінностями; західноєвропейський вид культури визначається «правовим типом особистості» Отже, в процесі соціалізації людина стикається з різними видами культури і змушена робити вибір, від якого залежить її життєвий

шлях. В цьому плані виникає проблема, яка пов'язана з тим, що соціальні зміни випереджають темп розвитку особистості, яка утруднює вибір соціально-економічних цінностей. Особливо гострою ця проблема стає для молоді, у якої відбувається ряд соціальних виборів. В умовах, коли людина включена в соціальні комунікації, що постійно виходять за межі її індивідуального «Я», потрібні нові підходи до забезпечення ефективних практик становлення економічної культури особистості, які базуються на моделях економічної поведінки без опори на загальноприйняті стандарти. В цілому необхідно переміщення акцентів на активність особистості в ході соціалізації, на персональні системи цінностей і ідентифікаційних структур, на необхідності креативної поведінки (людина намагається перетворювати ситуацію, не оглядаючись на стереотипні норми, які склались).

скільки в актуальній економічній культурі опредметнено економічний досвід людства в його заданості суб'єкту, то економічна діяльність особистості з розпредметнення економічного досвіду людства, в процесі якої відбувається формування економічної культури особистості, відбувається у відповідності з тим значенням і смислом, який вона вкладає в феномени економічної реальності, що нею інтеріоризуються. У зв'язку з цим виникає проблема адекватності розпредметнення особистістю соціального досвіду в процесі становлення її економічної культури. Проблема полягає в тому, що розпредметнення індивідом **культурного смислу предмету** в процесі соціалізації повинно відбуватись у відповідності з культурним значенням цього предмету. Можна придбати річ, володіти нею, але не використовувати тих її властивостей, які відповідають її культурному смислу. В цьому випадку не буде розпредметнено культурний зміст речі. В зв'язку з цим виникає проблема, яка в психологічній літературі означена як «мати чи бути?» (Е.Фром). Справа в тому, що культурне значення не міститься в минулому досвіді, а лише задається його предметами, які індивідам потрібно розпредметити у відповідності з тим культурним значенням, які вони надають цим предметам.

В роботі «Діяльність. Свідомість. Особистість.» О.М.Леонтьєв доводить, що значення, в яких представлено ідеальну форму існування людського досвіду, є найважливішими змістовними одиницями людської свідомості. [29] Смысл є модифікацією змісту значення в індивідуальному акті свідомості. Смысл виникає на стику значення з індивідуальним досвідом людини, а тому значення завжди суспільно, смысл - індивідуальний. Останнє пов'язано з індивідуально-психологічними особливостями особистості. Наприклад, за словом «дерево» ховається значення, що вироблено суспільною практикою, а для конкретного індивіда (лісоруба, садівника, столяра тощо) це загальне значення поняття «дерево» виступає у своєрідній транскрипції через особистий досвід, набуваючи тим самим індивідуального смислу. Так загалом розуміється смисловий рівень спілкування в умовах міжіндивідної і міжкультурної комунікації [23]

Смисл не є тотожним об'єктивному змісту речей, їх якостям, властивостям, законам. Предмети матеріальної дійсності існують незалежно від того, чи пізнані вони. Напроти, їх буття як явищ людського світу знаходиться в прямій залежності від наявності в них смислу. В.П.Іванов писав, що смисл речей не витягується із них самих, але він і не присвоюється за бажанням людини. Смисл речей об'єктивно вплетено у хід суспільно-історичної практики, яка організує порядок співіснування і взаємовідношення речей як елементів і форм життєдіяльності і розвитку людського роду [23].

П. Сорокін, розкриваючи суб'єктивні особливості інтеріоризації соціального досвіду, відмічає, що з точки зору матеріального обміну храми і музеї є лише певною упорядкованістю будівельних матеріалів. Так вони сприймаються психікою тварин. Іншими вони бачаться лише людині, яка добавляє до образу соціальні конструкції. «Всі ці явища (храми, музеї, машини тощо) належать до категорії соціальних фактів лише тому, що вони суть символи психічних переживань або, інакше кажучи, вони суть психіка, що реалізувалась» [42]. П. Сорокін називає це також «застиглою психікою». Соціальна дійсність сприймається людиною через значення і смисл, через які вона бачить цю дійсність. В цьому смислі храм - символ релігійних почуттів, релігійних відносин людини до смислу свого існування. Конкретний храм – знак символу, його матеріалізація в культурі спільноти. Завдяки символічній стороні культура здатна відображати не просто факт наявності об'єкта, але й сутність цілої категорії явищ, ланцюг причинно-наслідкових зв'язків суб'єкта з об'єктом. В кожному суспільному символі присутня відповідна соціальна єдність, тобто система соціально-психологічних відносин, яка створює цю єдність. Через символічне означення сутності цілої категорії явищ культура зберігає в собі досвід соціального і цим самим стає універсальним інструментом регулювання людських взаємовідносин.

Отже, проблема адекватного розпредметнення індивідом економічного досвіду людства в процесі економічної соціалізації пов'язана також з особливостями індивідуального досвіду особистості, з перебудовою свідомості індивідів, з адаптацією людини до соціально-економічного простору, з розвитком особистості у відповідності з соціально-культурними цінностями. Норми культури не є зовнішнім по відношенню до особистості імперативом. Засвоюючись особистістю, вони перетворюються у внутрішній регулятор її поведінки. Норми культури є відносно стійкі (стереотипні) зразки, у відповідності з якими формуються індивідуальні і соціально-групові психічні процеси, акти поведінки. Проте жодна людина не може засвоїти всього соціального багатства, що втілено в культурі минулого і сучасного. Особистість освоює культуру в індивідуальній формі. В цьому відношенні культура особистості - це не просто конгломерат освоєних і реалізуємих нею культурних цінностей, а особливий неповторний «мікрокосм», особистісна система.

Аналіз економічної культури особистості в онтогенетичному аспекті

Соціалізація індивіда починається з дня його народження і продовжується все життя. Економічна соціалізація і, як її результат, економічна культура особистості починається з періоду «входження» дитини в економічний простір життя. Становлення економічної культури особистості відбувається в процесі соціалізації як послідовне, поетапне засвоєння людиною різних рівнів економічних цінностей, які відповідають її віковим потребам і можливостям. Рівень економічної культури особистості визначається стратегіями поведінки, якої вимагає соціально-економічний простір, в який вона включається. Ми розглядаємо цей простір як систему соціально-психологічних впливів, яка набуває по відношенню до індивіда тих форм, які він здатен сприймати і засвоювати у відповідності зі своїми віковими особливостями.

Як відомо, соціалізація індивіда є стадійним процесом. Поступове входження індивіда у загальний соціально-психологічний простір відбувається через переорієнтацію його з однієї системи економічних форм соціалізації на іншу через розширення та узагальнення соціально-психологічних відносин між усіма суб'єктами економічної діяльності.

Нами виділено три рівні економічних форм соціалізації як певних систем соціально-психологічних впливів в залежності від провідного типу діяльності в різні вікові періоди соціалізації індивіда. Ці рівні економічних форм соціалізації відрізняються, по-перше, величиною економічного досвіду, який засвоюється індивідами, по-друге, широтою стосунків з іншими індивідами- суб'єктами економічної поведінки, по-третє, специфікою взаємодії один з одним.

Перший рівень – це система економічних форм соціалізації індивіда, яка забезпечує первинне «входження» дитини у світ економічної реальності. Особливості цієї системи економічних форм полягають в тому, що «світ економічної реальності» сприймається і засвоюється дитиною головним чином у наочно-образній формі через взаємодію «індивід-індивід» завдяки конкретно-особистісному спілкуванню (з матір'ю, рідними в сім'ї, близькими родичами, вихователями) на рівні «я-ти». Системотворчим елементом цього рівня є гра як провідний тип діяльності у дитячому віці. Гра виявляється тим засобом, котрий забезпечує перетворення загальних форм економічної діяльності і спілкування у індивідуальну економічну поведінку особистості в дитячому віці. Це потребує особливої уваги до розробки методик гри та більш активного використання гри як засобу економічної соціалізації молодших дітей.

Економічна соціалізація починається з дитинства. Спочатку дитина включається в соціально-економічний простір купівлі-продажу та набуває економічного досвіду в сім'ї завдяки сумісній господарській діяльності. У простір «купівлі-продажу» дитина «входить» через „кишенькові гроші” [2].

Це відповідає її психологічним потребам і можливостям. Дитина гроші не вміє заробляти, але вона повинна вміти з ними поводитися. Рівень її економічної культури визначатиметься вимогами до неї соціально-економічного простору, в якому реалізується її економічна поведінка, а також її можливостями інтеріоризувати цінності цього простору. Кожен віковий період має свої можливості і потреби щодо включення в той чи інший сектор соціально-економічного простору. Це потребує досліджень особливостей соціально-економічного простору особистості як фактора її економічної соціалізації на різних стадіях.

Досліджуючи особливості економічної соціалізації дітей, О.Козлова показала, що діти по-своєму сприймають економічну реальність. Входження дітей в економічний світ відбувається в особливому економічному просторі (домашнє господарство, магазин) [25] та через особливі засоби (кишенькові гроші), допомогу батькам в домашньому господарстві.

З метою дослідження особливостей уявлень про економічну реальність дітей молодшого віку ми провели опитування школярів 2-3-4-го класів загальноосвітньої школи. Загалом в дослідженні взяли участь 164 дитини. Питання анкети стосувались такого феномену економічної сфери як гроші. Нас цікавило те, як діти розуміють, що таке гроші, їх функції, звідки беруться гроші. Було отримано такі результати. Більшість учнів другого класу (45 опитованих) вважають, що гроші потрібні для того, щоб купувати їжу, годувати сім'ю, годувати дітей. Дехто з них відповів, що гроші потрібні для забезпечення майбутнього своєї дитини («гроші потрібні для відпочинку»). Діти знають звідки беруться гроші, більшість з них знає, що їх заробляють, п'ятеро дітей написали, що гроші малює художник, одна дитина написала, що не знає, звідки беруться гроші. Діти мають уявлення, що таке банк. Загалом діти ставляться до грошей позитивно. Одна дитина написала, що «гроші – це найкращі друзі». Ще декілька цікавих висловлювань у тій формі, що було отримано: «за гроші людина може бути щаслива»; «гроші, це те, що творить людині життя, гроші це радість»; «автомат друкує гроші для щастя людини»; «коли є гроші, людина радіє». Отже, гроші в уявленні дітей цього віку є символом щастя і багатства.

Відповіді дітей, які навчаються в третьому класі (58 респондентів) дещо відрізняються від попередніх. Уявлення про функції грошей у них більш широке. Діти розуміють, що крім витрат на їжу гроші потрібні для лікування, освіти, сплати комунальних послуг. Діти знають, що гроші можна брати і давати у борг, за гроші можна придбати будинок, квартиру (3 дітей). В цьому віці діти краще розуміють, як гроші потрапляють до кишені батьків. В емоційному ставленні до грошей з'являються негативні відтінки, але вони розуміють, що гроші дуже важливі для життя («гроші така річ, з якою важко розпрощатися, вони ще дають головну роль»; «вони потрібні людям, а іноді задають людям шкоди»; «гроші погана річ, бо від них страждають люди,

тварини, рослини, бо люди заради грошей роблять усе, що захочуть» (подається у незмінній редакції)).

Діти, що навчаються у 4 класі (60 респондентів) мають чітке уявлення про походження грошей, про те як працює банк, магазин, для чого потрібні гроші («без грошей нема зв'язків з різними державами», «гроші потрібні щоб розпочати свою справу»). Одна дитина написала, що «батьки дають мені трохи грошей, щоб я пішов у магазин і купив собі щось»). В деяких відповідях відображена моральна сторона, пов'язана з грішми. Так п'ятеро респондентів вважає, що гроші беруться з гральних автоматів («гроші беруть в гральних автоматах, кидаєш одну монетку, а виходить шість баксів»). Отже, уявлення дітей про економічну реальність відповідає їх віковим особливостям, можливостям відображати і інтеріоризувати економічні цінності.

Кожній стадії економічної соціалізації індивіда притаманні специфічні закони, що характеризують внутрішню логіку формування економічної культури особистості. Розвиваючись, особистість постійно будує і перебудовує свій соціально-економічний простір, створюючи його через структурування зовнішньої економічної реальності відповідно до внутрішньої своєї структури. Включення індивіда до того чи іншого соціально-економічного простору опосередковується віковими особливостями. Нами було зафіксовано динаміку економічних уявлень відповідно до змін, що відбуваються у психіці дитини з дорослішанням. Якщо діти других класів асоціюють гроші з конкретними предметами (скарб, папірці, речі, їжа), то в четвертому класі вони пов'язують гроші із загальними явищами (багатство, злочинність, робота). Дитяча свідомість віддзеркалює досить адекватно дорослий світ економіки у формі, притаманній цьому вікові (в цілісних образах, в конкретиці). По-перше, всі діти розуміють велике значення грошей в сучасному суспільстві. По-друге, вони уявляють ринкову економіку зі всіма її суперечностями („є бідні і багаті“, „бізнесмени“ і „бізнес“, „банк“ і „банківські операції“, є „банкрутство“). По-третє, в уявленнях дітей про гроші відображено всі сторони суспільного життя, зокрема, різний соціально-економічний статус людей, ставлення до багатих і бідних, моральна сторона суспільства („гроші можуть бути злом, якщо за них вбивають людей і завдають шкоду природі“).

Отже, економічна культура дітей молодшого віку має свою специфіку, яка визначається, по-перше, віковими особливостями дитини, її потребами, а також вимогами суспільства до економічної освіти.

Другий рівень – це система економічних форм соціалізації людини на етапі засвоєння досягнутих суспільством відносин розподілу праці, котра є головним фактором соціалізації на етапі оволодіння індивідом сферою професійної діяльності. Цей етап співпадає з підлітковим періодом соціалізації, на якому відбуваються суттєві зміни у становленні економічної культури особистості. Домінування в ендопсихічній системі підлітка потреби

„в дорослості” не може не позначитись на системі його економічних репрезентацій. Нами, наприклад, були виявлені суттєві відмінності між підлітками і молодшими школярами у ставленні до грошей і розумінні їх функції, що зумовлено особливостями їх потребової системи. Якщо для дитини визначальним у розумінні грошей є їх споживацька функція, а простором економічної поведінки – місце купівлі-продажу (магазин), то підліток розуміє функцію грошей по-іншому, вбачаючи в них, перш за все, забезпечення матеріального добробуту. Ці зміни у розумінні підлітками функції грошей позначаються на зміні їх місця в економічній реальності, переході в простір виробничої діяльності. Цей новий простір економічної поведінки підлітків, який відображається, перш за все, у поведінковому компоненті системи економічних репрезентацій, відповідає основній потребі цього вікового етапу розвитку особистості – потребі у дорослості. Саме ця потреба впливає на форму економічних ціннісних репрезентацій, зумовлює необхідність формування таких економіко-психологічних характеристик які відповідали б соціальним експектаціям.

На підлітковому етапі економічної соціалізації відбувається переорієнтація людини на нові форми зв'язку з економічним світом. Носіями нових форм економічної культури стають групи однолітків. Ці форми, з одного боку, мають ознаки конкретно-особистісного, яке існує в безпосередньо контактуючих членах групи, з іншого – узагальнено-соціальні властивості (групові норми і цінності). Це рівень економічної соціалізації, на якому система економіко-культурних формотворень людини існує як групове «ми». В зв'язку з цим важливим є дослідження особливостей підліткових груп як певних економіко-культурних систем формотворень людини. Особливістю цих формотворень є те, що вони є перехідною і проміжною формою між конкретно-індивідуальним первинної соціалізації й узагальнено-соціальним соціетального рівня дорослої людини, який відповідає перехідному характерові індивідуально-психічних властивостей підлітків. На цьому рівні соціалізації основним засобом оволодіння економічною культурою є професійна діяльність людини, яка відповідає історичним особливостям суспільного розподілу праці. Розподіл праці, являючи собою конкретно-історичні форми виробництва, у той же час виступає як система форм, що «творять людину», формують її особистість завдяки включенню її у діяльність в рамках цих форм. Ці конкретно-історичні форми, які є засобом передачі з покоління у покоління нагромадженого досвіду, знань, приписують індивідам певний спосіб діяльності. У цьому плані розподіл праці є фактором економічної соціалізації індивіда. На основі розподілу праці виникають професії, котрі приписують індивідам виконання певних функцій, форми спілкування, здійснюють вплив на їх особистісні властивості. У структурі діяльності індивіда роль професійної діяльності є настільки великою, що вона головним чином і визначає весь процес соціалізації дорослої людини.

Третій рівень економічних форм соціалізації – соціетальний, на якому зв'язок індивіда з економічним світом здійснюється через економічні норми і цінності соціуму. Носіями цієї системи соціально-культурних формотворень людини є великі соціальні групи (професійні, етнічні, конфесійні тощо), в межах яких їх представники взаємодіють опосередковано. Ця опосередкованість надає безмежні можливості для розширення, розгалуження й узагальнення соціальних відносин та засвоєння соціально-економічного досвіду в його узагальненій, сутнісній формі, що стає умовою реалізації творчої сутності людини. Головним засобом економічної соціалізації особистості на цьому етапі є система іновацій культури, а суб'єктами цього процесу індивіди юнацького та зрілого віку. В юнацькому віці економічна соціалізація відбувається ефективно, якщо економічні цінності суспільства репрезентуються молодою людиною у відповідності з її головною потребою – потребою у самореалізації. А це потребує такого рівня економічної культури, який пов'язується не тільки і не стільки з набуттям економічних знань, а переважно з формуванням таких особистісних властивостей, як самостійність, відповідальність, наполегливість, цілеспрямованість.

проблема оволодіння економічною культурою для кожної людини є проблемою вибору із всіх накопичених людством економічних цінностей тих деяких, які вона може засвоїти протягом життя. Вибір є обмеженим. Важливо вибрати те, що найкраще відповідає спрямованості розвитку конкретної людини. Становлення економічної культури особистості відбувається завдяки інтеграції нових пізнавальних, афективно-ціннісних та конативних можливостей, які несуть в собі, з одного боку, економічні цінності суспільства, а з іншого боку – індивідуально-психологічні властивості особистості як втіленні в ній здатностей та можливостей, в яких відображено особливості форм її життєдіяльності. Цей процес здійснюється як формування певного способу взаємозв'язку структурних компонентів економічної культури. Вплив економічних цінностей на розвиток особистості - глибоко індивідуальний процес, в якому поєднуються розум і почуття, необхідне і випадкове. В цьому якраз полягає універсальність економічних цінностей як економічних форм соціалізації особистості, що детермінують структурну цілісність психологічного феномену економічної культури, визначають особливості взаємозв'язку і взаємовідносин елементів його структури між собою, а також взаємозв'язок між структурою як системним утворенням із зовнішнім світом людини.

Аналіз соціалізації в такому ракурсі передбачає можливість визначити специфіку цього процесу в залежності, по-перше, від особливостей системи цінностей інституційованого соціального середовища, по-друге, від особливостей мотиваційно-потребової системи індивіда.

Висновки до розділу

В основу теоретичної концепції дослідження соціально-психологічних закономірностей становлення економічної культури молоді покладено наступні теоретичні положення, які визначено основними принципами побудови структурно-функціональної моделі та програми емпіричного дослідження чинників становлення економічної культури молоді.

1. Система основних категорій дослідження визначена через співвідношення понять «культура», «економічна культура», «економічна культура особистості».

а) У порівнянні з поняттям «суспільство» в понятті «культура» акцент зроблено на тому, що «напрацювання» людства представлено у формах, які втілюють узагальнену діяльність людей, завдяки яким здійснюється зв'язок поколінь і зберігається історія. Тому культура - це система суспільних форм діяльності, які слугують збереженню людської спільноти та її розвитку.

б) Економічна культура зумовлена не тільки економічною сферою, сутністю якої є проблема ефективного використання (споживання та виробництва) обмежених матеріальних ресурсів, але й всіма іншими суспільними сферами, з якими вона існує в єдності (моральність, релігія, право, політика тощо). Тому економічну культуру потрібно розглядати як феномен, що представлений не тільки у створених суспільством матеріальних і духовних засобах економічної діяльності, а також як такий, що характеризує особливості економічної свідомості, мислення, поведінку, історичну пам'ять, традиції, звички, норми економічної поведінки, тобто, все те, що стосується людського фактору.

в) В понятті «економічна культура особистості» відображається економічна культура на рівні окремого індивіда. На цьому рівні культура конкретизується як економіко-психологічні властивості індивіда, зміст яких зумовлено конкретною системою відносин «людина-економічний світ» і які забезпечують йому певне місце, певний статус в економічній сфері суспільства, визначають спосіб та рівень його економічної діяльності у відповідності з потребами суспільства та його власними інтересами.

2. Визначено і проаналізовано основні змістовні характеристики економічної культури особистості, а саме: економічність, моральність, суб'єктність.

а). «Економічність» в економічній культурі особистості виявляється у раціональності, яка розуміється як спрямованість особистості на те, щоб в умовах обмежених ресурсів домагатись найбільшої вигоди, зменшення витрат. Ця спрямованість представлена через такі індикатори як здібності людини до підприємливості та бережливості.

б) «Моральне» у феномені економічної культури особистості є тотожним «культурному», бо статусу всезагальності в культурі набуває

лише позитивний попередній досвід людства. Проблема співвідношення економічного і морального в економічній культурі особистості пов'язана, в першу чергу, з дослідженнями чинників виникнення «внутрішнього морального конфлікту» суб'єкта економічної діяльності в умовах ринкової економіки українського суспільства.

в) Суб'єктність є одним із провідних параметрів економічної культури особистості, що визначає вищий рівень розвитку індивіда, який в умовах ринкової економіки виявляється в підприємливості як базовій властивості нормативної моделі економічного типу людини ринкової економіки. Індикаторами підприємливості в цій моделі є такі риси як ініціативність, прагнення до самореалізації, готовності до ризику, відповідальність, асертивність тощо, які забезпечують здатність особистості до створення власних життєвих економічних програм і цілей.

3. Суб'єктність як характеристика економічної культури особистості, так само як підприємливість - сутнісна якість типу особистості ринкової економіки - є результатом економічної соціалізації, а поняття «економічна суб'єктність» і «підприємливість» можуть вживатись як тотожні стосовно цілі економічної соціалізації в умовах ринкової економіки а також можуть виконувати функцію критерія економічної соціалізованості особистості.

Література до розділу

- 1.Ананьєв Б.Г. Человек как предмет познания / Б.Г.Ананьев- Л.: Из-во ЛГУ, 1968. –339с.
- 2.Антонова З.О.Соціально-психологічні особливості економічної соціалізації підлітків. Автореф. Дис.. канд. психол. наук -19.00.05./ З.О.Антонова.- Інститут психології імені Г.С.Костюка НАПН України. - Київ, 2011.- 19 с.
- 3.Арнольдov А.И. Теория культуры; историзм и вопросы методологии // Культура, человек и картина мира/ Отв.ред. А.И.Арнольдov, В.А.Кругликов. М.: Наука, 1987. с.5-27.
- 4.Асмолов А.Г.Психология личности./ А.Г.Асмолов.- М.Изд-во Моск. Ун-та.1990.-224 с.

- 5.Балл Г.О. Сучасний гуманізм і освіта: соціально-філософські та психолого-педагогічні аспекти./ Г.О.Балл.–Рівне: «ЛістаМ». 2003.-128с
- 6.Библер В.С. Бахтин и всеобщности гуманитарного мышления./ В.С.Библер // Механизмы культуры (отв.ред. Б.А.Успенский. М.:
- 7.Боечко Н. И. Экономическая культура: проблемы и тенденции развития./ Н.И.Боечко -СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005. - 182 с.
- 8.Бояринцева А. В. Психологические проблемы экономической социализации / А.В.Бояринцева.// Педагогика. - 1994. № 4. - С. 12 -18.
- 9.Братусь Б. С. Психология. Нравственность. Культура./ Б.С.Братусь - М. 1994. -360 с
- 10.Брушлинский А.В. Проблемы психологии субъекта./ А.В.Брушлинский. – М.: Ин-т психологии РАН, 1994. – 301 с.
- 11.Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения. / М.Вебер. Пер с нем. Ю.Н.Давыдова. М.: Прогресс.1990. – 808 с.
- 12.Выготский Л.С. Собр. соч: в 6-ти т. Т 3/ Л.С.Выготский.- М. Педагогика, 1983. – 336-440с.
- 13.Вяткин А.П. Диссонанс рыночных и этических представлений как психологический механизм экономической социализации личности// Вестн. Гос. Ун-та управления. –М., 2008. № 10 с.35-41.
- 14.Гегель Г. Феноменология духа/ Г.Гегель // Соч: в XIV-ти томах. Т. IV. М. 1959. – 440 с.
- 15.Гегель Г. Философия права./ Г.Гегель Соч: в XIV-ти томах. Т. VII. М. Соцэкгиз, 1934. – с. 214-215.
- 16.Гирц К.Интерпретация культур/ К.Гирц : Пер. с англ О.В.Барсукова и др.- М.:РОССПЭН, 2004.- 560 с.
- 17.Горбачёва Е.И., Купрейченко А.Б.Отношение личности к деньгам:нравственные противоречия в оценках и ассоциациях// Психол. журн. 2006. Т.27 № 4 с.26-37.
- 18.Губерський Л., Андрущенко В., Михальченко М. Культура. Ідеологія. Особистість: Методолого-світоглядний аналіз./ Л.В.Губерський, В.П.Андрущенко, М.І.Михальченко — Київський національний ун-т ім. тараса Шевченка – К.: Знання України, 2002., -580 с.
19. Диалектика деятельности и культура / Отв.ред. В.Г.Табачковский, А.И.Яценко – Киев. Наук. Думка,1983. – 296 с. С. 40].
- 20.Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект /Загальна редакція – В.В.Москаленко. – Наук. Видання. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2008. – 336 с.
- 21.Журавлева Н.А. Динамика ориентаций личности на экономические ценности в условиях социально-экономических изменений. /

- Н.А.Журавлёва //Проблемы экономической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. Т.1. С.379-411
- 22.Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни: очерки теории/ Т.И.Заславская, Р.В.Рывкина – Новосибирск. Наука. Сиб.отд-ние, 1991. - 448с.
- 23.Иванов В.П. Человеческая деятельность- познание-искусство./ В.П.Иванов. - Киев «Наукова думка».1977. 250 с.
- 24.Ионин Л.Г. Социология культуры./ Е.Н.Ионин.- М.: Издательская корпорация «Логос», 1996. – 280с. С. 53
- 25.Козлова Е. В. Психологические особенности социализации на разных этапах детства: Дис. ... канд. психол. наук. – М., 1998. – 150 с.
- 26.Корель Л.В.Социология адаптации: Вопросы теории методологии, методики/Л.В.Корель.- Новосибирск: Наука, 2005. -423 с. с. 27.]
- 27.Косолапов Н.А. Социальная психология и международные отношения. М.: Наука, 1983. 269 с.
- 28.Коул М. Культурно-историческая психология: наука будущего./ М.Коул. - М.: «Когито-центр», из-во ИП РАН, 1997. – 432 с.
- 29.Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность./ А.Н.Леонтьев –М, Политиздат - 1975. -304 с.
- 30.Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа,строение и динамика смысловой реальности / Д.А.Леонтьев. – М.: Смысл, 2007. -511 с.
31. Лосев А.Ф. Проблема смысла и реалистическое искусство./ А.Ф.Лосев. – М.: Искусство.1976. – 605 с.
32. Майерс Д. Социальная психология: Пер. с англ./ Д.Майерс – СПб: Питер, 1996. – 684 с.
- 33.Мировоззренческая культура личности (Философские проблемы формирования).- Киев.Наукова думка. 1986 -295 с.
- 34.Москаленко В.В.Соціалізація особистості: монографія/ В.Москаленко. – К.: Фенікс, 2013. – 540 с.
- 35.Москаленко В.В. Особливості соціально-психологічних чинників економічної культури особистості // Соціальна психологія. - 2006. - № 5 (19). - С.26-40
- 36.Наумова Л.А. Психологические закономерности динамики профессионального самоопределения студентов на примере инженерных специальностей: Автореф. дис.канд. психол.наук.Ярославль.2005.- 20 с.
- 37.Петровский В.А.Личность в психологии:парадигма субъективности / В.А.петровский. – Ростов н/Д. Феникс. 1996. – 512 с.
- 38.Поддьяков А.Н.Непереходность (нетранзитивность) отношений превосходства и принятие решений// Психология:журн. Высш.школы экономики. М., 2006. Т 3. № 3. С.88-111.
- 39.Проблемы экономической психологии Том 1 / Отв.ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. М. Изд-во ИП РАН, 2004 – 620 с.

40. Проблемы экономической психологии Том 2 / Отв.ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. М. Изд-во ИП РАН, 2004 – 644 с.
41. Рибалко В. В. Психологія розвитку творчої особистості: Навч. посібник./ В.В.Рибалко. - К.:ИЗМН, 1996.-236 с
42. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика./ П.Сорокин: Пер с англ. В.В. Салова. - М.: Астрель. 2006. 1175 с.
43. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология./ Т.Г.Стефаненко. – М.: Институт психологии РАН, «Академический проект», 1999. – 320 с.
44. Сушков И.Р. Психологические отношения человека в социальной системе./И.Р.Сушков.–М.: Изд.-во «Институт психологии РАН» 2008.– 612
45. Татенко В.А. Психология в субъектном измерении: Монография. В.А.Татенко –К.Просвіта, 1996. – 404 с.
46. Титова Н.М. Социальная психология: Учебное пособие для вузов. Изд.2-е, испр. В-ка студента, Изд-во: Флинта, МПСИ, 2007.
47. Уэбли П. Понимание детьми экономических явлений / П.Уэбли. //Проблемы экономической психологии. Т.2. / отв.ред. А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005, с.146-180
48. Филинкова Е.Б. Мотивация и представления предпринимателей о своей предпринимательской деятельности./ Е.Б.Филинкова. // Социальная психология: Практика. Теория. Эксперимент. Практика / Под ред.В.В. Козлова. Ярославль, 2000. С.209-211.
49. Франк С.Л. Духовные основы общества: вступление в социальную философию./ С.Л.Франк. – М., Республика. 1992 -512 с.
50. Франкл В. Человек в поисках смысла / В.Франкл.- Пер.с нем и англ.- М.: Просвещение, 1990.- 368 с.
51. Фромм Э. Бегство от свободы./ Э.Фромм. - Пер с англ./Общ. Ред и послеслов. П.С.Гуревича.М.:Прогресс.1990. - 272 с.
52. Хорни К. Невротическая личность нашего времени: Самоанализ/ К. Хорни. Собр. соч. в 3 т. Т. 1. – М., 1997, с. 272–488.
53. Шинкарук В.И., Яценко А.И. Гуманизм диалектико-материалистического мировоззрения./ В.И.Шинкарук, А.И.Яценко –Киев: Политиздат
54. Шинкарук В.Л. Культура і освіта: світоглядний аспект. / В.Л.Шинкарук // Шлях освіти. 1996.
55. Экономическая психология / Под ред. И. В. Андреевой. СПб. Питер. 2000. – 512 с.

РОЗДІЛ 2. ДЕТЕРМІНАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ ЧИННИКАМИ ОСВІТЯНСЬКОГО СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ

2.1. Особливості освітянської сфери суспільства як простору становлення економічної культури молоді

Сфера освіти – це надзвичайно складна система відносно стійких типів і форм соціальної практики, завдяки яким забезпечується стійкий зв'язок і відносин в рамках організації підготовки та включення індивідів у різні сфери життєдіяльності суспільства, у його культуру. Система освіти є соціальним інститутом, головною функцією якого є навчання і виховання членів суспільства. Діяльність інституту освіти регулюється, по-перше, сукупністю специфічних норм і приписів, по-друге, наявністю багатьох установ, оснащених певними матеріальними засобами, по-третє, наявністю відповідних кадрів, що здатні забезпечити функціонування освітніх установ тощо. Отже, сфера освіти має багато складових зі своїми відтінками, багато проблем, які проаналізовані в чисельній науковій літературі. Науковці виділяють наступні особливості інституту освіти. По-перше, цілеспрямований характер впливу. Ціллю освіти завжди було відтворення існуючої суспільної системи. По-друге, будь-яка система освіти орієнтується на ідеальну модель. Освіта спрямована на наявність ідеального взірця, який потрібно отримати «на виході». По-третє, будь-який освітянський інститут втілює операційні критерії оцінки своєї діяльності, які розуміються як ступінь відповідності того, що отримано «на виході», зі заявленою ідеальною моделлю. По-четверте, інститути освіти передбачають фіксацію термінів впливу і наявність штату професійних спеціалістів [4, с.85-86]. Саме тому сфера освіти є провідним інститутом соціалізації особистості.

Не ставлячи за мету аналіз цієї сфери, який може здійснюватись у різних напрямках, ми розглядаємо його як соціальний простір, в якому відбувається становлення економічної культури особистості. Освітянська сфера - це система цілеспрямованих, педагогічно організованих взаємодій педагогів та учнів, самих педагогів і самих учнів один з одним. Саме в такій особистісній взаємодії відбувається зміна мотиваційно-ціннісної системи особистості взаємодіючих індивідів, виникає можливість для пред'явлення суб'єктам інтеріндивідної взаємодії соціально значущих норм і способів поведінки, тому система освіти є одним з основних шляхів організованої системи формування економічної культури особистості. Увага до сфери освіти як важливого простору процесу економічної соціалізації людини, результатом якого є становлення економічної культури особистості, зумовлена змінами в суспільстві, які відбуваються в економічній життєдіяльності людей. Як відомо, економіка будь-якого суспільства здатна функціонувати через суб'єкта діяльності, особистісні риси якого узгоджувалися б з основними принципами ринкової економіки цього

суспільства. Ринкова економіка сучасного суспільства вимагає від людей цього суспільства певної економічної культури. Науковий інтерес до економічної культури не тільки як явища соціально-психологічного, але й педагогічного, пов'язано також зі змінами, які відбуваються в сфері освіти як простору, в якому здійснюється економічна соціалізація індивіда. Ці зміни характеризуються, перш за все, новою парадигмою сучасної освіти.

2.1.1. Особливості нової парадигми освіти

Парадигма освіти – це своєрідне підґрунтя для педагогічної діяльності. Дефініція "парадигма" була запропонована Т.Куном в його концепції зміни фундаментальних наукових теорій. Під парадигмою освіти розуміється синтез певних теоретичних положень і способів їх реалізації, які є значущими для співтовариства учених і практиків освітянської сфери. Зміна парадигм не відбувається з волі навіть дуже талановитих наукових авторитетів. Парадигма в системі освіти визріває в суспільстві, коли створюються нові цінності в культурі, коли виникають нові форми взаємодії між поколіннями, коли компоненти старого педагогічного процесу виявляються неспроможними забезпечити інноваційні перетворення.

Виникає питання: які зрушення в суспільстві в останні десятиліття змінили теоретичну модель педагогічної діяльності, звернувши увагу не тільки на навчання і виховання, але й соціалізацію людини як багатовимірний процес, в якому одне з провідних місць посідає економічне виховання? Ці зрушення стосуються, по-перше, процесів, які відбуваються в системі суспільних відносин, по-друге, створення нових теоретико-методологічних підходів до аналізу процесу соціалізації [11].

Новою сучасною парадигмою освіти є включення в її систему багатовимірності соціалізації, яка передбачає модель педагогічної діяльності, спрямованої на мотивування у особистості в процесі навчання особистісних якостей, головними з яких є психологічна і організаційна готовність до орієнтації на власні сили у виконанні життєвих задач, високий рівень мотивації до досягнення життєвого успіху, здатність до накопичення, відновлення і раціонального використання життєвої енергії, здатність до включення в економічні відносини, які передбачають взаємозалежність суб'єктів цих відносин і будуються на взаємній довірі та взаємній підтримці, з урахуванням інтересів всіх учасників цих відносин. Отже, за своєю сутністю перераховані цілі і задачі освіти передбачають формування економічної культури особистості.

Нова освітянська парадигма зумовлена, перш за все, наступними особливостями інформаційного суспільства, що впливають на багатовимірний процес соціалізації, в якому провідне місце відводиться економічній культурі особистості: по-перше, переходом економічних і соціальних функцій від капіталу до інформації; по-друге, симбіозом соціальних організацій і інформаційних технологій; по-третє, тим, що

провідним фактором соціальної диференціації стає не власність, а рівень знань.

2.1.2. Проблеми соціалізації в умовах нового освітянського простору

Особливістю сучасних соціально-культурних перетворень у нашому суспільстві також є співіснування швидкості і радикалізму суспільних реформ з відсутністю їх єдиного вектору, що в цілому визначається як соціальна нестабільність, яка у соціальному уявленні сприймається і виглядає як абсолютна невизначеність ситуації, і відповідно – неможливість прогнозування своєї життєдіяльності. Особливо значущою ця проблема стає для молоді, яка стикається з різними видами культури і змушена робити вибір, від якого залежить її життєвий шлях. Як відмічає російський психолог Б.С. Братусь, у масовій свідомості сьогодення існує, як мінімум три види культури: дорядянська, радянська, західноєвропейська. Дорядянську культуру визначає тип особистості, якому притаманні особистісні характеристики основного етносу країни; радянський вид культури визначає тип особистості, який визначається групоцентристськими цінностями; західноєвропейський вид культури визначається «правовим типом особистості». В цьому відношенні вимальовується декілька методологічних проблем соціалізації особистості.

Перша проблема пов'язана з тим, що соціальні зміни випереджають темп розвитку особистості, і це утруднює традиційне засвоєння соціального досвіду. Складається ситуація, коли актуальна культура, яка повинна бути засвоєною, суперечить минулому досвіду, а тому частіше не сприймається, що зумовлює конфлікт, кризу.

Друга теоретична проблема соціалізації – це перебудова свідомості без традиційних, тобто культурно зумовлених зразків економічної поведінки. Ринкові цінності не сприймаються традиційною суспільною свідомістю. Особистісне засвоєння ринкових цінностей пов'язано з розв'язанням конфлікту цінностей і уявлень.

Третя теоретична проблема – це різні наукові погляди на психічну регуляцію економічної активності. З одного боку, це прагнення економічного суб'єкта оптимізувати власну вигоду, спрямованість на егоїстичні інтереси, конкурентну боротьбу, що відповідає «ринковому характерові» (Фромм). З іншої сторони, це відповідає етичним нормам як загальнолюдським тенденціям. В період соціально-економічних криз відбувається неузгодженість соціально-психологічних і економічних детермінант економічної свідомості, самосвідомості і поведінки.

В цих умовах особливу значущість набуває власна активність особистості, яка перетворює свій минулий досвід у відповідності з новим соціальним досвідом. В цілому акцент переміщується на активність особистості в ході соціалізації – людина намагається перетворювати ситуацію, не оглядаючись на міжособистісні зв'язки, які склались. На відміну

від адаптації, в умовах еволюційної траєкторії розвитку, коли спочатку змінюються когнітивні структури, в умовах невизначеного соціального середовища «суб'єкт змушений змінювати свої стандарти поведінки, зберігаючи на досить тривалий час незмінною структуру свідомості (цінності, настанови)» [25, с.27]. Виникає необхідність застосування в освітньому процесі моделей соціальної поведінки без опори на загальноприйняті стандарти, конструювання креативної поведінки, яка включена у новий соціально-економічний простір.

Нових параметрів парадигмі освіти неминуче задають трансформація в суспільстві соціальних ідеалів і цінностей, пред'являючи до суб'єкта економічної соціалізації певні вимоги у формуванні моделей економічної поведінки. Тенденція посилення динамізму соціальних процесів сприяє зміні типу міжпоколінських відносин, який визначає культуру суспільства. Ще в 60-ті роки ХХ ст. відомі філософи, соціологи і, в першу чергу, американський соціальний психолог і етнограф Маргарет Мід, обґрунтували взаємозв'язок змін в культурі суспільства зі зміною типу міжпоколінських відносин. Цей новий, префігуративний тип культури виникає на тлі глобальних інформаційних, технічних, соціальних, політичних змін, темпи і масштаби яких навіть не можна співставити з попередніми історичними епохами. Інформаційна революція зробила життєвий світ не тільки для дорослих, але й дітей більш доступним і більш прозорим. Інформаційні ресурси стають зрозумілими дітям, інколи без спеціального посередництва учителів і батьків.

Сучасні діти швидше, ніж дорослі, освоюють різні технічні досягнення. Економічні, фінансові і політичні інновації молоді в багатьох випадках визначають зараз життя суспільства. Хто з дорослих сьогодні може сказати, що він готує свою дитину до майбутнього життя, якщо він сам не може уявити, яким воно може бути через 10, а тим більше через 20 - 30 років, коли його дитина досягне зрілого віку.

Життя сучасного покоління людей відбувається в епоху все більш зростаючої ролі людини як творця соціального світу і самої себе. Прагнення людини бути активно причетною до своєї історичної і особистісної долі, до самореалізації зумовлено не тільки ускладненням світу і збільшенням його динамізму, але й підвищенням потреб сучасної людини, яка стоїть на більш високій ступені свого соціо-культурного розвитку у порівнянні з попередниками. Звідси – гостра потреба у розробці таких концептуальних підходів, які могли б стати принципами організації нової системи освіти.

У вітчизняній педагогічній науці традиційно віддавалась перевага нормативно-спрямованій системі виховання особистості. Активність, здатність індивіда до самостійного акту вибору хоча і визнавалась, проте реальний процес виховання було зорієнтовано не на особистість, що самовизначається, а на особистість, яка "добре управляється". Формулою освіти традиційно виголошувалась єдність навчання і виховання, яка обмежувалась рамками шкільного простору і єдиними методами

цілеспрямованого нормативного впливу учителя на учня (так званий «школоцентризм»). Таке звужене розуміння виховання не відповідає потребам сучасного суспільства і базується на "формуючій" та "навчаючій" міфологемах, притаманних тоталітарному педагогічному мисленню.

Згідно з першою міфологемою, формування особистості прямо залежить від цілеспрямованого педагогічного впливу. Згідно з другою, цінність шкільного життя учня визначається тим, наскільки він оволодіває програмним учбовим матеріалом. Проте, виховання, як і навчання, не є єдиним способом перетворення особистості. Багато навичок, здібностей та інших характеристик у дітей з'являються не в результаті виховання, а всупереч йому. Великі виховні можливості самого життя, в яке включена дитина, означає те, що потрібно враховувати не тільки цілеспрямований педагогічний вплив на особистість, але й всю багатоманітність соціальних впливів.

В радянському педагогічному мисленні 60 –70-х років встановилась адаптивна методологія, яка продовжує традиційно впливати на педагогічну діяльність і сьогодні. Адаптивна методологія вважає індивіда пасивним об'єктом зовнішнього впливу, а сам багатогранний процес формування особистості зводить до однієї з форм цього процесу, а саме – до цілеспрямованого виховання, а виховання – лише до навчання, яке відбувається нібито шляхом вербального менторського впливу іззовні. Адаптивна методологія знайшла своє відображення в теорії і практиці професійного навчання, у якому основний акцент робиться на пристосуванні, адаптації особистості до вимог професії, на підрівнюванні до заданого зразка, упускається з поля зору особистість працівника в цілому. З адаптивної методології випливає, що розвиток особистості - це розширення обсягу знань, нарощування попереднього досвіду, в процесі якого відбувається розгортання структури особистості. Виходячи з такого чисто чисельного уявлення, з поля зору зникає розвиток дорослої особистості. Формування особистості розуміється тільки як перетворення дитини у дорослого, як поступове "олюднення" індивіда в ході онтогенезу, як "підготовка до життя", а не саме життя. Така концепція формування особистості, яка вважає індивіда об'єктом, якості якого знаходяться у прямій залежності від вихователя - суб'єкта, котрий жорстко регламентує ці якості зовнішніми вимогами, не може не призвести до певних перекосів у системі освіти. Звідси – необхідність у розробці нової парадигми освіти.

Реалії життя в умовах інформаційного суспільства постійно ставлять людину в край невизначені ситуації, коли не може бути готових рішень, які приймаються на основі засвоєння готових знань, умінь, навичок. Сучасній людині потрібно вирішувати кожен життєву ситуацію як творчу, самостійно приймати рішення і нести за них відповідальність. Отже, життя нової культури потребує нового типу особистості, основними характеристиками якого будуть індивідуальність, творча активність і здатність орієнтуватись на

майбутнє: вміння прогнозувати, фантазувати, гнучко переходити в нові види діяльності навіть в ситуації невизначеності. На основі цього сучасна наука намагається здійснити переоцінку тих концепцій виховання, які традиційно базуються на провідному значенні цілеспрямованого впливу на особистість в процесі її формування, і вийти на проблему соціалізації як процесу саморозвитку особистості, її життєвому визначенні в культурі, в соціумі.

2.1.3. Значення цілеспрямованого виховання в системі нової парадигми освіти

Сучасні соціологи, соціальні психологи відмічають як стійку тенденцію XXI століття – "тріумф особистості". Люди, які відчули загрозу тоталітаризму протягом більшої частини XX ст., прагнуть заявити і реалізувати власну індивідуальність. Е.Фромм в книзі "Мати чи бути" змальовує своє уявлення про досконалу людину сучасності і втілює її в такі якості, по-перше, як готовність відмовитись від усіх форм володіння заради того, щоб «бути»; по-друге, як почуття безпеки, почуття ідентичності і впевненості в собі, які базуються на вірі в те, що вона існує, що вона є, на внутрішній потребі людини в прихильності, зацікавленості, любові, єднанні зі світом, яка прийшла на зміну бажанню «мати», володіти, панувати над світом і таким чином стати рабом своєї власності; по-третє, як усвідомлення того факту, що ніхто і ніщо не може надати смислу нашому житті і що тільки повна незалежність і відмова від фетишизму речей можуть стати умовою для самої плодотворної діяльності, спрямованої на служіння своєму ближньому; по-четверте, як любов і повага до життя у всіх його виявленнях.

Виховання, що спирається на таку модель ідеала особистості, передбачає враховувати те, що соціалізація здійснюється як самореалізація особистості.

Такий погляд на сучасну парадигму виховання і взагалі освіти базується на висновках досліджень сучасної соціальної психології про те, що індивід є творцем соціального простору, ненормованого в момент свого становлення. Нормативні моделі, які засвоює індивід в процесі соціалізації, змінюються через їх смислову інтерпретацію ще до того, як він застосує їх в певних ситуаціях. У дослідженнях психологічної теорії ситуації акцентується увага на ідеї про сильний детермінуючий вплив безпосередньої соціальної ситуації, в якій знаходиться людина, зокрема, вплив, який часто надходить з боку незначних, на перший погляд, особливостей ситуації (наявність певних "каналів", які сприяють виявленню активності індивіда). Ситуаціоністський підхід в соціальній психології акцентує увагу на суб'єктивній інтерпретації ситуації та її впливі на людину. З точки зору цього підходу, соціалізація – це процес, у ході якого формується особистісний досвід, на основі чого здійснюється перехід в нові і нові ситуації соціального розвитку. В цьому зв'язку слід звернути увагу на те, що відмова від

школоцентризму не означає збільшення стихійності у засвоєнні особистістю соціального досвіду. Щоб покладатись тільки на стихійність, потрібно виходити з того, що позашкільний соціум сам по собі є дуже досконалим. А це зовсім не так.

Життєвий шлях людини може здійснюватись по-різному. Розглядаючи людину як систему, що здатна не тільки самостворюватись, але й саморуйнуватись, потрібно мати на увазі, що в процесі соціалізації можуть спрацьовувати механізми, які спричиняють деструктивний розвиток, тобто десоціалізацію. Як свідчить досвід історії і наше сьогодення, в періоди суспільних криз таке явище буває досить поширеним.

В періоди перетворення суспільства загострюється проблема життєвих цінностей людини, яка полягає в тім, що в соціальній стихії виникає небезпека втрати цінностей, якими жило до того суспільство, і перед людиною постає необхідність захищати одні цінності і руйнувати інші. І в цій ситуації проблема вибору життєвих цінностей може обернутись трагедією не тільки для окремої особистості, але й великих мас людей: душевна смута може перерости в глибоку духовну кризу.

У такій ситуації задача педагогіки полягає в тім, щоб допомогти молодій людині в її індивідуальному житті втілити такий індивідуальний проект, таку життєву програму, яка створена за алгоритмом життєтворчості.

В процесі соціалізації підростаючої людини неодмінно виникають явища і ситуації, що потребують певного узгодженого соціального впливу і реальної педагогічної дії, конкретної педагогічної інструментовки. У зв'язку з цим актуальним стає дослідження механізмів педагогічної організації виховання. Процес соціалізації не може відбуватись виключно за стихійною формою. Необхідний рівень соціалізованості потребує також застосування організованих форм виховання. Прикладом організації такого роду форми діяльності є ігрові групи скаутського типу. У ХХ ст. через організацію скаутського руху накопичено значний досвід цілеспрямованого позитивного впливу на підлітків.

Умови нової соціальної ситуації потребують створення і розвитку соціалізуючого потенціалу освіти. Необхідність зміни парадигми системи освіти зумовлено не тільки зрушеннями в системі суспільних відносин, але й визначаються логікою розвитку науки, ступенем розробки тих її галузей, які так чи інакше стосуються проблем, пов'язаних з педагогічним знанням.

У соціально-психологічному аналізі проблеми "освіта - соціалізація" починає домінувати інтерпретаційна парадигма. Поняття «інтерпретаційна парадигма» введено американським соціологом Т.Уілсоном в 70-х р.р. на противагу "нормативній парадигмі", яка найяскравіше представлена в структурному функціоналізмі Т. Парсонса.

Основним пафосом інтерпретаційної парадигми є уявлення про активну роль індивіда в ході соціалізації. З цієї точки зору суб'єкт соціалізації не може бути жорстко детермінований соціальними нормами тому, що він ці

норми інтерпретує. Людина є творцем свого соціального світу. А тому невідповідність індивіда вимогам суспільства не є недоліком, який вимагає насильницького пристосування. Подібна невідповідність є основним джерелом соціальної динаміки.

У вітчизняній педагогічній літературі 80-х р.р. ХХ ст. стала висловлюватись думка про уточнення предмету педагогіки, приведення її основних понять у відповідність з тими інноваційними процесами, які відбуваються в теорії і практиці. Така думка була пов'язана з вимогами введення категорії "соціалізації" в педагогіку та необхідністю визначення її співвідношення з категорією "виховання". На цьому тлі відбувалось, по-перше, формування нової галузі педагогіки – соціальної педагогіки, де категорія "соціалізації" займає провідне місце у визначенні її предмета, а, по-друге, становлення нової парадигми педагогіки, в контексті якої соціалізація розглядається у взаємозв'язку з розвитком, вихованням і самовихованням особистості як суб'єкта соціальних відносин.

Отже, зміни, які відбулися в соціально-історичних умовах та в логіці розвитку наук про людину у ХХІ ст., зумовили необхідність переходу до нової парадигми освіти, в основу якої покладено принцип багатовимірності соціалізації, який передбачає самоконструювання особистістю якостей, необхідних для діяльності в майбутньому соціальному просторі.

2.2. Закономірності становлення економічної культури молоді в умовах шкільної освіти

Постановка проблеми. Значущість нового змісту економічної культури наших співвітчизників, заснованої на ринкових цінностях, як чинника успішного та благополучного життя, зростає разом з розвитком і модернізацією ринкових механізмів. Тому в умовах поглиблення фінансово-економічної кризи великий науковий і практичний інтерес становить вивчення нових тенденцій у розвитку економічної культури українців. У цьому контексті гостро стоїть питання особливостей становлення економічної культури особистості ще за відсутності досвіду регулярних економічних відносин, зокрема, на етапі шкільного навчання. Не менш актуальним, на наш погляд, є обґрунтування освітнього простору загальноосвітньої школи як вагомого чинника становлення основ економічної культури особистості учня.

Аналіз останніх досліджень з проблеми. Проблемі психологічних засад становлення різних аспектів економічної культури особистості присвячено невелика кількість праць [8; 15; 38]. Досить проблематичним є вивчення особливостей цього процесу в умовах шкільної освіти, оскільки науковий доробок вітчизняних і зарубіжних дослідників стосувався питань соціалізації як процесу становлення економічної культури особистості підлітка [1; 8], старшокласника [19], студента [14; 15; 36; 52]. З огляду на

актуальність питання і зростання ролі школи як самостійного суб'єкта різних видів діяльності, у тому числі й економічної, на ринку освітніх послуг, сподіваємось на поживлення дослідницького інтересу до психологічних закономірностей становлення основ економічної культури школяра. Щоправда, слід констатувати існування праць психологів, в яких висвітлено результати вивчення окремих складових економічної свідомості учнів [5; 8; 10; 17; 19; 22; 23; 36; 38; 42; 56; 57], сфокусовані переважно на її монетарному аспекті (на ставленні до кишенькових грошей та їх соціалізуючій ролі).

2.2.1. Концептуальні засади освітнього простору загальноосвітньої школи як вагомого чинника становлення основ економічної культури особистості учня

У сучасних соціально-економічних умовах особлива роль відводиться шкільній освіті, покликаний сформувати в учнів основи економічної культури: систему економічних знань, навичок ефективної економічної поведінки в умовах ринку, позитивне ставлення до себе та інших як до повноправних суб'єктів ринкових відносин. Усе це, сформоване системно в ході навчання у школі, може стати вагомим психологічним ресурсом для гармонійної адаптації учнівської молоді до реальних умов вітчизняної економіки не колись, в дорослому житті, а вже сьогодні у їхній повсякденній практиці споживання, обміну, підприємництва тощо; може сприяти створенню передумов для професійного самовизначення, професіоналізації та ефективної практичної діяльності, - загалом має стати могутнім базисом для формування економічно зрілої особистості.

Зі вступом до школи у дитини пов'язане і розширення її соціально-психологічного життєвого простору, вагомою частиною якого є простір її відносин і з економічним оточенням. Більш того, шкільна система виховання і навчання стає однією з провідних інституціоналізованих культурних форм впливу, в тому числі, на економічне дорослішання особистості учня. Насправді, зі вступом до школи дитині відкриваються більш широкі можливості для набуття суспільно необхідних якостей. Дитина включається у більш складну (порівняно з сім'єю та дошкільної системою виховання) систему дисциплінації, за допомогою якої здійснюється контроль шкільної спільноти за її дорослішанням, за становленням її як суб'єкта цивілізованих економічних відносин. Цей контроль може здійснюватися у формі санкцій, може бути жорстким і каральним, спрямованим на придушення стихійно сформованих неприйнятних для шкільної спільноти форм поведінки, в тому числі й економічної (наприклад, шкільного крадіжництва чи обману, шахрайства, вимагання грошей чи жадібності). Він може виступати і в якості «м'яких» рекомендацій, що дозволяють досить широкий спектр нерегламентованих маніфестацій індивіда. Однак «безконтрольним» учень не залишається. Протягом шкільного дорослішання особистості, на нашу думку,

у процесі становлення основ її економічної культури спостерігається парадоксальна єдність двох, на перший погляд протилежних, тенденцій. Йдеться про публічність як характерну рису відносин у школі, і, одночасно, утвердження приватності дитини як індикатора розвитку її суб'єктних якостей. Важливо відзначити, що навчально-виховний процес в школі спрямований на відкриття для учня більш широких можливостей освоїти і проявити будь-які форми культурної активності. Саме у процесі освоєння цих форм в учня реалізується можливість самостійно проявляти власну унікальність, і в той же час усвідомлювати необхідність дотримуватись обов'язкового «порядку».

Таким чином, загальноосвітня школа стає для дитини наступним важливим регулятивно-символічним простором економічної культури [12]. Це не тільки місце, де навчають певним соціально потрібним чи соціально престижним навичкам суб'єкта господарювання, тобто дають стандартний для епохи набір необхідних економічних знань. Вона ще є простором, де акцент робиться не на сферу приватну (як це має місце в сім'ї), а на сферу громадську, більш формалізовану і набагато чіткіше структуровану. Яким би невеликим був вплив дому та сім'ї на дитину, цього все ж недостатньо для її успішної соціалізації, оскільки сім'я в кращому випадку є «осередком суспільства», адекватною йому моделлю, де технологічний момент, пов'язаний з необхідністю успішного функціонування суспільства як єдиного організму, дещо нівелюється близькістю і безпосередністю кровно- родинних взаємин. Школа для учня - теж «ще не життя», але вже і не «приватний будинок», який може існувати цілком автономно по відношенню до суспільства і культури в цілому. Принагідно зазначимо сенс терміну «приватність», яка спочатку означало право на особисту власність. Пізніше приватність стала включати також «особисту справу», «приватне життя», досвід сепарації від фізичного і соціального середовища, особистий контроль над обставинами свого життя, відповідальність за здійснювані вибори і просто економічну та інформаційну безпеку. Суттєвою стороною збереження приватності є захист від нагляду, контролю, спостереження. Публічність, насправдіже, вже закладена у феномені приватності, тісно пов'язана з останньою, означаючи відкритість, доступність і колективність життя суб'єкта. Поняття "публічність" характеризує відкриту розумінню й увазі діяльність особистості, передбачає доступність спостереженню і контролю процедур прийняття рішень, відкритість позиції тощо.

Отже, основний смисл простору шкільної освіти як культурного утворення - у його публічності. Школа, ті норми і правила, на яких вона наполягає, - це завжди корелят публічних соціокультурних пріоритетів [28, 190-191]. У процесі входження молодшого школяра в простір шкільної освіти ним поступово усвідомлюються і інтеріоризуються особливі процедури, норми, регламенти, правила цієї нової соціальної інституції. Вони покликані фіксувати як найбільш оптимальні способи організації певної форми

культурної діяльності, так і санкції для підтримки прийнятих регламентів. В іншому випадку школа не зможе функціонувати, реалізовувати в допустимих межах покладені на неї культурним співтовариством завдання. Відбувається розширення соціальних зв'язків учня за рахунок включення його в комунікативні, перцептивні, інтерактивні процеси з представниками разновеликих за статусом соціальних груп. Це вже не тільки члени сім'ї і друзі, з якими дитина має досвід безпосередніх контактів. Але в шкільній спільноті дитина набуває досвіду налагодження і підтримки більш опосередкованих соціальних зв'язків, контактуючи з представниками більших за масштабами соціальних груп, а саме - з виконавцями певних формальних соціальних ролей і статусів - носіями офіційних норм і стандартів поведінки.

Тому процес соціалізації учня в школі набуває одного дуже важливого акценту – дитина, стаючи суб'єктом своєї приватності, змушена утверджувати останню у більш широкому контексті - у публічних відносинах. На наш погляд, основним завданням економічної соціалізації дитини при вступі до школи є якраз навчитися досягати балансу «приватності – публічності». Результатом таких змін у соціалізації дитини є її включення в систему більш широких, опосередкованих чіткими суспільними нормами і правилами, відносин з чітко визначеною статусно-рольовою структурою. Це означає, що для дитини більш актуальними, відчутними і усвідомлюваними стають такі соціально-психологічні феномени (влада, примус і підпорядкування, опосередкований вплив, тиск норм і правил тощо), поза якими немає і відносин власності як системоутворюючих економіку.

2.2.2. Шкільна освіта як соціалізатор економічної культури школярів

Шкільна освіта є тим соціальним інститутом і тим культурним середовищем, що виконує ряд соціалізуючих функцій, у тому числі по цілеспрямованому формуванню основ економічної культури особистості школяра. До числа найважливіших можна віднести наступні:

1. Регулювання діяльності учнів у рамках наперед встановлених регламентів, що регулюють соціальні відносини у шкільній спільноті. Навчально-виховна діяльність у школі носить чітко регламентований характер завдяки існуванню системи цінностей, втілених у правилах, нормах, взірцях рольової поведінки тощо. Саме існування останніх як на рівні здорового глузду, так і на рівні офіційних домовленостей, документально зафіксованих, закріплює і стандартизує соціальні взаємини, які складаються у дитини в школі і стають більш публічними, в якості культурних. Це робить їх і передбачуванішими, і комунікативно можливими [28, 186-188], а відповідний соціокультурний контроль забезпечує порядок і рамки, в яких протікає культурна діяльність кожного окремого учня. Зупиняючись надалі

більш детально на особливостях становлення економічної культури у школярів, ми спиратимемось на розуміння функцій суспільних цінностей, норм, правил, соціальних ролей як складових культури суспільства, зокрема, економічної, спробувавши теоретично обґрунтувати їх прояв на різних етапах соціалізації школяра – від молодшого шкільного віку через підлітковий до юнацького.

Цінністю визнається фіксована у свідомості особистості характеристика її ставлення до об'єкта. Цінність для людини мають ті предмети, які доставляють їй позитивні враження: задоволення, радість, насолоду тощо. Тому вони бажані, їх прагнуть. Цінністю можуть бути наділені як матеріальні речі або процеси, так і духовні явища (знання, уявлення, ідеї). Предмети можуть мати цінність, однак самі по собі вони не є цінностями. Цінність - не предмет, а особливий вид сенсу, який вбачає в у останньому людина. Особливість сенсу іншого виду (ціннісного сенсу) в тому і полягає, що він виражається в ставленні людини до предмета - у позитивних емоціях (це відрізняє його від знання, яке являє собою інший вид сенсу - інформацію про властивості предмета). Ціннісний зміст існує в голові людини, але він ніби виноситься поза нею, «об'єктивується» і набирає вигляду особливого духовного утворення - цінності як якоїсь сутності, втіленої в предметі.

Людина прагне позитивних емоцій і вважає можливим за допомогою певного предмету отримати їх. Завдяки цьому предмет стає бажаним, таким, що задовольняє запити, потреби, інтереси особистості, а тому викликає у неї позитивні емоції. В результаті він набуває цінності. Насправді, цінність міститься не в самому предметі, а в тих особливих («приємних», «піднесених») почуттях і переживаннях, які він викликає у людини завдяки тому, що людина вбачає в ньому їх джерело [28, 134]. При цьому термін «вартість» не слід плутати з терміном «цінність». Вартість – це лише грошовий вираз цінності, який до того ж не обов'язково відповідає цінності об'єкта. Отже, для того щоб навчитися жити і успішно діяти у світі, людині, що входить в життя, необхідно усвідомити посталий перед нею багатомірний всесвіт як ціле, що піддається осягненню розумом, по відношенню до якого вона буде самовизначатися, шукати в ньому своє місце і прокладати свої шляхи. Це неможливо за відсутності найважливіших цінностей - просторових і смислових орієнтирів, які стали б узагальнюючою схемою світобудови і уявленнями про місце свого знаходження в ній. Будь-яка людська культура обов'язково несе в собі модель світу, створену даною спільністю людей [41].

Для нас важливим також є феномен ціннісних орієнтацій, оскільки саме вони є результатом та одним із індикаторів формування змісту культури школяра. Ціннісні орієнтації – це ті уявлення про об'єкт, за допомогою яких людина орієнтується у системі цінностей і визначає, які з них є більш чи менш значущими для неї.

Регулятиви являють собою особливий вид смислів, які відносяться не до об'єктів, якими людина оперує, а до операцій, які вона здійснює над об'єктами. Одним з прикладів культурного регулятиву є правило - експлікований у вербальній формі регулятив.

Співвідношення регулятивів з цінностями визначається тим, що цінності виступають як цілі, на досягнення яких спрямована діяльність людини, а регулятиви - як засіб організації цієї діяльності. Отже, цінності теж є регуляторами людської поведінки, але вони являють собою те, що її стимулює, а регулятиви - те, як вона повинна будуватися.

У всякій культурі одні форми поведінки представляються «нормальними», загальноприйнятими, очікуваними, інші ж розглядаються як «ненормальні», що відхиляються від загальноприйнятих стандартів. Поведінку першого роду називають нормативною, а другу - девіантною. Регулятиви нормативної поведінки іменуються соціокультурними нормами. Вони узаконені і визнані насамперед у тому сенсі, що підтримуються силою традицій, звичаїв, громадської думки. У багатьох випадках вони є «неписаними». Але, зрозуміло, цілком можливо зробити ці норми «писаними». Нерідко в школі їх також фіксують документально і затверджують відповідними інстанціями (від батьківського комітету і учнівського самоврядування до районних на інших органів управління освітою). Виконання соціокультурних норм спирається на інтуїтивно або свідомо вироблені уявлення людини про те, що можна і чого не можна робити. Отже, шкільна спільнота здійснює соціальний контроль над поведінкою учнів, стимулюючи нормативну та запобігаючи девіантній поведінці [28]. Однією з форм соціальних норм є соціальна роль. Це сукупність функцій, які підлягають виконанню відповідно до неписаних традицій та звичаїв чи писаних інструкцій.

На думку економістів та економічних психологів [1; 14; 15; 19; 22; 23; 38; 40; 54], власність є центральною цінністю і системотворчим чинником економічних відносин. Спираючись на системний підхід до трактування власності як соціально-психологічного феномена, згідно з яким остання визначається як система інформаційних, інтеракційних, перцептивних зв'язків між власниками з приводу привласнення та розподілу обмежених ресурсів [14; 15], розглянемо вікові особливості становлення ставлення школярів до власності.

2.2.3. Особливості шкільного простору як економічно значущого в уявленнях школярів різного віку

Найбільш вивченими в психології ціннісними уявленнями дитини про щось «своє» є уявлення про місце оточуючих предметів, їх межі, про себе в світі і про світ як освоєний простір, про його просторові та якісні характеристики. Прикладом такого «свого» місця в світі є дім, особистий простір, а у соціально-психологічному відношенні такими «своїми» стають

взаємини з найближчим соціальним оточенням. Дійсно, для повноцінного психічного розвитку дитини винятково важливим є утвердитися в тому, що місце, яке займає її «Я» в цьому світі, - найкраще, мама - найкраща, будинок - найрідніший. З розвитком саме таких уявлень про те, що є твоїм, тісно пов'язане формування цінності самої особистості дитини, її «Я», суб'єктивного почуття життєвого благополуччя, почуття базової довіри до світу, що становитиме в майбутньому психологічну основу життєвого оптимізму дорослого [41]. В укріпленні цих цінностей вагому роль відіграє те ставлення, яке формується набагато пізніше, уже по вступові дитини до школи: чи сформується в уявленнях дитини образ школи як «другої домівки», чи теплими і довірчими будуть стосунки школяра як з однолітками, так і з педагогами. Окрім того, слід враховувати, що досвід бути повноправним володарем чогось «свого» (території, соціальних контактів, часу, смаків, особистих речей) набувається у повсякденній діалогічній практиці визнання значущими Іншими за дитиною її права на все це. Наявність усіх цих атрибутів приватності дитини-дошкільника є необхідною і достатньою ознакою її існування [41]. А визнання за нею прав і приватних свобод шкільною спільнотою, життя якої досить регламентоване, а контакти достатньо опосередковані, здійснює свій внесок у становлення школяра не просто як існуючої істоти, але як суб'єкта публічних відносин. Патріотичне виховання, звернення до народних традицій та обрядів, вивчення, популяризація шкільних норм поведінки, інтегровані у єдиний уклад життєдіяльності школи, - синтезована структура локального освітнього простору школи присутня в якості почуття «малої батьківщини», «другої домівки» учня. Саме такі переживання означають для молодшого школяра причетність до «свого», ідентифікація з яким забезпечує сприйняття «свого» як продовження себе, як можливості вийти за межі своєї безпосередньої тілесності й розширити межі власного «Я».

За результатами досліджень психологів, вперше з'являючись на межі 4-5 років, уявлення про «своє» і «чуже» з віком ускладнюється і набуває більшої осмисленості завдяки накопиченню досвіду оперування кишеньковими грошми [56]. Спочатку не заробляючи їх, а отримуючи «в дар» від щедрот наших, дитина сприймає їх як благодать життя і бажання жити далі. І пізніше, якщо такий дар супроводжується поясненнями, для чого видаються гроші, як їх використовують дорослі, у дитини закладаються *ціннісні основи відповідальності і самоконтролю, а також щедрості*.

Приблизно той же сенс носить збирання скарбів. «Скарбниця» є буквально вмістилищем особисто цінних речей. Можливості *створювати і примножувати* такі скарби (через влаштування тайників і секретних схованок) відіграють велику роль у формуванні *цінностей ощадливості, немарнотратства*. Колекція, яка повністю заміщає скарбницю з початком шкільного періоду дитинства, є соціальною і більш зумовлена зовнішніми чинниками, пов'язаними з життям дитини в групі однолітків: модою,

престижем, суперництвом, міновими відносинами і т. д. Тому колекції діти із задоволенням показують один одному, хваляться, пишаються ними. Те, що в «скарбниці» було суто особистою духовною цінністю, в колекції стає *цінністю соціальною* і навіть має матеріальну ціну. У цьому сенсі колекція є «мирською» «скарбницею», *символом публічного життя дитини*. В колекціонуванні посилено схильність до накопичування та зовнішньо-демонстративний (говорячи побутовою мовою - показний) початок [41].

Це фаза активного формування самостійного досвіду життя «в миру», в гущі людей, коли дитина вчиться підкорятися *правилам групового життя*, засвоює *загальноприйнятні моделі поведінки відповідно з життєвих вимог соціального середовища*. Це період, коли глибинне душевне життя дитини, яке раніше легко знаходило індивідуальне вираження у фантазіях та іграх, стикається з тиском, впливом і спокусами, існуючими в надрах дитячої спільноти [41]. У цьому віці формуються елементарні знання про призначення грошей, про витрати, уявлення про знижки, прибутки і борги, розвиваються навички підрахунку грошей. *Нормою* стає об'єднання для спільного, а тому більш ефективного вирішення спільних проблем. Освоюється роль споживача, відбувається знайомство на рівні загальної поінформованості з роллю благодійника, підприємця, бізнесмена, банкіра, продавця.

З переходом до підліткового віку ставлення до особистих колекцій-скарбів дещо змінюється [41], оскільки вони набувають особливої *цінності* як такі, що починають *символізувати соціальний статус дитини*. За цих умов щось випадково знайдене чи подароване тепер не таке важливе (отже, вже не є підтвердженням факту просто існування), ніж те, що є в матеріальному плані є більш цінним, оскільки на його здобуття пішли особливі сили і здібності власника, підтвердивши його нові можливості. Отже, у здобутих об'єктах володіння для підлітка втілюються його сильні сторони, особистісні можливості, що значно підвищує статус у стосунках з однолітками. На цьому етапі слід констатувати становлення таких економічних цінностей, як *цінність матеріальних речей, що підтверджують потенційні можливості їх власників, їх соціально-психологічний потенціал як членів підліткової спільноти*. Особливо гостро в цей період постають питання *цивілізованих, суспільно прийнятних способів здобуття матеріальних ресурсів для того, щоб отримати бажане благо*. Поза усіма психологічним ускладненнями підліткового віку, але за низького рівня економічної поінформованості про можливості підзаробити чи отримати благо шляхом обміну, саме в підлітковому віці частішають випадки крадіжництва, вимагання грошей у дітей та однолітків, обману і шахрайства. У цьому контексті соціалізуюча роль школи неабияка. Особливо важливою є психопрофілактична робота серед підлітків щодо запобігання проявам ризикованих форм економічної поведінки: інформування про її наслідки, ознайомлення батьків і самих дітей з причинами такої поведінки, їх

ознаками, ознайомлення з *правилами* і послідовністю конкретних дій і мотивування до *законних і суспільно прийнятних способів отримання благ*, розвиток критичного мислення для запобігання маніпулятивному зовнішньому рекламному впливові.

У розпал підліткового віку школяр вже зазвичай усвідомлює *цінність і вартісність власного майна*, таких особистісних якостей, як *ініціативність та підприємливість*, усвідомлюється важливість *фінансової грамотності*, цінність ощадливості і економії [10].

У цей період освоюються правила: 1) *споживчої* поведінки (ведення особистого бюджету свого хобі, підбивання балансу в особистому бюджеті; правила економної, ощадливої поведінки; правила розрахунку щомісячних витрат за одним з регулярних видів економічної діяльності (наприклад, свого хобі, витрат на домашнього улюбленця, підсумовування та здійснення комунальних платежів); 2) *фінансової* поведінки (правила дотримання боргових зобов'язань).

Нормою є розуміння таких феноменів *споживчої* (знання про вартість, ціна матеріальних благ, поняття боргу, оптової торгівлі та вродзріб), *трудової* (оцінка своїх можливостей по зарплатні), *фінансової* (оцінка фінансових перспектив сім'ї, знання сутності кредитування, пільг і санкцій за несплату кредитних зобов'язань) поведінки.

Освоюється роль найманого працівника.

Під кінець підліткового віку особистості особливої цінності набуває почуття фінансової незалежності і самостійності [10].

У цей період освоюються правила: 1) *споживчої* поведінки (ведення особистого бюджету свого хобі, підбивання балансу в особистому бюджеті; правила економної, ощадливої поведінки; правила розрахунку щомісячних витрат за одним з регулярних видів економічної діяльності (наприклад, свого хобі, витрат на домашнього улюбленця, підсумовування та здійснення комунальних платежів); 2) *фінансової* поведінки (правила планування особистих фінансів, алгоритм відкриття депозитного рахунку, зняття і зарахування грошей, відслідковування руху грошей на банківському рахунку), 3) *трудової поведінки* (знання трудового законодавства та умов оплати праці за наявності та відсутності трудового досвіду, правила ведення переговорів з роботодавцем, обговорення розміру зарплатні; знання умов отримання неповнолітнім офіційної оплачуваної роботи).

Нормою є розуміння таких феноменів поведінки: *споживчої* (знання про операції з банківськими рахунками, поняття страхування), *фінансової* (наявність фінансових звичок, наприклад, ведення фінансового щоденника - щоденних, тижневих, щомісячних витрат).

Освоюється роль підприємця.

Старшокласники усвідомлюють цінність власних можливостей і талентів як економічних ресурсів. Правила, якими оволодівають старшокласники, стосуються умов збереження кредитоспроможності, умов

отримання розстрочки, підбиття балансу в річному сімейному бюджеті, заповнення бланку податкової декларації (за наявності досвіду зайнятості), підготовки заяви на матеріальну допомогу, ділового етикету [10].

Нормою є розуміння основних фінансових і споживчих феноменів (сутність пенсій, облігацій, премій, відсоткових ставок, форм матеріальної допомоги), феноменів трудових відносин (усвідомлення форм оплати праці, основних статей витрат), уміння оцінювати матеріально власні економічні можливості (домагання щодо зарплатні), цінність раціонального споживання.

2.2.4. Особливості формування економічної культури школярів в процесі засвоєння навчальних дисциплін

Спробуємо визначити наші передбачення можливостей для успішного освоєння основ економічної культури школярів в процесі їх навчання різними навчальними предметами у школі. Базовий план загальноосвітнього навчального закладу включає в себе як інваріативну, так і варіативну (курси за вибором, факультативи, додаткові години на освітні галузі, індивідуальні та групові заняття) частини. І в кожній з них має знаходитись місце основам економічної культури. Зокрема, за умови свідомого використання міждисциплінарного підходу при викладанні як інваріативної, так і варіативної частини базового плану. Цей підхід заснований на міжпредметних зв'язках економіки, економічної психології та інших шкільних предметів.

Водночас зазначимо, що в окремих навчальних закладах різко обмежені можливості розвитку економічної культури як соціально-психологічного феномена свідомості учня, оскільки в профільних школах, де викладається предмет «Економіка», майже не робиться акцент на соціально-психологічній складовій економічних відносин. Таким чином, економічні знання засвоюються поза усвідомленням дитиною власних ресурсів у економічних відносинах, поза знанням психологічних закономірностей у налагодженні таких відносин як на міжособистісному, так і на інституційному рівні, поза розвитком практичних навичок вибудовувати цивілізовані відносини купівлі-продажу, дарування, інвестування, підприємництва (інвестиційного, виробничого чи комерційного) тощо. Насправді школа поки що відмовляється як від економіки, так і від економічної психології як цілісних предметів, життєво важливих для кожного громадянина країни. Школяр втрачає (або просто не набуває) уявлення про те, що вивчає економіка, навіщо вона потрібна і як зможуть стати йому в нагоді у майбутньому професійному житті економічні знання.

При використанні міждисциплінарного підходу слід розуміти, що основною «ланкою» залишається економічна психологія, яка «пронизує» усі навчальні програми з багатьма іншими предметами, в яких використовуються економічні теми, закони і поняття. Останні сприяють виконанню завдань розвитку основ економічної культури учнів у школі.

Саме такий акцент забезпечить цілеспрямовану економічну соціалізацію школярів. І в цьому контексті вирішальну роль відіграє психолог школи як координатор такої соціалізуючої роботи. Не слід перекладати, наприклад, на географію чи навіть на економіку цілковиту розробку економічних тем. Ці теми можуть бути інтерпретовані засобами даного предмета, але це завжди лише окремі теми, окремі моделі, окремі завдання і окремі проблеми, хоча і цікаві та викладені з точки зору економіки [52].

Але не слід втрачати соціально-психологічної основи будь-якої з таких тем, коли будь-яке явище економіки показане як невід'ємний компонент, аспект, факт із системи соціально-психологічних взаємин (якщо йдеться про явища міжособистісних стосунків між суб'єктами економіки), системи більш опосередкованих внутрішньогрупових, міжгрупових відносин. Саме соціально-психологічний вимір економічних відносин наближає викладання основ економіки до особистості учня, тому що він апелює, по-перше, до її мотиваційно-потребового потенціалу, розкриваючи і розвиваючи його: до її власних потреб і мотивів в сфері економічного життя, її типових схем і моделей рольової економічної поведінки (чи то дитина виступає в ролі споживача, чи то в ролі інвестора, а чи вперше апробує підприємницький хист). По-друге, акцент на соціально-психологічній тканині економічних відносин – це орієнтованість навчально-виховного процесу на розвиток самосвідомості учня, його когнітивно-самопізнавального потенціалу, що сприяло б становленню його Я-концепції як єдиного цілого, в якому неабияке місце займав би образ «я-успішна людина», «я-господар», «я-автор свого життя» - психологічна основа гармонійної Я-концепції людини - суб'єкта власного життєвого успіху. По-третє, за заснованого на соціально-психологічних засадах соціалізації особистості економічного виховання в школі обов'язково враховується емоційно-ціннісна сфера становлення особистості як потенційного чи реального учасника економічних відносин: пріоритетними є ті ціннісні важелі, якими школяр керується і має керуватись (згідно з нормативною моделлю людини ринкової економіки) у своїй повсякденній економічній практиці, і те, як оцінює себе та інших учасників цих відносин – афективна основа гармонійного продуктивного самоставлення в економіці.

Розвивати психологічні основи економічної культури школяра можна практично на матеріаліх усіх шкільних предметів, оскільки світ економіки, в якому ми живемо, наповнений найрізноманітнішими знаннями, які йому «поставляють» природничо-наукові та гуманітарні дисципліни. І ті, й інші допомагають знайти сенс при вирішенні економіко-психологічних проблем.

У розвитку навичок формулювання проблеми бере участь мова, література; в усвідомленні причин її виникнення беруть участь історія, географія, економіка, іноземна мова; в процесі аналізу можливих шляхів вирішення проблеми беруть участь математика, інформатика, цикл

суспільствознавчих дисциплін, і весь процес завершується прийняттям рішення.

Спробуємо оцінити зв'язки з економічною психологією можливості кожного шкільного предмета.

Так, при вивченні суспільствознавчих дисциплін (історії, основ суспільствознавства, права, економіки, «Людина і світ») школяр набуває досвіду рефлексії впливу окремих моделей господарювання людства на суспільний розвиток у різні періоди часу і, навпаки, усвідомлення того, як зміни в суспільному устрої впливали на економіку, навчаючись аналізувати і прогнозувати наслідки тих чи інших подій. Історія допомагає дати правильну оцінку історичним подіям, виділивши в них економічні причини і результати [52]. Правознавство допомагає зрозуміти суть правових інструментів, що дозволяють регулювати економічні відносини, познайомитися з правовими основами самостійної організації власної економічної діяльності.

В рамках культурознавства (мистецтво, художня культура, основи етики і естетики) для дитини відкривається світ вторинних знакових засобів економічної культури суспільства [28, с.128]. Через посередництво творів мистецтва школярі соціалізуються як суб'єкти моделювання світу, в якому живуть у різних його ракурсах, як суб'єкти творення багатозначних текстів, відкритих не тільки для багатозначного їх осмислення [28, с. 128], а й для емоційно-ціннісного переживання [28, с. 133] і наповнених особливо вагомими і цінними ідеями.

Мовознавчі дисципліни відіграють важливу роль як засоби вираження для дитини самобутності економічної культури українців, сприяють осягненню і засвоєнню дитиною сенсів економічних феноменів. Будучи носіями культурних знаків, мова і література вводять дитину у символічний простір економіки, дозволяють дитині пізнати єдність і нерозривність матеріального і духовного аспектів економічної культури суспільства, отримати досвід чуттєвого сприйняття економічної інформації, а також забезпечують універсальними мовними засобами міжлюдської комунікації.

Цикл природознавчих дисциплін (природознавство, фізика і астрономія, хімія, біологія і екологія, географія) розвиває таку необхідну для суб'єкта економіки обізнаність у природничих закономірностях існування світу, як закони, чинники розподілу, збереження і раціонального використання ресурсів, багато з яких є економічними благами і, відповідно, об'єктами економічних домагань людства.

Вивчення математичних дисциплін (математика, алгебра, геометрія) сприяє розвитку логічного мислення та здатності до рефлексії, що становлять психологічну основу раціонального прийняття економічних рішень. Завдяки освоєнню математичних дисциплін школяр пізнає, оцінює і описує кількісні, просторові та часові, випадкові відносини, в тому числі у економічній реальності. Таким чином, математика відіграє велику роль як у

емпіричному описові та інтерпретації реальних та ідеальних (при моделюванні) зв'язків і відносин, так і у інтуїтивному передбаченні та оцінці можливостей, у формальному обґрунтуванні та плануванні подальших дій.

Економіки без розрахунків не буває [52]. Саме розрахунки допомагають кількісно підтвердити або спростувати гіпотези, прогнози, події. Математика відкриває величезні можливості досягнення формальних законів економіки в школі за рахунок великої кількості завдань економічного змісту, розвиває наочно-образне мислення в ході побудови простих моделей, імітує основні економічні процеси. Однак навчитися правильно рахувати і оперувати математичними формулами ще не означає розуміти, який економічний сенс закладений в результатах проведеного аналізу.

Цикл «Технології» (трудове навчання, виробничі технології, основи виробництва, інформатика). Інформатика та технології забезпечують особистість необхідними знаннями про управління знаннями ж, засобами доступу до інформації та самою інформацією; дають можливість визначити вплив інформації та інформаційних технологій на підвищення ефективності виробництва і участь в цьому людини.

2.2.5. Шкільна спільнота як фактор становлення економічної культури особистості

Школа як інститут соціалізації дитини покликана забезпечувати можливість прилучення до економічних цінностей сучасного суспільства, норм і правил, навчати прийнятним в суспільстві культурним поведінковим моделям, долучати дитину до символічного порядку української культури. Інтегративність і регламентованість усіх процесів, що забезпечують життя дитини в школі, додають стійкості всьому шкільному організмові як соціокультурному ансамблю, яким він є. Так, шкільну спільноту як соціальний організм маємо розглядати як реальне і завжди конкретне середовище для функціонування і розвитку культури. Слід визнати, що в школі учень змушений включатись у розмаїту мережу соціальних зв'язків: це не тільки контакти з учнівською та педагогічною спільнотою. Якщо згадати положення розділу IV (ст.18) Закону України "Про загальну середню освіту", то учасниками навчально-виховного процесу є не тільки учні й педагоги, а й спеціалісти та представники установ освіти, батьки та представники підприємств, установ та організацій, які беруть участь у навчально-виховній роботі. Цим самим підкреслюється, що шкільна освіта – це складний соціокультурний організм, який вже самою складністю структури організації, комунікативних, інформаційних, інтеракційних процесів є носієм нових для дитини, публічних форм організації життя. Школа як культурне утворення постає з достатньо вагомим арсеналом засобів впливу на особистість (правил поведінки, санкцій за їх недотримання, способів мотивування і заохочення до навчання тощо), які дозволяють їй, по-перше, реалізувати функцію носія

публічної влади і, по-друге, організувати в єдине ціле всіх учасників навчально-виховного процесу.

Ця функція забезпечує процеси взаємодії, взаємозалежності і взаємовідповідальності учасників навчально-виховного процесу і є однією з умов його виживання. Отже, для становлення дитини як суб'єкта соціальних відносин (невід'ємною складовою яких є економічні) вагомим є досвід включення у публічні, зовні регламентовані владно-підвладні відносини з чіткою ієрархією і необхідністю субординації позицій.

Слід відзначити уже існуючі зміни в розвитку культури нашого суспільства, що неодмінно відбивається і на реорганізації усіх культурних інституцій, якою є й школа. Гуманітаризація, зростання в суспільному житті цінностей особистого приватного життя, визнання прав і свобод особи – це не весь перелік нових пріоритетів у системі суспільних цінностей українства. На рівні загальноосвітньої школи це виливається у відмову від успадкованих з радянської системи освіти традиційних виховних технологій, заснованих на формулі насильницького підпорядкування-підлеглості. Цінності нової культури прививаються в нових способах організації життя у школі, альтернативних попереднім, ім'я яким – діалог. Філософською мовою діалог – це духовна норма міжсуб'єктних відносин, тобто такий спосіб спілкування людей, за якого вони ставляться одні до одного не як до пасивних суб'єктів своїх домагань, бажаючи підпорядкувати одного одному, а як до рівного собі суб'єкта, який вільно обирає свої цінності і не нав'язує їх Іншому [28, с. 245]. Якщо погодитись з тим, що метою діалогу є, не «обмін інформацією», а досягнення єдності з Іншим, загального світорозуміння і ціннісних орієнтацій, - все, що необхідне для успішних спільних дій, то зрозумілими стають новітні тенденції у цінностях загальноосвітньої школи, які прививаються учневі. Якщо донедавна, а подекуди й сьогодні, у шкільному житті ще превалювали нерівноправні, асиметричні відносини між учасниками навчання-виховання, то на їх основі переважно формувалась культура спілкування за формулами «я - він» чи «я - воно», «ми - вони». Сьогодні ж за формулою діалогу як симетричної форми міжособистісного спілкування, очікуємо формування системи внутрішньошкільного життя, зорієнтованого навколо нових цінностей, і, відповідно, за формулами «я - ти» або «ми - ви», якщо йдеться про рівень сукупних суб'єктів (через існування яких у школі для учня відкривається світ соціальних, економічних відносин – це: «учень – педколектив», «учень – адміністрація школи», «учнівський колектив чи самоврядування – шкільна адміністрація», «педколектив – батьківська спільнота» тощо). У таких умовах формуються дуже важливі якості особистості учня як суб'єкта економіки (до часу потенційного, а в окремих сферах економічних відносин і реального, як-то у таких відносинах обміну: споживання, купівлі-продажу, обміну чи дарування тощо): поряд із дипломатичністю, дружелюбністю, толерантністю до інакомислення, чого вимагає життя у спільноті, розвивається здатність до утвердження і

збереження його суб'єктної самостійності та ініціативності, специфічності й унікальності позиції, світосприймання.

Таким чином, в шкільні роки у дитини формуються соціально-психологічні засади життя у спільноті, пізнаються, апробуються і закріплюються на рівні навичок закони включення у більш-менш опосередковані відносини з сукупними суб'єктами соціальних відносин, інтеріоризуються цінності взаємин, тобто таких, які засновані на діалозі, на договірних, взаємоузгоджених уявленнях і переконаннях, на визнанні права кожного мати власну позицію.

В консервації культурно-значущих регламентів, форм культурної діяльності, їх збереженні та репродукуванні [28] шкільний освітній простір виконує подвійну функцію. З одного боку, учень пізнає і освоює основну, важливу для подальшого життя у світі дорослих, соціальну інформацію, накопичену у могутній системі «текстів» (традицій і обрядів як шкільних, так і загальнонаціональних, міфів і легенд, наукового доробку, літературну і ділову мову тощо) – тобто соціалізується як реципієнт соціально важливої інформації, втіленої у знакових засобах. Таким чином, досвід учнівства – це чи не перший досвід суб'єктного осягнення системних всезагальних – знакових (або інформаційно-семіотичних [28, с. 111]) компонентів будь-якої культури. І, отже, культурний простір школи постає як особлива, властива людському суспільству форма інформаційного процесу, який завдяки своїй публічності, регламентованості, інтегрованості навколо гуманістичних діалогічних цінностей, характеризується докорінно іншими можливостями цілеспрямованого соціалізуючого впливу на особистість дитини, ніж дошкільні заклади освіти і сім'я.

З іншого боку, з отриманням шкільної освіти розвивається індивідуальний досвід дитини не тільки по репродукуванню надбань досвіду надіндивідуального. Завдяки опорі на особистість учня як на суб'єкта творчості, в сучасній школі перед ним відкриваються можливості продукувати нові знання, нові ідеї, опредметнюючи їх у продуктах свого навчання (від літературних творів до творчих наукових проєктів) і, набуваючи індивідуально важливий досвід, оприлюднювати, примножувати, захищати свої творіння, що також є суспільно важливим досвідом, оскільки дитина навчається творити культуру: об'єктивуючи у знаковій формі свої думки й ідеї, дитина відділяє їх від себе, знаходить суспільно прийнятну і зрозумілу форму їх самостійного, позаособистісного існування. Таким чином, навчання у школі – це період утвердження дитиною за собою прав бути автором власного життя, усвідомлювати межі себе і «свого» світу, а також набуття досвіду, безконфліктно і гармонійно виходячи за ці межі, будувати «наш» світ.

2.3. Особливості становлення економічної культури молоді в умовах навчання у вузі

2.3.1. Студентська молодь як об'єкт соціально-психологічних досліджень

На сучасному етапі глобалізації інтенсивно розгорнувся процес становлення єдиного світового економічного, фінансового, інформаційного та гуманітарного простору. Він вносить істотні зміни у спосіб життя країн з перехідною економікою, до яких належить Україна. Дослідники констатують дві головні тенденції у цьому процесі: з одного боку, відбувається глобалізація стилю життя, збільшення загальноцивілізаційних рис буття людей, з іншого – чітка тенденція до збереження унікальної національної самобутності культури, мови, традицій, національної ментальності. Цей двоєдиний процес дістає відображення й у тих аспектах людського буття, що пов'язані з життєвим простором особистості.

Сьогодні світ вступив у епоху повороту до нових життєвих цінностей, епоху зміни типу цивілізації, що особливо гостро ставить проблему вписування людини в нові реалії існування соціуму. Відбувається перехід не лише до нової стадії економічних відносин, нових підходів до пошуку людиною свого місця в світі, а й розвитку мислення, культури, нових підходів здобуття професійної освіти. Інтеграція України в світові та європейські процеси, реалізація концепції Європейського дому, наявність спільних інтересів і прагнення розвинених країн Європи до співробітництва ставлять перед громадянами цих країн, і особливо перед молоддю, нові більш складні завдання в суспільно-політичній, культурній та економічній сферах. Становлення нового суспільства передбачає можливість або навіть появу такої людини, яка б мала відповідний розвиток інтелектуальних здібностей і соціальних якостей і відповідним чином могла б інтегруватись в це суспільство. Інтеграцію людини в нові глобалізаційні умови забезпечує процес соціалізації особистості.

Трансформація українського суспільства, інституціональні зміни в ньому гостро поставили перед молоддю проблему її активності, уміння жити в нових умовах. Молодь виходить на ринок праці в складний для себе відрізок свого життєвого часу, коли вона переходить з одного якісного стану до іншого, коли їй доводиться долати поріг між навчанням і початком трудової діяльності. Цей процес передбачає суспільне визнання її здібностей та прагнення застосувати свої знання, досвід на практиці. Він тісно пов'язаний зі змінами її правового статусу, соціально-економічного становища, способів залучення до соціальної структури, характеру життєдіяльності, можливостей отримання професійної освіти і набуття статусу повноправного суб'єкта трансформаційних змін у суспільстві.

Зазначимо, що поняття "молодь" досить різнопланово трактується в багатьох галузях науки – філософії, психології, політології, педагогіці тощо. Однак і нині між науковцями йде полеміка щодо визначення поняття молоді,

критеріїв її виділення в самостійну групу, вікових меж. Найважливішими групоутворюючими ознаками молоді більшість авторів називають вікові характеристики та пов'язані з ними особливості соціального становища, а також обумовлені ними та іншими соціально–психологічні властивості. Як частина суспільства, молодь включена у всі його зв'язки та відносини. Разом з тим їй притаманні специфічні соціальні функції – відтворювальна, трансляційна, інноваційна. У всіх конкретних суспільствах і у всі часи її соціальний статус в головному однаковий – молодь одночасно виступає єдиним джерелом поповнення трудових ресурсів, головним носієм інтелектуального потенціалу суспільства, і об'єктом і суб'єктом соціалізації [51, с. 55-58].

Останнім часом дослідницька увага сфокусована на вивченні індивідуальних життєвих стратегій молоді, оскільки з часом збільшується число каналів її входження в доросле суспільство: зростає різноманіття форм як шкільної, так і постшкільної освіти, розширюється специфічно молодіжний ринок праці, способи її працевлаштування, у тому числі і тимчасове безробіття, зростає різноманіття форм проживання, форм сімейно–шлюбних відносин тощо. Зазначимо, що існує декілька напрямів теоретичного осмислення молоді, вивчення її місця і ролі в суспільстві: молодь можна характеризувати як носія психофізіологічних рис молодості; молодь можна розглядати як окрему культурну групу зі своїми культурними якостями та функціями; молодь можна вивчати як об'єкт та суб'єкт процесу спадкоємності та зміни поколінь, де на перший план виходить її соціальна функція.

У наукових дослідженнях Г.М. Андрєєвої, К.А. Абульханової-Славської, Н.М. Блинова, М.Й. Боришевського, В.Б. Ольшанського, І.С. Кона, С.Н. Іконнікової, В.В. Москаленко та інших йдеться про вивчення молоді як суб'єкта суспільного життя.

Проблема становлення економічної культури молоді на етапі здобуття вищої освіти, як свідчить аналіз наукових джерел, є міждисциплінарною. Питання економічної культури вивчалось фахівцями економічної соціології (Т.О. Єфременко, Т.І. Заславська, Р.В. Ривкіна, А.В. Сур'як та ін.), економічної психології (О.С. Дейнека, А.Л. Журавльов, Н.А. Журавльова, Л.М. Карамушка, О.В. Креденцер, А.Б. Купрейченко, С.Д. Максименко, Т.В. Петровська, О.А. Філь та ін.), в рамках теорії економічної соціалізації (Н.Ю. Волянчук, Н.М. Дембицька, А.Л. Журавльов, Н.А. Журавльова, І.К. Зубіашвілі, О.В. Лавренко, Г.В. Ложкін, О.О. Міщенко, В.В. Москаленко, В.П. Позняков, С.А. Цветков та ін.). Теоретичне та емпіричне вивчення окремих аспектів формування економічної культури в умовах професійної підготовки студентів у вузі здійснено у дослідженнях О.О. Міщенко, Г.Г. Беляєва, І.А. Тарасової, О.В. Мохової. Водночас проблема становлення економічної культури молоді на етапі здобуття вищої освіти ще потребує належного дослідження і осмислення.

У довідникових та енциклопедичних виданнях молодь визначають як велику суспільну групу, що має специфічні соціальні і психологічні риси, наявність яких визначається як віковими особливостями молодих людей, так і тим, що їх соціально–економічний, суспільно–політичний стан, їх духовний світ ще знаходяться в стані становлення, формування.

Ця спільнота, з одного боку, характеризується притаманними їй психофізіологічними особливостями, виконанням діяльності, що переважно пов'язана з підготовкою та включенням у суспільне життя з усіма його складностями та протиріччями; з другого – ця спільнота має власну субкультуру, внутрішню диференціацію, яка відповідає соціальному поділу суспільства. Її характерною особливістю є те, що вона має подвійну природу, тобто одночасно виступає як явище біологічне та соціальне, що визначає зв'язок її психофізичного та соціального розвитку. І.С.Кон, даючи доволі повне визначення молоді, зазначає, що як соціально–демографічна група, вона виділяється на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального становища і обумовлених тими чи іншими соціально–психологічними властивостями. Водночас молодість є певною фазою, етапом життєвого циклу, але її конкретні вікові межі, пов'язаний з нею соціальний статус та соціально–психологічні особливості мають соціально–історичну природу і залежать від суспільного ладу, культури та властивих даному суспільству закономірностей соціалізації [24].

У статистиці, соціології до молоді здебільшого відносять індивідів віком від 14–16 до 25–30 років. Закон "Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні" визначає молодь як групу населення віком від 15 до 28 років (з 1999 року – від 14 до 28 років).

Ще на початку 2000-х років вітчизняні вчені відмічали, що процес дорослішання сучасної молоді відбувається більш стрімко, ніж у покоління її батьків, і навіть у юнаків та дівчат 10 років тому. За цей період значно зросли її потреби, якісно змінились уявлення про гідний рівень і стиль життя. Багато молодих людей прагне мати власні джерела доходів, проте лише 10% з них можна віднести до категорії економічно незалежних, тобто таких, чий достаток сьогодні формується без батьківської грошової та іншої матеріальної допомоги. Навіть серед 25-28 річних їх частка не перевищує 20 відсотків [21, С.101].

Сучасна молодь з економічних поглядів не поділяє цінностей ані послідовного лібералізму, ані соціалізму: більшість вважає, що необхідно створювати рівні умови державному керуванню економікою та розвитку приватного підприємництва (так вважають 45% молоді Азербайджану, 39% – Росії та 41% - України) [12].

Зазначимо, що нинішнє молоде покоління суттєво відрізняється навіть від попереднього. Його соціальний портрет, устремління, ціннісні орієнтації носять мозаїчний характер, навіть суперечливий. Ціннісні орієнтації сучасної

української молоді відображають нову економічну реальність з її протиріччями і складностями буття. Зокрема:

- у своїй більшості молода генерація України у порівнянні з особами середнього та старшого віку підтримує формування незалежної держави, ринкові перетворення;
- нині чотири з п'яти молодих людей висловлюються за прискорення економічних реформ, підтримуючи інститути приватної власності, підприємництва;
- водночас молодь, маючи низький рівень представництва у вищих та місцевих органах законодавчої та виконавчої влади, керівництві великих і середніх підприємств, державних організацій та установ, різних неурядових організацій, не має реального впливу на формування стратегії і тактики ринкових економічних реформ, а тому досить скептично оцінює перспективи подальшого економічного розвитку країни;
- вона більше, ніж попереднє покоління, розраховує на власні сили та підтримку батьків, друзів, родичів, що свідчить про послаблення патерналістських очікувань;
- певні зміни відбулись в трудових ціннісних орієнтаціях молодого покоління: постійно зростає значення високої оплати праці, підвищуються вимоги щодо характеру та умов діяльності (передусім – в освіченої частини молоді робочої сили); вона досить сильно зорієнтована на підприємницьку діяльність, але більшість молоді умови для її здійснення в Україні оцінює як несприятливі і найбільш вірогідною сферою розвитку підприємництва вважає тіньову економіку. Торгівлю в ятці або в кіоску вона розглядає як необхідний тимчасовий етап, який дасть можливість накопичити мінімальні кошти для значно більших справ (відкриття власної справи, можливість власними силами забезпечувати своє життя, набувати вищу та середню спеціальну освіту тощо).

Дбаючи про майбутнє, покоління молоді останніх років дедалі більше усвідомлює значення освіти, насамперед вищої, та навичок високої кваліфікації у своїй діяльності. Але, об'єктивно сприймаючи новації, сучасна молодь вже по-іншому ставиться до опанування знаннями у навчальних закладах, переступаючи через значно застарілі й уже непотрібні пласти, робить це на якісно іншому, об'єктивно вищому рівні, на відміну від старших поколінь [44, С. 15].

Потреба у вищій освіті у молоді нині набуває особливо вираженого соціального забарвлення. Вона усвідомлює, що отримання вищої освіти у багатьох країнах розглядається як символ вищого економічного статусу, споживчого стандарту й способу життя середнього класу. Цінність вищої освіти зростає ще й тому, що тут реалізуються зростаючі соціальні потреби молоді, її прагнення до подальшого духовного та інтелектуального розвитку.

Серед усього загалу молоді, до якої в статистиці, соціології здебільшого відносять людей віком від 14–16 до 25–30 років, виділяють як специфічну соціальну групу молоді - студентство. Студентська молодь останнім часом є об'єктом широких психологічних та соціологічних досліджень як у нашій країні, так і за кордоном. Це пов'язано з тим, що входження України в нову економічну систему ринкових відносин робить, як ніколи раніше, актуальним підготовку висококваліфікованих спеціалістів для різних галузей народного господарства, освіти й культури на рівні, який би відповідав міжнародним стандартам. Водночас студент вузу постає як одна з важливих постатей майбутнього суспільства, його прогресивного розвитку та демократичних перетворень. Тому проблеми студентства вивчаються нині майже у всіх вузівських центрах, науково-дослідних установах.

Для характеристики студентства ряд психологів користуються терміном "студентський вік", використання якого обґрунтували Ю.А.Самарин та Б.Г.Ананьєв. Зокрема, Ю.А.Самарин зазначав, що студентський вік не можна розглядати просто як поєднання юнацького віку і початку дорослості, цей вік має свої суттєві особливості. Вони пов'язані зі специфікою змін, що відбуваються в соціальній ситуації розвитку (Л.С.Виготський) при переході із школяра в студенти [48, с. 16-20].

Б.Г.Ананьєв розглядав два підходи до виділення вікових стадій за "онтогенетичним" принципом та принципом "соціалізації" [3]. Виходячи з "онтогенетичного" принципу, він виділяв такі вікові стадії як ріст, дозрівання, зрілість, старіння і старість. Принцип "соціалізації" вимагає виділяти вік з точки зору становлення особистості в певному суспільстві; в такому разі звичайно називають ранній, дошкільний, молодший шкільний і інші вікові етапи. Але при цьому з розгляду випадає такий важливий етап становлення особистості як студентський вік. Цей вік поєднує в собі два вікових періоди: в традиційному розумінні юність і ранню дорослість. Це особливий період розвитку особистості, який продовжується лише під час навчання у вузі I-II чи III-IV рівнів акредитації, коли відбувається виховання майбутнього спеціаліста, суспільного діяча і громадянина, освоєння і консолідація багатьох соціальних функцій, формування професійної майстерності.

Молоді люди, що вийшли зі стін загальноосвітньої школи і вступили у самостійне життя, по суті самостійними ще не стали: вони і економічно, і психологічно залежать від батьків. Можна сказати, що перехід людини у доросле життя опосередковується особливим життєвим етапом – студентством. Цьому віку відповідає особлива соціальна ситуація розвитку. Студенти, у порівнянні зі школярами, мають іншу життєву практику. Проблеми, що виступали для школярів як теоретичні, стають тепер практичними. При цьому відбуваються зміни у всіх сферах активності особистості: в професійній сфері, в побуті, у стосунках з представниками

протилежної статі, з людьми іншого віку. Особливе місце тепер займає проблема формування економічної самостійності і світогляду.

Студентство як соціальна група відрізняється не лише особливим місцем і роллю в суспільстві, що розвивається в нових ринкових умовах, а й наявністю цілком певних соціальних якостей, які дозволяють виділити його в специфічну страту. Цей вік виступає одночасно і як демографічна, і як соціальна ознака. Адже період навчання у вузі припадає в основному на другий період юності, період оформлення юнаків і дівчат у дорослу людину. У процесі навчання студентство не створює матеріальних і духовних благ, але сам період підготовки до професійної діяльності складає необхідну ступінь, без якої неможливий жодний вид праці. Дати молодій людині сучасну освіту – це означає дати їй не лише хороші професійні знання, а й підготувати спеціаліста, що глибоко розуміє своє місце і роль в суспільстві. Період студентства для людини – це період становлення цілісності особистості, коли відбувається консолідація її психічних сил. В цей період розкриваються потенційні здібності і задатки, проявляються таланти, удосконалюється інтелект, розширюється коло пізнання, набувається професія.

Студентство, як специфічна соціальна група молоді, не має в повному розумінні слова власного соціального статусу і характеризується або соціальним становищем своїх батьків, або своїм майбутнім статусом, пов'язаним із набуттям професійних знань. Молода людина, котра навчається у вищому навчальному закладі, вже має певні світоглядні позиції, ціннісні орієнтації, уявлення про соціальні ролі, соціальні норми, засвоєні на буденному рівні, насамперед під впливом сімейного інституту, загальноосвітньої школи, іншого безпосереднього оточення, засобів масової інформації. У період навчання у вузі змінюється структура, вплив і співвідношення соціалізуючих чинників на молоду людину: батьків, родинного й найближчого оточення, засобів масової інформації, мистецтва, громадських організацій і рухів, правоохоронних органів тощо. Стаючи більш дорослою, молода людина поступово позбавляється від юнацького максималізму, вчиться розуміти і поважати погляди інших людей, звикає виражати своє ставлення до них у загально прийнятих формах, більш свідомо оцінює нормативно-ціннісну систему суспільства. З іншого боку, у процесі усвідомлення й уточнення своїх політичних, моральних, економічних, культурних орієнтацій у неї формується принципове ставлення до певних типів людей, соціальних груп. Мотиваційний вплив на інших людей поступово втрачає характер імпульсивності, хвилинного настрою й оформлюється як продумані, морально вивірені, узгоджені з діями інших людей чи сумісні вчинки. Шляхом інтеріоризації відбувається формування нових мотиваційних ставлень до оточуючого світу, інших людей, до самої себе.

Студент – це якісно новий ступінь у психофізичному і соціально–моральному розвитку особистості, її перехід від стану старшого школяра до студента. Серед новоутворень цього етапу можна відмітити такі, які мають суттєвий вплив на професійне самовизначення індивіда: феномен особистісного самоутвердження, емоційно–моральна і пізнавальна активність, здатність до невмотивованого ризику; орієнтація на доросле товариство, його стосунки, прагнення опанувати їх та вписатись на рівних в це товариство; феномен "дорослості"; нестійкість світоглядних структур; податливість зовнішньому впливові; бажання неформального спілкування з однолітками, з референтно значущими людьми. У порівнянні з підлітками студенти вже мають цілісну структуру самостійності, але як правило ще недостатньо розвинену. Самостійна позиція під час вибору майбутньої професії, життєвого шляху і способу життя все ще залишається нестійкою. Ця самостійність переважає на емоційно–оціночному чи когнітивному рівнях, а на діяльнісно–практичному вона проявляється менше. Перехід із стану школяра до стану студента – це не лише зміна форм навчальної діяльності. У період отримання вищої освіти молода людина продовжує свій особистісний ріст, вона зіштовхується з багатьма новими для себе проблемами, пов'язаними зі вступом у роль дорослого (нове середовище однолітків і дорослих, перегляд уявлень про себе, можливий переїзд в інше місто, власна сім'я і т.д.). Постійне вирішення цих проблем вимагає внутрішньої самоорганізації, уміння розподіляти час і сили в дуже напруженому у порівнянні зі шкільним життям навчальному режимі, стимулює роботу по виявленню і усвідомленню життєвих пріоритетів, уточненню поточних і перспективних планів.

Процес професійної підготовки студентів до майбутньої діяльності детермінований як зовнішніми обставинами, що характерні для соціального середовища на сучасному етапі розвитку українського суспільства (економічна, соціально–психологічна ситуація в країні, особливості соціалізації підростаючого покоління, особливості навчально–виховної системи у вузі та ін.), так і індивідуальними властивостями особистості, її "психологічної готовності" до роботи в нових умовах глобалізації та інтернаціоналізації у всіх сферах суспільного життя за обраною спеціальністю. Вуз є важливим інститутом становлення молодого людини. Тому соціалізація індивіда в ньому як особистості, як суб'єкта діяльності не повинна зводитись лише до передачі знань про основи наук, а неодмінно передбачати розвиток: 1) інтелекту; 2) моральності; 3) громадянської позиції; 4) емоційної сфери; 5) стійкості до стресорів; 6) впевненості в собі і самосприйняття; 7) позитивного ставлення до світу й прийняття інших; 8) економічної самостійності; 9) автономності; 9) мотивації самоактуалізації, самовдосконалення.

Основним протиріччям цього віку стає невідповідність між формальним початком соціальної дорослості і фактичною неможливістю її

початку у повному обсязі; студент в очах суспільства ще залишається "учнем". Для подолання цього протиріччя йде активне орієнтування і засвоєння особистістю соціальних функцій повноцінного члена суспільства, тобто формування особистісної самостійності, здатності нести відповідальність за своє життя, здатності зріло аналізувати власне життя і своє місце в суспільстві. Психологічно це досить складне утворення, яке включає як мотиваційно–сміслові, так і операційно–технічні компоненти. Самостійність вимагає не лише сформованості певних знань про світ, про себе, не лише певного емоційного ставлення до цих знань, а й конкретної реалізації всього цього в соціальній діяльності. Із вступом у вуз змінюється також характер спілкування, яке опосередковується навчальною діяльністю. Особливо це стосується спілкування з однокурсниками, з викладачами, професійне спілкування на практиці. Водночас змінюється емоційно–особистісне спілкування в сферах поза вузом (з батьками, родичами, близькими друзями, знайомими - воно теж визначається характером включеності суб'єкта в навчальну діяльність).

Поступово молода людина оволодіває все більш довершеними способами перетворення оточуючого світу, вона все більше виступає як суб'єкт не лише своєї поведінки, а й свого внутрішнього світу, психічного життя. Основна характеристика соціалізованого суб'єкта - це переживання людиною себе як суверенного джерела активності, здатного в певних межах змінити й оточуючий світ, врахувати трансформаційні зміни в ньому, і самого себе. Суспільство на кожній ступені свого розвитку задає молодій людині деякі загальні принципи сприйняття й інтерпретації світу, визначає значущість тих чи інших аспектів життя, формує спрямованість на певні цінності. Сучасній молодій людині, мабуть, як ніколи, необхідні розуміння найвищої, абсолютної цінності людського життя, цінності свободи й почуття відповідальності за себе, інших людей, долю своєї суверенної держави, за все людство загалом.

Отже, у студентства, яке перебуває на межі "дитинства – дорослості" все виразніше проступають риси дорослості. Це проявляються у тому, що молоді люди, на відміну від дітей, все більше віддаляються від родинного кола і стають частиною широкого соціального середовища, зіштовхуються з неоднозначною поведінкою людей і самостійно приймають рішення, пов'язані з ризиком, готуються до виходу на ринок праці, до створення власного дому й сім'ї, врешті–решт здійснюють це. Як суб'єкт трансформаційних перетворень в суспільстві, студентство, з одного боку прагне брати повнокровну участь у житті суспільства і якнайшвидше інтегруватись в існуючий порядок, соціалізуватись, з іншого боку, воно готується виконувати роль рушійної сили, що прагне перетворень усталеного порядку і виступити провідником соціально–економічних, культурних, інноваційних змін, технічного прогресу.

2.3.2. Освітній простір вищого навчального закладу як чинник становлення основ економічної культури особистості студента

Розглядаючи становлення основ економічної культури особистості, особливо важливим є дослідження того, наскільки сучасне українське студентство усвідомлює своє становище в суспільстві, як розуміє характер трансформаційних змін в ньому, яким чином воно структурує сферу своїх ціннісних орієнтацій, які напрями вважає пріоритетними у свідомій організації своєї життєдіяльності, цінностям якого рівня – мікрорівня (сім'я, родичі, сусіди, однокласники, друзі) чи макрорівня (суспільного, національного, планетарного), якій культурі (традиційній, національній, слов'янській, західно-європейській чи вестернізованій американській) віддає перевагу. Адже саме молодому поколінню в недалекому майбутньому належить відповідати за відтворення не лише населення нашої країни, а й того соціально-економічного й культурного контексту, в якому відбуватиметься життєдіяльність нащадків не лише у межах сім'ї, соціальних інститутів, суспільства в цілому, а й у масштабах планети.

Нова "якість життя" українського суспільства вимагає розвитку творчих здібностей, духовного збагачення й свободи особистості. Життя людини є постійним процесом творчості, яке завжди потребує свободи і поза якою воно не може існувати, а свобода є необхідною умовою, формою самореалізації людини, становлення та реалізації її творчих сил. Ядро соціалізованої особистості студента як носія інтелектуального потенціалу, особливих здібностей до творчості складають її цінності як соціально-психічні утворення, які відображають найбільш безпосередню цінність матеріального чи духовного об'єкта для конкретної людини. Вони є основою мотивації для її вчинків, поведінки, діяльності, взаємин з іншими людьми.

Дати молодій людині сучасну освіту – це означає дати їй не лише хороші професійні знання, а й підготувати спеціаліста, що глибоко розуміє своє місце і роль в суспільстві. Період студентства для людини – це період становлення цілісності особистості, коли відбувається консолідація її психічних сил. В цей період розкриваються потенційні здібності і задатки, проявляються таланти, удосконалюється інтелект, розширюється коло пізнання, набувається професія. Початковий етап професіоналізації дуже важливий для молоді людини. Він передбачає вибір сфери діяльності, пошук свого місця в професійному співтоваристві, соціальну адаптацію і самореалізацію як ефективного члена суспільства. Тому психологи, педагоги вищої школи трактують цей етап як ключовий, що визначає весь хід подальшого життя людини. Це витoki формування професійної складової "Я – концепції", яка є необхідною для успішного самовизначення. "Я – концепція професіонала" – важливе психологічне утворення в структурі особистості. Вона включає в себе як усвідомлені (відрефлексовані) когнітивні і операціональні компоненти, так і неусвідомлені цінності і смисли, які надають емоційного забарвлення окремим професійним актам і

всій професійній діяльності в цілому, передбачають постійну роботу суб'єкта по формуванню і деталізації внутрішнього образу професійної діяльності (Климов, 1996; Леонтьєв, 1993; Маркова, 1996).

Студентство як новий віковий період психологи вважають третім світом, що існує між дитинством і дорослістю, другим перехідним періодом у розвитку особистості. Студентові засобами соціалізації належить перейти від фізіологічної зрілості до соціальної, засвоївши ті норми і правила, які існують в дорослому житті, виробити власну систему ціннісних орієнтацій. В процесі соціалізації особистості, що здійснюється в ході діяльності та спілкування індивіда, відбувається засвоєння та активне відтворення ним соціального досвіду, набутого суспільством. Соціалізація – це не лише засвоєння норм людського співжиття, а насамперед засвоєння кожною особистістю духовності, культури свого народу, його національного духу, способу життя, регулюючих принципів і норм суспільства. Водночас соціалізація – це процеси: а) формування закінченості і зрілості особистісних рис; б) розвитку і модифікації зрілих форм соціальності особистості в ході включення її в систему наявних зв'язків і залежностей, які тривають протягом усього життя.

Зазначимо, що трансформаційні процеси в суспільстві теж певним чином позначаються на розвиткові пізнавальних психічних процесів студентської молоді, активізуючи окремі її якості, окремі компоненти економічної культури. Так, в умовах переходу до ринкових відносин особливо зростає значення практичного інтелекту юнаків та дівчат. У структуру практичного інтелекту входять такі якості розуму як діловитість, економність, обачливість, вміння швидко вирішувати задачі, що виникають. Діловитість виявляється у тому, що людина може відшукати оптимальне рішення у будь-якій складній ситуації. Економність виявляється у тому, що людина здатна знайти спосіб дії з найменшими затратами, що веде до потрібного результату. Обачливість – це вміння передбачити наслідки тих чи інших рішень. Вміння оперативно вирішувати задачі проявляється у кількості часу, який минає з моменту виникнення задачі до її практичного вирішення. Розвиненим можна вважати таке практичне мислення, якому притаманні усі вказані властивості.

В процесі соціалізації складнощі та протиріччя життя актуалізують у студентів проблему пошуку сенсу свого життя. Потреба у сенсі життя проявляється у тому, що без появи у юнаків та дівчат цінностей, які визначають сенс існування, їхня життєдіяльність не відповідає власним можливостям і негативно ними оцінюється. Особливої ваги набувають цінності творчості (вони визначають конкретний внесок індивіда в суспільство), цінності переживання (вони визначають характер стосунків людини з іншими – дружба, любов, кохання, приятелювання та ін.) та цінності ставлення (визначають ставлення людини до свого життя, до того, як складається її доля). Світоглядні позиції будуються на інтелектуальному

розвитку, інтересі до особистості, рефлексії, що веде до формування власних переконань. Юність прагне сформувати внутрішню позицію по відношенню до себе ("Хто Я?", "Що Я можу?", "Яким Я повинен бути?", "Чого Я хочу?"), по відношенню до інших людей, до моральних цінностей. Юність також прагне визначитись між добром та злом, прекрасним і ницим, значно розширити їх діапазони. Йде аналіз і співставлення загальнолюдських цінностей і своїх власних ціннісних орієнтацій, вибір ідеалів.

Вирішального значення набуває динаміка "внутрішньої позиції" особистості, що формується у цей час. "Внутрішня позиція" складається з уявлення про те, як юнаки і дівчата ставляться до того об'єктивного становища, в якому вони перебувають в житті на сьогоднішній час і яке становище вони хочуть зайняти в майбутньому. Саме ця внутрішня позиція зумовлює певну структуру їх ставлення до дійсності, до оточуючих людей і до себе. Крізь цю внутрішню позицію і "заломлюються" впливи, що йдуть від навколишнього середовища і які стають фактором розвитку особистості.

Загалом студентську юність можна розглядати як період стабілізації особистості. В цей час складається система стійких поглядів на світ і своє місце в ньому – світогляд. Відомі пов'язані з цим юнацький максималізм в оцінках, навіть пристрасність у відстоюванні своєї точки зору. Центральним новоутворенням цього періоду є самовизначення, професійне і особистісне. Індивід цілком певно вирішує, ким бути і яким бути. З виробленням світоглядних настанов, особистісним і професійним самовизначенням пов'язано і остаточне становлення життєвого світу. Всі мотиви, значущість чи незначущість складнощів життєвого світу стають більш усвідомленими, переживаються у всій повноті та глибині, визначається мета, життєва стратегія і засоби досягнення поставленої мети.

Ще однією особливістю студентського віку є ефект гетерохронності психічного розвитку. Він посилюється при просуванні від більш ранніх до більш пізніх етапів онтогенезу, а на момент вступу особистості у студентський вік стає найбільш виразним. Йдеться про те, що хоч цей вік і об'єднує людей приблизного одного фактичного віку (як правило, це люди від 16–18 до 22–24 років), існує досить великий розкид в рамках віку у рівні психічної зрілості різних представників.

Із вступом у вуз змінюється також характер спілкування, яке опосередковується навчальною діяльністю. Особливо це стосується спілкування з однокурсниками, спілкування з викладачами, професійне спілкування на практиці. Водночас змінюється емоційно-особистісне спілкування в сферах поза вузом (з батьками, родичами, близькими друзями, знайомими - воно теж визначається характером включеності суб'єкта в навчальну діяльність у вузі, в процес професійної підготовки). Ускладнюються системи відносин і стосунків, в які включається особистість, перед нею більш часто і гостро постає проблема особистісного вибору, усвідомлення своєї позиції і прийняття того чи іншого рішення. Якщо раніше

відповідальність в більш складних ситуаціях вибору покладалась на батьків, більш строго задавались рамки поведінки особистості, то студентство вже по – іншому ставиться до пошуку самостійних шляхів.

Для тих студентів, що змінили місце проживання, переїхавши в більші міста, постає ще одна психологічна проблема адаптації до життя в нових умовах (великого міста, гуртожитку, квартири за наймом тощо). Тут студентам належить координувати свої дії, переваги в сфері навчання, побуту, дозвілля з сусідами – представниками різних соціальних груп, шарів, з їх соціокультурними уявленнями, ціннісними орієнтаціями, стереотипами, традиціями тощо, вирішувати низку економічних проблем, що пов'язані із економічною культурою (вміння виділяти пріоритети у діях з грошима, планувати свої економічні ресурси, забезпечувати свій економічний стан, йти на ризик тощо). Йде пошук особистістю власних позицій в соціальній взаємодії з іншими індивідами. Змінюються й характер стосунків з батьками, незалежно від того, проживає індивід під час навчання у вузі з ними чи окремо від них. Йому нерідко доводиться не лише самому для себе постійно приймати позицію людини, яка відповідає за саму себе, а й заставляти батьків приймати цю його позицію.

Сучасне суспільство вимагає високого рівня організації економічного життя і адекватного йому рівня професіоналізму усіх учасників соціально-економічного процесу. В цих умовах різко зростає роль економічної культури молоді. Чи стане молодь адекватною сучасним задачам модернізації української економіки, розвитку українського суспільства, багато в чому залежить від того, яким буде рівень її економічної культури [55, С. 65].

Зміни в українському суспільстві за останні два десятиріччя суттєво вплинули на цінності, інтереси і мотивацію студентської молоді. Вони перетерпіли значні зміни у порівнянні з цінностями не тільки радянської молоді, а й молоді часів незалежності 1990-х – 2000-х років. У доросле життя входять вікові когорти часів «незалежності» або ті, інтенсивна фаза соціалізації яких припала на інтенсивний розвиток ринкових відносин. Сучасна система цінностей, маючи певний зв'язок із цінностями своїх батьків, наповнилася новими складовими – «інформаційне суспільство», «соціальні мережі», «віртуальна реальність, постмодерністські реалії» і т.п. Ці реалії потребують власної якісно іншої економічної культури, носієм якої є передусім студентська молодь.

Як відомо, економічна культура особистості визначає її мислення, вчинки, дії в економічній сфері. Вона є базисом для формування й апробації нових економічних ідей, спрямованих на підвищення економіки і усього суспільного життя. Економічна культура діалектично пов'язана з економічною реальністю і поведінкою людей.

Невизначеність і суперечливість економічного стану, зміни економічного курсу країни, нестабільність державної економіки, низький

рівень життя українців, спотворена система їхніх цінностей, поглиблення економічної кризи українського суспільства на фоні глобальної економічної кризи позначилися і на економічній культурі окремої особистості. Для динамічного розвитку економіки і суспільства важлива позитивна соціально значуща мотивація студентської молоді, її активна економічна поведінка, особливо на ринку праці, її здатність до інноваційної і адаптаційної професійної діяльності. Лише економічно і професійно освічена молодь здатна зробити помітний внесок у розвиток економіки, підвищення якості життя суспільства.

Сучасні умови розвитку суспільства ставлять більш високі завдання перед вищою освітою – готувати фахівця, який відповідає новим запитам суспільства. Молоді фахівці повинні володіти більшою, ніж учора, професійною мобільністю, що вимагає досить високого рівня інтелектуальної діяльності. Це обумовлено особливостями нових соціально-економічних умов і інтенсифікацією науково-технічного прогресу. Тому результатом функціонування сучасної освіти має стати людина, що успішно здійснює свою професійну діяльність [16, С. 9].

Орієнтація суспільства на збільшення рівня індустріалізації, постійний розвиток виробництва вимагає від вузів підготовки високоосвічених кадрів. Враховуючи той факт, що забезпечити високий рівень життя в сучасному суспільстві можливо маючи високий професійний рівень суб'єктів економічної сфери, підвищується попит на якісну професійну освіту, яку може забезпечити навчання у сучасному вузі. Отже, високий рівень освіти суттєво підвищує шанси людини на ринку праці, дає можливість отримати роботу з високою заробітною платнею, поліпшує рівень життя випускника вузу. Відсутність освіти робить неможливим забезпечення матеріальних потреб великою частиною населення. Крім зменшення шансів на ринку праці низький рівень освіти може стати спадковим. Основним об'єктивним показником якості навчання у вузі є подальше працевлаштування випускників, від якого залежить їхній рівень життя.

Обираючи майбутню професію і майбутнє місце навчання, випускник тим самим обирає для себе свій майбутній соціальний статус і майбутню професійну роль яку він буде виконувати. Тому, складне питання вибору професійної спрямованості і вибору вузу для майбутнього навчання вирішується з урахуванням багатьох факторів: економічної ситуації в суспільстві, престижності професії, можливості майбутнього працевлаштування за обраною професією, впливу оточуючого середовища, сім'ї та ін.

Оскільки визначальний вплив на формування молодого покоління має найближче оточуюче середовище, то послідовна-спадкоємна зміна поколінь у суспільстві багато в чому диктує молоді моделі рольової поведінки. Ситуація вибору навчального закладу ускладнюється ще й тим, що соціалізація молодих людей проходить у принципово інших умовах, ніж соціалізація

їхніх батьків. Життєвий досвід останніх далеко не завжди може допомогти їх дітям, оскільки батьки можуть не дуже ясно уявляти, які саме цілі ставитиме життя перед їхніми дітьми і які особисті якості і навички, адекватні новій соціальній реальності, їм слід прагнути розвивати в своїх дітях насамперед. Батьки, що виростили в радянській культурі в період дорослішання своїх дітей, в період передачі їм цінностей і зразків поведінки в суспільстві, самі можуть переживати гостру кризу ціннісних і нормативних уявлень.

У соціалістичному суспільстві показником соціального успіху була освіта. Сьогодні на зміну їй прийшли гроші і незалежність від інших. Можна сказати, що в сучасній моделі успіху за найвище досягнення вважається максимальна незалежність від суспільства, яка не лише не перешкоджає, але часто сприяє розвитку девіантної поведінки. Цим гроші як критерій успіху принципово відрізняються від освіти. Тому, визначаючи, що головна мета вищої освіти – підготовка фахівця професіонала, не можна забувати про те, що вища освіта виступає основним механізмом трансляції культури в суспільстві. Отримуючи професійну освіту випускник вузу повинен бути насамперед суб'єктом культури, носієм високої моральності і соціальної активності.

У чисельних психологічних дослідженнях, присвячених студентському віку, підкреслюється, що саме цей вік є центральним періодом становлення світоглядної системи, деяких рис характеру і соціального інтелекту. У цьому віці формуються і помітно зміцнюються позитивні особистісні риси — відповідальність, почуття обов'язку, цілеспрямованість, рішучість, наполегливість, ініціативність, самостійність, уміння регулювати свої почуття, володіти собою. Студентський вік характеризується найбільш сприятливими умовами для психологічного, біологічного і соціального розвитку. Молодь виступає не лише об'єктом соціального впливу, а й суб'єктом соціальної діяльності, тому сама продукує конкретні поведінкові практики. Активно розвиваються її морально-ціннісні і естетичні відчуття. Швидко освоюються соціальні ролі дорослого: громадянські, професійні, економічні, родинні [34, С. 60-62].

Трансформації, що відбулися у сучасному суспільному розвитку України, економічний детермінізм та економічний фундаменталізм висунули на перший план у соціальній психології такі поняття, категорії та проблеми, які раніше не привертали уваги дослідників. Зокрема, йдеться про «економічну свідомість», «економічну культуру», «економічно успішну людину». Ці поняття відображають сутність економічного життя суспільства. Економічна свідомість та економічна культура особистості є системними складовими її свідомості, вищим рівнем психічного відображення економічних відносин суспільно розвинутою людиною. Їх специфіка полягає в тому, що вони формуються пізніше інших видів свідомості, а саме тоді, коли суб'єкт включений до всіх стадій виробництва і споживання. У студентської молоді таке включення відбувається поступово.

Економічна свідомість і економічна культура у своїй структурі має декілька компонентів. Так, А.О. Крилов відносить до них:

- Економічні емоції і почуття (акзитивні, що тісно пов'язані із сферами споживання і накопичення; праксичні, гностичні, глоричні та пугнічні, що стосуються сфери діяльності; альтруїстичні або егоїстичні, пов'язані зі сферами обміну і розподілу);
- Перцептивну сторону економічної свідомості: сприйняття грошей, сенсорно-перцептивні компоненти ставлення до речей, товарів і послуг; неусвідомлювані перцептивні настанови;
- Образно-афективні компоненти економічної свідомості: методи продажу, психологія споживача, психологія реклами;
- Економічні уявлення і економічне мислення: суб'єктивне відображення економічної реальності; осмислення економічних явищ, пізнання їх сутності, побудова на цій основі економічної діяльності;
- Економічні мотиви: мотив економії, мотив жадібності, конкуренція, егоїзм і альтруїзм; накопичення багатства, схильність до ризику, гонитва за прибутками;
- Вольові компоненти: економічні норми, економічний інтерес, економічний вчинок, діяльність [27].

Формування економічної культури студентської молоді пов'язане з рядом підпорядкованих проблем, таких, як:

- необхідність забезпечення рівних умов для трудового старту молоді;
- можливість соціального просування;
- досягнення економічної самостійності.

У щорічній доповіді Президентові України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні відмічається, що економічному самовизначенню молоді на сучасному етапі її життєдіяльності характерні наступні риси:

- падіння рівня життя молоді в цілому та різке погіршення її економічного стану зокрема;
- вимушене вдавання до додаткового підробітку, який, по-перше, збагачує не державу, а приватні структури, по-друге, супроводжується надмірним використанням фізичних і розумових здібностей молодих людей на шкоду їх загальному і духовному розвитку, що часто становить загрозу для стану їх здоров'я; по-третє, сприяє декваліфікації молоді та втраті можливостей набуття фахової освіти або підвищенню кваліфікації;
- посилення матеріальної, економічної та психологічної залежності молоді від суспільства та батьків, труднощі одержання статусу самостійної автономної особистості, тобто досягнення стану дорослості;
- відсутність помітного соціального просування і зростання соціального статусу, брак стимулів для продовження освіти;

- зростання кількості психічних проблем і комплексів, пов'язаних зі страхом втрати роботи і неможливістю самовияву та реалізації своїх сутнісних можливостей. [34, С. 61]. Однією з найбільш складних проблем є пошук сенсу для самовизначення людини. Стосовно до професійного самовизначення студентської молоді можна виділити узагальнений зміст: пошук такої професії та роботи, яка давала б можливість отримувати заробіток по справедливості, тобто відповідно до витрачених зусиль. Ще один варіант сенсу - прагнення до елітарності. Відомо, що багато людей часто мріють потрапити «з грязі в князі». Це особливо важливо в епохи соціально-економічних перетворень і потрясінь, коли на перший план виходять не стільки творчі, висококваліфіковані фахівці, які ефективно працюють у стабільних умовах, а так звані «авантюристи», які володіють не стільки талантом добре працювати, скільки талантом добре влаштуватися. Ідея авантюризму зараз дуже популярна серед молоді, яка самовизначається.

В.А. Поляков виділяє дві головні мети при побудові «успішної» кар'єри молоді людини: домогтися високого становища в суспільстві і високого доходу. Елітарні орієнтації в професійному самовизначенні припускають не тільки престиж і високий заробіток, а й творчу побудову свого життя, орієнтацію на вищі людські ідеали і цінності. На думку Н.С. Пряжнікова, розуміння успіху неоднозначно [46, С. 331]. Така неоднозначність проявляється не тільки в етичному плані, але і в самому процесі професійного самовизначення. Наприклад, на ранніх етапах розвитку суб'єкта праці багато що визначається тим, наскільки вихователі і батьки зуміють сформулювати в дитини позитивне відношення до чесною і творчої праці. Для абітурієнта успіх нерідко пов'язаний з надходженням в престижний навчальний заклад. Для студента на перший план виходить успішне навчання, а також навчально-професійні контакти з найбільш авторитетними викладачами [47, С. 85].

Професійне самовизначення - не тільки вибір конкретної професії, а й вибір всього життя. Людина часто обирає не тільки дану професію, але щось більш важливе, те, що дана професія дає їй для більш повного відчуття свого життя. Робота відіграє важливу роль в житті кожної людини і має великий вплив на її стан і самопочуття. Вдало обрана професія підвищує самоповагу і позитивне уявлення людини про себе, скорочує частоту фізичних і психічних проблем, пов'язаних зі здоров'ям, і підсилює задоволеність життям. Адекватність вибору і рівень освоєння професією впливають на всі сторони і загальну якість життя. Тому так важливо для людини, що вступає в світ професій, зробити правильний вибір.

На сьогодні більшість студентів і початківців-фахівців значну увагу приділяють розширенню своїх можливостей, вважаючи, що їх реалізація - справа найближчого майбутнього. Дорослі працівники-фахівці перемикають увагу на реалізацію своїх професійних можливостей. Однак більш

оптимальною є ситуація, коли студентів спеціально навчають реалізації будь-яких, навіть малих, можливостей, оскільки не у всіх професійна доля може скластися сприятливо.

Професійним самовизначенням є інтереси суб'єкта вибору професії. Інтереси традиційно вважаються найбільш значущим мотивом вибору професії, усвідомленими раніше і ясніше інших. Інтереси мають певною динамікою розвитку. В основі структури інтересів лежать пізнавальні інтереси. На базі пізнавальних інтересів виникають інтереси до професії. Професійний інтерес - емоційно забарвлене ставлення людини до певного виду діяльності. Поняття «інтерес» нерозривно з поняттям «схильність». Інтерес - раціональне, пізнавальне явище, схильність до чого-небудь конкретно. Якщо наявність інтересів означає «хочу знати», то наявність схильностей - «можу зробити». Інтереси і схильності є спонукальними чинниками, які зумовлюють професійне самовизначення. При цьому особливо важливі змістовні, стійкі, глибокі інтереси, відповідні активному вибору професійного шляху.

2.3.3. Уявлення студентської молоді про «економічно успішну людину»

Концепція економічної культури включає в себе образ «економічно успішної людини» як фактор, що детермінує зміст і розвиток економічної культури особистості. Як зазначалося вище, економічна культура особистості – це її психолого-економічні властивості, які, визначаючись системою економічних цінностей суспільства, відображають економічний тип людини цього суспільства. На основі вивчення літератури, в якій аналізується соціально-історичний тип людини ринкової економіки, можна зробити висновок, що нормативним канонем людини ринкової економіки, який втілено в економічній культурі суспільства, є людини підприємлива.

Образ «економічно успішної людини» стає носієм економічної культури особистості, визначає її зміст. Ця культура детермінується як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками, які взаємопов'язані та взаємозумовлені. З одного боку, цей образ існує як системотворче ядро економічної культури (внутрішній чинник), а з іншого, цей образ стає активатором економічної культури особистості (зовнішній чинник) [39, С. 180-181].

Однак для того, щоб цей образ став активатором економічної культури особистості, він ще повинен бути наповнений етичною складовою. Макс Вебер, аналізуючи «ідеальні типи», етичний кодекс протестантизму, підкреслював значення моральних рис для «людини економічної». Ми підтримуємо думку В.В. Москаленко, що «сьогодні у відповідності з теоретичними моделями моральної регуляції економічної активності, етика визнається однією із важливих її детермінант. В останнє десятиліття з'явився принципово новий погляд на взаємозв'язок економіки і етики. Суспільна

думка надає все більшого значення моральності економічних суб'єктів. Це пов'язано із захистом благополуччя, безпеки і здоров'я великих груп людей» [35, С. 172-173].

Взаємозв'язок етичних і ринкових уявлень особистості в процесі її економічної соціалізації ґрунтовно досліджені російськими соціальними психологами О.П. Вяткіним, А.Л. Журавльовим, А.Б. Купрейченко. В їхніх дослідженнях встановлено, що в умовах гострої конкуренції ринку порушення моральних норм стає економічно недоцільним, а в актуальному «Я» особистості виникає дисонанс між етичним та економічним [9; 18].

Зважаючи на це, нами проведено дослідження уявлень студентської молоді про «економічно успішну людину» за методикою вивчення асоціацій на тему «Етичні якості». Опитування здійснювалося на експериментальних майданчиках НДР, якими визначено вищі навчальні заклади м. Києва, інших міст у відповідності з укладеними договорами. **Вибірка** сформована із студентів Інституту соціальних наук і самоврядування імені Гейдара Алієва Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналу», кафедра загальної та практичної психології), а також студентів Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича; спеціалізація студентів – психологи та економісти.

У дослідженні взяли участь 64 особи – юнаки та дівчата у віці переважно 19-20 років. Вибірку склали студенти МАУП, факультет «Психологія», спеціалізація «практичний психолог» (21 особа), факультет «Міжнародна економіка і фінанси», спеціалізація «фінанси і кредит» (20 осіб) та студенти Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича, факультет «Педагогіки, психології і соціальної роботи», спеціалізація «практична психологія» (22 особи). Серед досліджуваних дівчат більше, ніж юнаків (61% - жіноча стать, 39% - чоловіча), що загалом відбиває тенденції статевого розподілу у закладах освіти. Вік – переважно 19-20 років (57%), 16% - 21-24 роки; 27% - 25 і більше років. Освіта – незакінчена вища; 78% - неодружені; 14% - одружені, є діти.

Мета дослідження вивчення асоціацій: виявити уявлення респондентів про «економічно успішну людину». Для цього був розроблений «Бланк для вивчення асоціацій» (методика А.Б. Купрейченко, А.Л. Журавльова, модифікована О.В. Лавренко), який включає в себе відповіді на два запитання: 1) якими етичними якостями володіє «економічно успішна людина»; 2) які якості дозволяють людині досягти економічного успіху, нехтуючи при цьому будь-якими моральними цінностями, нормами.

Контент-аналіз відповідей респондентів показав, що вони виділили цілий ряд якостей «економічно успішної людини», які умовно можна скомпонувати у наступні групи:

I. Етичні якості економічно успішної людини»:

А. Якості моральної свідомості.

Б. Якості, пов'язані зі ставленням до діяльності, праці.

В. Якості, пов'язані зі ставленням до інших людей.

Г. Якості, пов'язані з економічним статусом.

Д. Особистісні якості, які сприяють успіху.

Ж. Якості, пов'язані з іміджем людини.

П. Якості, які дозволяють людині досягти економічного успіху, нехтуючи будь-якими моральними цінностями, нормами

А. Якості морального плану.

Б. Якості характеру.

В. Якості, пов'язані з економічними параметрами.

Семантичний аналіз висловлювань респондентів дозволив оцінити відмінності в уявленнях респондентів про етичні та неетичні якості економічно успішної людини. Контент-аналіз відповідей показав, що в **етичному плані** «економічно успішній людині» притаманні наступні якості (усього виділено 11 якостей): моральність, справедливість, чесність, принциповість, гуманність, вихованість, відповідальність, порядність, скромність, доброта, повага до закону; Найбільш часто у відповідях респондентів зустрічаються: чесність (16 разів), порядність (11 разів), моральність (12 разів), відповідальність (10 разів).

Водночас респондентами зазначено 16 рис, пов'язаних зі **ставленням до діяльності, праці** як такі, що сприяють досягненню людиною економічного успіху. Це: працелюбність, активність, професіоналізм, наявність чіткої стратегії, успішність, адаптованість, прагнення до мети, успіху, цілеспрямованість, пунктуальність, ініціативність, раціональність, завзятість, добросовісність, енергійність, настирливість. Найбільш часто у відповідях респондентів зустрічаються: працелюбність (12 разів), цілеспрямованість (11 разів), адаптованість (8 разів).

«Економічно успішну людину» респонденти характеризують також як заможну, владну, успішну, матеріально благополучну, грошовиту, заощадливу, напористу, незалежну, підприємливу, яка вміє ризикувати. Ці якості можна пов'язати з **економічним статусом людини (11 якостей)**. Найбільш часто серед зазначених якостей можна виділити: успішність (6 разів), грошовитість (9 разів) та заощадливість (7 разів).

Високоморальна «економічно успішна людина» респондентами уявляється як така, що вміє налагоджувати **стосунки з іншими людьми**, проявляючи до них доброзичливість, терпимість, комунікабельність, ввічливість, тактовність, повагу. Тут найбільшу частотність (із 6 якостей) отримали: ввічливість (7 разів), повага до людей (6 разів), терпимість (6 разів).

Важливе значення для досягнення економічного успіху, на думку респондентів, мають 12 **особистісних якостей та рис характеру**: освіченість, мудрість, самовідданість, врівноваженість, відвага, самоконтроль, впевненість у собі, лідерські якості, оптимізм, гнучкість

розуму, самореалізація, наполегливість. Серед зазначених якостей явна перевага віддана освіченості людини (9 разів), мудрості (7 разів) та впевненості у собі (6 разів).

В уявленнях респондентів, економічно успішна людина повинна володіти **певним іміджем**. Його «маркерами» виступають: фірмові речі, харизматичність, хороше здоров'я.

Водночас досягнення людиною економічного успіху може бути здійснене, **нехтуючи будь-якими моральними цінностями, нормами**. У зв'язку з цим респонденти виділили 25 якостей, які несуть у собі ознаку аморальності. Це: крадіжництво, аморальність, цинізм, використання людей у власних цілях, прагнення до мети за будь-яку ціну, нахабність, невихованість, заздрість, використання «потрібних зв'язків», маніпулювання людьми, презирство до людей, нечесність, непорядність, байдужість до людей, збагачення за будь-яку ціну, злодійство, черствість, корисливість, лицемірство, жадібність, можливість «переступити через інших», обман, нечесність, хитрість, честолюбство, підлість, безжальність. Найбільшу частотність серед цих якостей отримали: прагнення до мети за будь-яку ціну (15 разів), використання людей у власних цілях (9 разів), аморальність (8 разів), нахабність (8 разів), жадібність (8 разів), обман, нечесність (9 разів).

На думку респондентів, сприяють досягненню економічного успіху 14 наступних **особистісних рис характеру**, які спонукають людину набути певних статків, нехтуючи загальноприйнятими моральними нормами та цінностями: жорстокість, впертість, егоїзм, аферизм, прискіпливість, меркантилізм, самозакоханість, агресивність, байдужість, безпринципність, скупість, корисливість, безвідповідальність. Найбільшу частотність серед цих рис отримали: егоїзм (8 разів) та впертість і аферизм (по 5 разів).

Нехтуванню моральними нормами і принципами, на думку респондентів, сприяють також 8 якостей, які містять у собі **економічне підґрунтя**: любов до грошей, нажива, азартність, корупційність, збагачення за будь-яку ціну (надмірне багатство), бандитизм та грабіжництво, хабарництво, прагнення влади. Серед цих якостей найбільш часто відмічені: любов до грошей (10 разів), корупційність (9 разів), бандитизм та грабіжництво (8 разів).

Підсумовуючи, можна відмітити, що в етичному плані економічно успішна людина студентською молоддю уявляється як така, що володіє певним набором якостей. Вона є чесною, порядною, моральною, відповідальною, працелюбною, цілеспрямованою, адаптованою в суспільство, економічно успішною, грошовитою, заощадливою. У спілкуванні з людьми - ввічливою, терпимою, проявляє повагу. Водночас вона повинна бути освіченою, мудрою та впевненою у собі, володіти певним іміджем.

Однак, нехтування моральними принципами та нормами теж сприяють людині у досягненні певного економічного успіху. Основою цього у такому

разі стають: прагнення до мети за будь-яку ціну, використання людей у власних цілях, аморальність у діях і вчинках, нахабність, жадібність, обман, нечесність, егоїзм, впертість, аферизм. Також цьому сприяють особистісні якості, що містять у собі економічне та аморальне підґрунтя: любов до грошей, корупційність, бандитизм та грабіжництво.

2.4.Закономірності становлення економічної культури молоді в умовах навчання в аспірантурі

Проблема формування економічної культури особистості як одна із важливих у економічній психології знайшла певне відображення в низці робіт [15; 29; 33]. Разом із тим, ця проблема є *не дослідженою* стосовно аспірантів. Однак, багато аспірантів після закінчення аспірантури та успішного захисту дисертації стають керівниками підрозділів, а потім і організацій, в освіті та науці, промисловості, бізнесі, що вимагає від них знання соціально-економічних феноменів, розуміння соціально-економічних механізмів функціонування соціальних інституцій тощо.

Це, відповідно, потребує вивчення, зокрема, того, як аспіранти розуміють роль економічної культури як у діяльності різних суб'єктів економічної діяльності, так і у власній життєдіяльності, у своїй професійній діяльності в організації. Зазначена проблема раніше не вивчалась у вітчизняній психології.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати оцінку аспірантами ролі економічної культури у діяльності різних суб'єктів економічної діяльності.
2. Проаналізувати оцінку аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності.
3. Дослідити оцінку аспірантами ролі економічної культури у професійній діяльності.
4. Дослідити зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності та професійній діяльності і організаційно-професійними (тип спеціальності, поєднання навчання в аспірантурі і роботи) характеристиками аспірантів.
5. Дослідити зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності і соціально-демографічними (вік, стать, сімейний стан, місце народження) характеристиками аспірантів.

Методика і організація дослідження

Для проведення дослідження використовувалась такі *методи*: а) опитування аспірантів (за допомогою авторської анкети з відкритими питаннями); б) контент-аналіз відповідей аспірантів. Статистична обробка даних здійснювалася за допомогою пакета статистичних програм SPSS (версія 13.0).

Дослідження проводилось серед аспірантів гуманітарних і технічних спеціальностей (Національний технічний університету України «КПІ», ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» НАПН України, Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України). Усього в дослідженні взяло участь понад 100 осіб.

Щодо *професійно-організаційних характеристик*, то аспіранти утворили такі групи: 55,3% опитаних були представниками гуманітарних спеціальностей, 44,7% – представниками технічних спеціальностей. 82,6% поєднували навчання в аспірантурі з роботою, 17,4% – не поєднували навчання в аспірантурі з роботою.

За *соціально-демографічними характеристиками* опитувані були розподілені наступним чином. Аспіранти утворили такі вікові групи: до 25 років – 37,6%; від 25 до 30 років – 37,6%; понад 30 років – 24,7%. Серед аспірантів було 36,0% хлопців та 64,0% дівчат. 43,0% опитаних були одруженими, 57,0 – неодруженими. 47,6% аспірантів народились у містах обласного або районного рівня, 31,4 % – в столиці, 19,8% – в селі.

Результати дослідження та їх обговорення

2.4.1. Значущість для аспірантів економічної культури у розв'язанні соціально-економічних проблем

Що стосується *першого аспекту проблеми* (роль економічної культури в розумінні та розв'язанні соціально-економічних проблем, які стосуються діяльності різних суб'єктів економічної діяльності), то тут було отримано такі дані (*табл.2.1*).

Дослідження показало, що переважна більшість аспірантів (86,0%) розглядають економічну культуру як «засіб розуміння та розв'язання соціально-економічних проблем, які стосуються їх власної життєдіяльності».

Досить невелика кількість опитаних, усього 9,3%, розглядають економічну культуру як «засіб розуміння та розв'язання соціально-економічних проблем, які стосуються світової спільноти та Української держави».

І ще менше, 3,5% опитаних, розглядають економічну культуру «як засіб розуміння та розв'язання соціально-економічних проблем, які стосуються діяльності організацій, де вони працюють». Як бачимо, оцінка ролі економічної культури в розумінні та розв'язанні особистих проблем значно переважає над оцінкою ролі культури в розумінні та розв'язанні загальносвітових (державних) проблем та проблем конкретних організацій.

Таблиця 2.1

Оцінка аспірантами ролі економічної культури у діяльності різних суб'єктів розв'язання економічної діяльності
(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Загальна кількість опитаних, %
«Економічна культура як засіб розуміння та розв'язання соціально-економічних проблем, які стосуються власної життєдіяльності опитаних»	85,0
«Економічна культура як засіб розуміння та розв'язання соціально-економічних проблем, які стосуються світової спільноти та Української держави»	9,3
«Економічна культура як засіб розуміння та розв'язання соціально-економічних проблем, які стосуються діяльності організацій, де працюють опитувані»	3,5

Отже, можна зробити висновок, що з урахуванням того, що більшість аспірантів у майбутньому стають керівниками підрозділів (організацій) у сфері освіти (науки) та в інших соціальних сферах, *значного посилення*, на наш погляд, потребує оцінка аспірантами ролі економічної культури в розумінні та розв'язанні соціально-економічних проблем більш глобального характеру (організації, суспільства тощо).

2.4.2. Оцінка аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності

Стосовно *другого аспекту* проблеми (аналіз оцінки аспірантами ролі економічної культури в їх власній життєдіяльності), то тут отримано такі результати (табл. 2.2).

Зовсім невелика частина опитаних, усього 4,7%, вказують на значущість такого важливого аспекту економічної культури, як «оволодіння економічними знаннями».

Значно більше вказують на практичний аспект економічної культури – її роль у розв'язанні соціально-економічних проблем у таких контекстах: а) широкому («задоволення своїх життєвих потреб, забезпечення власного матеріального благополуччя та матеріального благополуччя своєї сім'ї, розв'язання «конкретних» економічних проблем тощо») – 48,4% опитаних; б) більш вузькому («раціональна організація власного та сімейного бюджетів») – 44,2%.

Таблиця 2.2

**Оцінка аспірантами ролі економічної культури як засобу
розв'язання проблем у їх власній життєдіяльності**
(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Загальна кількість опитаних, %
«Задоволення своїх життєвих потреб, забезпечення власного матеріального благополуччя та матеріального благополуччя своєї сім'ї, розв'язання «конкретних» економічних проблем тощо»	48,4
«Раціональна організація власного та сімейного бюджетів»	44,2
«Прогнозування майбутніх економічних проблем та визначення підходів до їх розв'язання»	9,3
«Задоволення професійних проблем (адекватний вибір професії, адаптація на ринку праці тощо)»	9,3
«Планування фінансових доходів»	4,7
«Розвиток власних особистісних якостей як суб'єкта економічної діяльності»	4,7
«Оволодіння економічними знаннями»	4,7
«Організація власного бізнесу»	1,2

І зовсім невелика кількість опитаних вказали на значущість таких виявів економічної культури: а) «прогнозування майбутніх економічних проблем та визначення підходів до їх розв'язання» – 9,3%; б) «задоволення професійних проблем (адекватний вибір професії, адаптація на ринку праці тощо)» – 9,3%; в) «розвиток власних особистісних якостей як суб'єкта економічної діяльності (прийняття відповідальності за розв'язання соціально-економічних проблем, ініціативність у реалізації товарно-ринкових відносин тощо)»; г) «планування фінансових доходів» – 4,7%; д) «організація власного бізнесу» – 1,2%.

Отже, можна зробити висновок про те, що значущість для аспірантів *пізнавальних, прогнозуючих та розвивальних* аспектів економічної культури потребує, на наш погляд, *значного посилення*.

**Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури
у власній життєдіяльності та організаційно-професійними
характеристиками аспірантів**

Виявлено вплив низки організаційно-професійних чинників на значущість для аспірантів ролі економічної культури у власній життєдіяльності (табл. 2.3).

Так, наприклад, вплив такого організаційно-професійного чинника, як **тип спеціальності** аспірантів, проявився в тому, що аспіранти гуманітарних спеціальностей вище, ніж аспіранти технічних спеціальностей, оцінюють значущість такого аспекту економічної культури, як її роль у розв'язанні проблем власної життєдіяльності ($p < 0,05$) та значущість для розвитку особистісних якостей аспірантів як суб'єктів економічної діяльності ($p < 0,05$).

Таблиця 2.3

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності та типом спеціальності, за якою навчаються аспіранти

(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Гуманітарні спеціальності	Технічні спеціальності
«Економічна культура як засіб розуміння та розв'язання соціально-економічних проблем, які стосуються власної життєдіяльності опитаних»	91,5*	78,9*
«Розвиток власних особистісних якостей як суб'єкта економічної діяльності»	10,6*	0,0*

*- $p < 0,05$

У дослідженні не виявлено взаємозв'язку між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності та **поєднанням навчання в аспірантурі з роботою**.

Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності та соціально-демографічними характеристиками аспірантів

У процесі дослідження також констатовано вплив низки *соціально-демографічних чинників* на оцінку аспірантами ролі економічної культури у їх власній життєдіяльності.

Щодо впливу **віку**, то тут виявлено наступні закономірності (табл. 2.4). З віком зростає значущість для аспірантів такого аспекту економічної культури, як «задоволення своїх життєвих потреб, забезпечення власного матеріального благополуччя та матеріального благополуччя своєї сім'ї, розв'язання «конкретних» економічних проблем тощо» ($p < 0,05$). Також з віком дещо зростає, а потім значно зменшується значущість такого показника, як «раціональна організація власного та сімейного бюджетів» ($p < 0,05$). Водночас, також зменшується значущість ролі економічної культури в «задоволенні професійних проблем» ($p < 0,001$).

Таблиця 2. 4

**Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у
власній життєдіяльності та віком аспірантів**
(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	До 25 років	Від 25 до 30 років	Понад 30 років
«Задоволення своїх життєвих потреб, забезпечення власного матеріального благополуччя та матеріального благополуччя своєї сім'ї, розв'язання «конкретних» економічних проблем тощо»	15,6 *	15,6 *	42,9 *
«Раціональна організація власного та сімейного бюджетів»	43,8 *	59,4 *	23,8 *
«Задоволення професійних проблем»	25,9 ***	0,0* **	0,0* **

*- $p < 0,05$; ***- $p < 0,001$

Також виявлено вплив *статі* на значущість для аспірантів економічної культури (табл. 2.5). Суть виявленої закономірності проявляється в тому, що жінки вище, ніж чоловіки, оцінюють значущість таких аспектів економічної культури, як «оволодіння економічними знаннями» ($p < 0,05$) та «розвиток власних особистісних якостей як суб'єкта економічної діяльності» ($p < 0,05$). Водночас, чоловіки вище, ніж жінки, оцінюють такий аспект економічної культури, як «задоволення професійних проблем (адекватний вибір професії, адаптація на ринку праці тощо)» ($p < 0,05$).

Таблиця 2. 5

**Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури
у власній життєдіяльності та статтю опитуваних**
(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Жінки	Чоловіки
«Задоволення професійних проблем (адекватний вибір професії, адаптація на ринку праці тощо)»	5,5*	16,1*
«Розвиток власних особистісних якостей як суб'єкта економічної діяльності»	9,1*	0,0*
«Оволодіння економічними знаннями»	7,3*	0,0*

*- $p < 0,05$

Щодо впливу *сімейного стану*, то виявлено такі закономірності (табл. 2.6). Одружені аспіранти більше, ніж неодружені, оцінюють такий аспект

економічної культури, як її роль у «задоволенні своїх життєвих потреб, забезпеченні власного матеріального благополуччя та матеріального благополуччя своєї сім'ї, розв'язанні «конкретних» економічних проблем тощо)» ($p < 0,05$). Однак, неодружені аспіранти більше акцентують увагу на ролі економічної культури у «прогнозуванні майбутніх економічних проблем та визначенні підходів до їх розв'язання» ($p < 0,05$).

Таблиця 2.6

Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності та сімейним станом опитуваних
(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Одружені	Неодружені
«Задоволення своїх життєвих потреб, забезпечення власного матеріального благополуччя та матеріального благополуччя своєї сім'ї, розв'язання «конкретних» економічних проблем тощо)»	21,6*	10,2*
«Прогнозування майбутніх економічних проблем та визначення підходів до їх розв'язання»	2,7*	14,3*

*- $p < 0,05$

У дослідженні також виявлено вплив *місця народження* аспірантів на значущість для них тих чи інших аспектів економічної культури (табл.2.7). З'ясувалось, що для аспірантів, які народились у селі, є набагато значущим, ніж для аспірантів, які народились у містах (різного рівня), такий аспект організаційної культури, як «задоволення своїх життєвих потреб, забезпечення власного матеріального благополуччя та матеріального благополуччя своєї сім'ї, розв'язання «конкретних» економічних проблем тощо)» ($p < 0,05$). Разом із тим, ця група аспірантів практично не приділяє уваги такому аспекту значущості економічної культури, як «планування фінансових доходів» ($p < 0,05$).

Таким чином, значущість економічної культури є «чутливою» до низки організаційно-професійних та соціально-демографічних чинників. Отже, їх урахування дасть можливість посилити значущість економічної культури для аспірантів.

Таблиця 2.7

Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності та місцем народження аспірантів
(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Народились у місті	Народились у столиці	Народились у селі
«Задоволення своїх життєвих потреб, забезпечення власного матеріального благополуччя та матеріального благополуччя своєї сім'ї, розв'язання «конкретних» економічних проблем тощо)	9,8*	14,8*	29,4*
«Планування фінансових доходів»	2,4*	11,1*	0,0*

*- $p < 0,05$

2.4.3. Оцінка аспірантами ролі економічної культури у професійній діяльності

У процесі дослідження виявлено, що відповіді аспірантів щодо ролі економічної культури в їх професійній діяльності утворили *три основні групи* (табл. 2.8).

До **першої групи** було віднесено відповіді, які стосуються *ролі економічної культури в забезпеченні власної наукової діяльності аспірантів*. Ця група відповідей, яка була найбільш чисельною (59,3%), стосується ролі економічної культури в основній професійній діяльності, яку здійснюють або будуть далі здійснювати аспіранти.

Сюди входять відповіді аспірантів, які стосуються, насамперед, «економічного забезпечення підготовки дисертаційного дослідження» («грамотне планування фінансових затрат при підготовці та захисті дисертації»; «правильна організація можливості займатися науковою роботою, розповсюджувати результати свого дослідження»; «щоб мати можливість брати участь у платних навчальних курсах, публікуватись у платних фахових виданнях»; «забезпечення участі в наукових літніх школах, тренінгах»; «задоволення наукових потреб (проведення експерименту, підготовка статей, участь у конференціях, представлення своїх результатів перед науковою спільнотою)»; «для економічного обґрунтування свого дисертаційного дослідження»; «впровадження розробок, отриманих під час виконання дисертації, в різних сферах, не лише у вищому навчальному закладі» та ін.). На значущість такого аспекту економічної культури вказало 23,3% опитаних.

Таблиця 2.8

Оцінка аспірантами ролі економічної культури в їх професійній діяльності (у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Загальна кількість опитаних, %
<i>Роль економічної культури в забезпеченні власної наукової діяльності аспірантів:</i>	59,9
«Забезпечення професійного розвитку та професійної кар'єри»	36,6
«Економічне забезпечення підготовки дисертаційного дослідження»	23,3
<i>Пошук аспірантами майбутнього місця роботи та визначення свого економічного статусу на ринку праці:</i>	48,9
«Визначення своєї «економічної вартості»	29,1
«Встановлення стосунків з роботодавцем та адміністрацією організації, працівниками»	19,8
<i>Економічно-управлінське забезпечення діяльності організації:</i>	24,4
«Планування та розв'язання економічних проблем в організації»	22,1
«Здійснення оцінки та моніторингу економічних процесів в організації»	2,3

Також до цієї групи віднесено відповіді аспірантів, які відображають роль економічної культури у «забезпеченні професійного розвитку та професійної кар'єри» («вміння розподілити власні економічні ресурси для професійного розвитку та реалізації досягнень у професійній діяльності»; «підвищення власного фахового рівня шляхом вироблення вміння осягати економічні процеси»; «вміння планувати свої витрати на професійну діяльність, доцільно використовувати доходи на інтелектуальний, професійний розвиток»; «для організації ефективної діяльності в конкурентному професійному середовищі» та ін.). Число осіб, які вказали на такий аспект економічної культури, склало 36,0% учасників дослідження.

Другу групу утворили відповіді, які стосувалися визначення свого «економічного статусу» на ринку праці та пошуку аспірантами майбутнього місця роботи. Така група кількісно представлена дещо менше, ніж перша, разом із тим, слід підкреслити, що на її значущість також вказала достатньо велика, майже половина, кількість опитаних (48,9%).

Сюди увійшли, насамперед, відповіді, які стосуються *визначення аспірантами своєї «економічної вартості»* («для престижного орієнтування на ринку праці»; «для отримання того прибутку, на який ти заслуговуєш»; «вміння оцінити вартість надання послуг, визначити собі ціну як спеціалісту»; «впливати на престиж своєї діяльності»; «вміння аргументовано представляти престижні аспекти своєї діяльності»; «забезпечення отримання адекватних винагород за кваліфіковано виконану роботу»; «знати ціну своєму часу»; «сприяти тому, щоб ти отримував не тільки самовираження, але ще й «підкріплення» до нього»; «пошуки роботи, яка б задовольняла з економічної точки зору, приносила задоволення і не була «тягарем»»; «планувати та організовувати свою професійну діяльність, знаючи та аналізуючи економічну ситуацію в своїй галузі»; «досягнення вищого рівня власного фінансового забезпечення у професійній діяльності»). Кількість відповідей, які були віднесені до цієї підгрупи, становить 29,1%.

Окрім того, до вказаної групи були віднесені відповіді, які стосуються *«встановлення стосунків з роботодавцем та адміністрацією організації, працівниками»* («укладання трудової угоди, визначення заробітної плати»; «встановлення економічних відносин з роботодавцем»; «щоб зрозуміти відповідність запропонованих роботодавцем умов реальному обсягу роботи»; «сприяння адекватному розумінню своїх професійних функцій»; «для розв'язання своїх фінансових проблем, не зашкоджуючи колегам» та ін.). На значущість такого аспекту економічної культури вказало 19,8% опитаних.

І третю групу склали відповіді аспірантів, які стосуються *економічно-управлінського забезпечення діяльності організації*. Слід сказати, що число відповідей, які увійшли в цю групу, значно менше (приблизно вдвічі), порівняно з попередніми двома групами і становить 24,4%. Скоріше за все, це можна пояснити тим, що якщо перші дві групи відповідей стосувалися безпосередньо діяльності практично усіх аспірантів, то третя група стосувалася діяльності лише тих аспірантів, які своє майбутнє бачать як керівники.

До цієї групи увійшли, перш за все, відповіді, які стосуються *«планування та розв'язання економічних проблем в організації»* («ефективне виконання управлінських функцій з питань економіки»; «врахування економічних інтересів не тільки власних, але й компанії, в якій відбувається професійна діяльність»; «для розуміння основ «грошотворення» в організації (зарплатних, ризиків, відповідальності тощо)»; «для планування робочого часу»; «ведення фінансових документів»; «оптимізація бюджету організації»; «укладання вигідних угод»; «ефективне витрачання коштів на придбання нової техніки та здійснення її модернізації»; «для планування та розрахунку рентабельних напрямків діяльності»; «для розрахунку заробітної плати працівників»; «для організації правильної мотивації та стимулювання працівників (визначення премій, надбавок тощо)» та ін.). На такий аспект економічної культури вказало 22,1% опитаних.

Окрім того, до третьої групи увійшли відповіді, які стосуються «здійснення оцінки та моніторингу економічних процесів в організації» («для здійснення моніторингу, аналізу діяльності підрозділу»; «визначення ефективності реалізації задумів організації» та ін.). Слід зазначити, що вказана група відповідей є малочисельною, про що свідчить той факт, що лише 2,3% вказали на її значущість.

Таким чином, можна зробити висновок, що в середньому половина опитаних аспірантів достатньо адекватно оцінюють роль економічної культури в забезпеченні власної наукової діяльності та визначенні свого «економічного статусу» на ринку праці та пошуку майбутнього місця роботи. Разом із тим, решта опитаних *не зовсім усвідомлюють роль* цього феномену в своїй професійній діяльності. Також *значно менше* опитаних усвідомлюють роль економічної культури в економіко-управлінському забезпеченні діяльності організації. Отже, *посилення усвідомлення ролі економічної культури у професійній діяльності* аспірантів має займати, на наш погляд, значне місце у підготовці аспірантів під час навчання в аспірантурі.

Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у професійній діяльності та організаційно-професійними характеристиками аспірантів

У процесі дослідження виявлено вплив *типу спеціальності* на оцінку аспірантами ролі економічної культури у професійній діяльності (табл. 2.9).

Це проявилось у тому, що аспіранти *гуманітарних спеціальностей* вище, ніж аспіранти технічних спеціальностей, оцінюють значущість економічної культури у вирішенні таких професійних завдань: а) «сприяння професійному розвитку та професійній кар'єрі» (44,7% проти 23,7%; $p < 0,05$); б) «економічне забезпечення підготовки дисертаційного дослідження» (29,8% проти 15,8%; $p < 0,1$); в) «визначення своєї «економічної вартості» (36,2% проти 21,1%; $p < 0,1$).

У той же час, *аспіранти технічних спеціальностей* випереджають аспірантів гуманітарних факультетів щодо оцінки значущості економічної культури для «планування та розв'язання економічних проблем в організації» (31,6% проти 14,9%; $p < 0,01$).

Таблиця 2.9

**Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури
в їх професійній діяльності та типом спеціальності,
за якою навчаються аспіранти
(у % від загальної кількості опитаних)**

Оцінка економічної культури	Гуманітарні спеціальності	Технічні спеціальності
<i>Роль економічної культури у забезпеченні власної наукової діяльності аспірантів:</i>		
«Сприяння професійному розвитку та професійній кар'єрі»	44,7*	23,7*
«Економічне забезпечення підготовки дисертаційного дослідження»	29,8	15,8
<i>Пошук аспірантами майбутнього місця роботи та визначення свого економічного статусу на ринку праці:</i>		
«Визначення своєї «економічної вартості»	36,2	21,1
<i>Економічно-управлінське забезпечення діяльності організації:</i>		
«Планування та розв'язання економічних проблем в організації»	14,9**	31,6**

*- $p < 0,05$; **- $p < 0,01$

Щодо впливу такого чинника, як *поєднання навчання в аспірантурі з роботою*, то тут встановлено, що аспіранти, які поєднують навчання з роботою, значно вище оцінюють роль економічної культури для встановлення стосунків з роботодавцем, адміністрацією організації та працівниками (22,5 % проти 6,7%; $p < 0,1$) (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

**Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури
в їх професійній діяльності та поєднанням навчання з роботою
(у % від загальної кількості опитаних)**

Оцінка економічної культури	Поєднують навчання з роботою	Не поєднують навчання з роботою
<i>Пошук аспірантами майбутнього місця роботи та визначення свого економічного статусу на ринку праці:</i>		
«Встановлення стосунків з роботодавцем та адміністрацією організації, працівниками»	22,5	6,7

Отже, отримані результати свідчать про те, що організаційно-професійні характеристики аспірантів, особливо тип спеціальності, певним чином впливають на оцінку ними ролі економічної культури в професійній діяльності. І це стосується, насамперед, оцінки ролі економічної культури в здійсненні власної професійної діяльності, визначення власної «економічної вартості» та пошуку роботи.

Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури у професійній діяльності та соціально-демографічними характеристиками аспірантів

Стосовно *віку*, то, як видно із *табл. 2.11*, з віком зростає значущість для аспірантів ролі економічної культури для таких напрямків професійної діяльності: а) «економічного забезпечення підготовки дисертаційного дослідження» (до 25 років – 15,6%, від 25 до 30 років – 21,9%; понад 30 років – 38,1%; $p<0,1$); б) «сприяння професійному розвитку та професійній кар'єрі» (до 25 років – 28,1% , від 25 до 30 років – 31,3%; понад 30 років – 52,4%; $p<0,1$)..

Таблиця 2.11

Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури в їх професійній діяльності та віком аспірантів (у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	До 25 років	Від 25 до 30 років	Понад 30 років
<i>Роль економічної культури в забезпеченні власної наукової діяльності аспірантів:</i>			
«Сприяння професійному розвитку та професійній кар'єрі»	28,1	31,3	52,4
«Економічне забезпечення підготовки дисертаційного дослідження»	15,6	21,9	38,1
<i>Пошук аспірантами майбутнього місця роботи та визначення свого економічного статусу на ринку праці:</i>			
«Визначення своєї «економічної вартості»	40,6	21,9	19,0

Разом із тим, з віком зменшується роль економічної культури для визначення аспірантами своєї «економічної вартості» (до 25 років – 40,6%, від 25 до 30 років – 21,9%; понад 30 років – 19,0%; $p<0,1$).

Також виявлено вплив *статі* на оцінку аспірантами ролі економічної культури в їх професійній діяльності (*табл. 2.12*).

Так, встановлено, що жінки вище, ніж чоловіки, оцінюють роль економічної культури у «визначенні своєї «економічної вартості» (36,4% проти 16,1%; $p<0,05$). Це, скоріше за все, можна пояснити актуалізацією

гендерних проблем у сучасному суспільстві, зокрема, прагненням жінок підвищити свій статус у суспільстві, насамперед, у професійному плані.

Таблиця 2.12

Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури в їх професійній діяльності та статтю опитуваних
(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Жінки	Чоловіки
<i>Пошук аспірантами майбутнього місця роботи та визначення свого економічного статусу на ринку праці:</i>		
«Визначення своєї «економічної вартості»	36,4*	16,1*
<i>Економічно-управлінське забезпечення діяльності організації:</i>		
«Планування та розв'язання економічних проблем в організації»	14,5*	35,5*

*- $p < 0,05$

Разом із тим, констатовано, що чоловіки вище, ніж жінки, оцінюють роль економічної культури в «плануванні та розв'язанні економічних проблем в організації» (35,5 % проти 14,5%; $p < 0,05$). Цей факт, на наш погляд, можна пояснити тим, що, знову ж таки, з урахуванням певних гендерних традицій, що мають місце в суспільстві, чоловіки більше, ніж жінки, орієнтовані на здійснення управлінської діяльності в організації.

Також констатовано, що певний вплив на оцінку аспірантами ролі економічної культури в їх професійній діяльності має *місце народження аспірантів* (табл.2.13). Про це свідчить виявлена статистично значуща тенденція ($p < 0,1$) за низкою показників.

Таблиця 2.13

Зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури в їх професійній діяльності та місцем народження аспірантів
(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Село	Місто	Столиця
<i>Роль економічної культури в забезпеченні власної наукової діяльності аспірантів:</i>			
«Сприяння професійному розвитку та професійній кар'єрі»	29,4	29,3	51,9
<i>Економічно-управлінське забезпечення діяльності організації:</i>			
«Планування та розв'язання економічних проблем в організації»	41,2	17,1	18,5

Так, встановлено, що *аспіранти, які народились в селі та у «звичайному» місті*, значно нижче оцінюють таке значення економічної культури, як «сприяння професійному розвитку та професійній кар'єрі». Так, серед осіб, які народились у селі та у «звичайному» місті, майже вдвічі менше осіб, які виділяють такий аспект економічної культури (29,4% та 29,3% проти 51,9% відповідно). Це, напевне, можна пояснити тим, що в столичному місті процеси економічної та професійної соціалізації відбуваються значно активніше, порівняно з іншими населеними пунктами, що й обумовлює більшу значущість такого аспекту економічної культури.

Разом із тим, цікавим є той факт, що *аспіранти, які народились у селі*, майже вдвічі вище, ніж *аспіранти, які народились в усіх типах міст*, оцінюють таку роль економічної культури, як «планування та розв'язання економічних проблем в організації» (*аспіранти, які народились в селі* – 41,2%; *аспіранти, які народились у місті* – 17,1%; *аспіранти, які народились у столиці* – 18,5%). Очевидно, такий факт можна пояснити тим, що *аспіранти, які народились у селі*, в силу меншої економічної «захищеності» села, більше орієнтовані на осмислення та розв'язання економічних проблем у процесі професійної діяльності в організації.

Стосовно впливу *сімейного стану*, то встановлено, що цей чинник не має значного впливу на оцінку *аспірантами* ролі економічної культури в професійній діяльності. Про це свідчить той факт, що лише за одним показником «встановлення стосунків з роботодавцем та адміністрацією організації, працівниками» виявлено статистично значущу тенденцію ($p < 0,1$) (табл.2.14).

Суть виявленої закономірності проявляється в тому, що, як видно із наведених в табл. 7 даних, серед одружених *аспірантів* більше, ніж серед неодружених (27,0% проти 14,3%), осіб, які підкреслюють значущість такого аспекту економічної культури, як «встановлення стосунків із роботодавцем та адміністрацією організації, працівниками».

Таблиця 2.14

Зв'язок між оцінкою *аспірантами* ролі економічної культури в їх професійній діяльності та сімейний стан *аспірантів*
(у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка економічної культури	Одружені	Неодружені
<i>Пошук <i>аспірантами</i> майбутнього місця роботи та визначення свого економічного статусу на ринку праці:</i>		
«Встановлення стосунків з роботодавцем та адміністрацією організації, працівниками»	27,0	14,3

Таким чином, результати дослідження свідчать про те, що соціально-демографічні характеристики *аспірантів*, особливо вік і стать, суттєво

впливають на оцінку ними ролі економічної культури в професійній діяльності.

Висновки до розділу

1. Освітня сфера є одним з основних шляхів організованої системи формування економічної культури особистості, оскільки в ній відбувається зміна мотиваційно-ціннісної системи особистості взаємодіючих індивідів, виникає можливість для пред'явлення суб'єктам інтеріндивідної взаємодії соціально значущих норм і способів поведінки.

2. Інститут освіти як важливий агент формування економічної культури особистості завдяки штату професійних фахівців здійснює цілеспрямований вплив на школяра; орієнтує його на ідеальну модель (на ідеальний взірець, який потрібно отримати «на виході»); застосовує операційні оцінки своєї діяльності; фіксує терміни впливу.

3. Основою нової сучасної парадигми освіти є система багатовимірної соціалізації, яка включає процес економічної соціалізації (економічна культура особистості є результатом економічної соціалізації) і передбачає модель педагогічної діяльності, спрямованої на мотивування у особистості в процесі навчання особистісних якостей, головними з яких є: психологічна і організаційна готовність до орієнтації на власні сили у виконанні життєвих задач, високий рівень мотивації до досягнення життєвого успіху, здатність до накопичення, відновлення і раціонального використання життєвої енергії, здатність до включення в економічні відносини, які будуються на взаємній довірі і взаємній підтримці, з урахуванням інтересів всіх учасників цих відносин.

4. У процесі соціалізації можуть спрацьовувати механізми, які спричиняють деструктивний розвиток, тобто десоціалізацію особистості. Це пов'язано з тим, що в періоди перетворення суспільства загострюється проблема життєвих цінностей людини, виникає небезпека втрати попередніх інностей, і перед людиною постає необхідність захищати одні цінності і руйнувати інші. Тому задача освіти полягає в тому, щоб допомогти молодій людині в її індивідуальному житті втілити такий індивідуальний проект, таку життєву програму, яка створена за алгоритмом життєтворчості.

Найважливішими соціалізуючими функціями простору становлення економічної культури у шкільній освіті є:

1. Регулювання діяльності учнів у відповідності до системи цінностей, втілених у правилах, нормах, взірцях рольової поведінки. Обґрунтовано, що останні сприяють закріпленню і стандартизації соціальних взаємин, які складаються у дитини в школі і стають більш публічними, набувають якості культурних. Відповідний соціокультурний контроль забезпечує порядок і рамки, в яких протікає культурна діяльність кожного окремого учня.

2. Обґрунтовано, що розвивати психологічні основи економічної культури школяра можна практично на матеріалах усіх шкільних предметів, застосовуючи міждисциплінарний підхід, оскільки сучасний світ економіки,

наповнений найрізноманітнішими знаннями, які йому «поставляють» природничо-наукові та гуманітарні дисципліни.

3. Інтегративність і регламентованість усіх процесів, що забезпечують життя дитини в школі, надають стійкості всьому шкільному організмові як соціокультурному ансамблю. Тут пізнаються, апробуються і закріплюються на рівні навичок закони включення у більш-менш опосередковані відносини з сукупними суб'єктами соціальних відносин, інтеріоризуються цінності взаємин, заснованих на діалозі, на договірних, взаємоузгоджених уявленнях і переконаннях, на визнанні права кожного мати власну позицію.

Школа, завдяки знаковим компонентам культурного простору, характеризується докорінно іншими можливостями цілеспрямованого соціалізуючого впливу на особистість дитини, ніж дошкільні заклади освіти і сім'я.

4. Спираючись на системний підхід до трактування власності як соціально-психологічного феномена, згідно з яким остання вивчається як система інформаційних, інтеракційних, перцептивних зв'язків між власниками з приводу привласнення та розподілу обмежених ресурсів, розглянуто вікові особливості становлення ставлення школярів до власності.

А) Зокрема, показано, що основними економічними цінностями у віці *молодшого школяра* є елементарні етичні цінності, цінність «свого» освоєного світу, відповідальність і самоконтроль, а також щедрість, здатність створювати і примножувати дохід, цінності ощадливості, а не марнотратства. У цьому віці відбувається освоєння правил щодо включення у публічні економічні відносини, правила групового життя, засвоєння загальноприйнятих моделей поведінки відповідно до життєвих вимог соціального середовища. Нормою стає об'єднання школярів для спільного, а тому більш ефективного вирішення спільних проблем. Освоюється роль споживача, відбувається знайомство на рівні загальної поінформованості з роллю благодійника, підприємця, бізнесмена, банкіра, продавця.

Б) *З переходом до підліткового віку* ставлення до особистих колекцій-скарбів дещо змінюється, оскільки вони набувають особливої цінності - символу соціального статусу дитини. Регламентуються способи здобуття матеріальних ресурсів для того, щоб отримати бажані блага; відбувається ознайомлення з правилами і послідовністю конкретних дій та мотивування до законних і суспільно прийнятних способів отримання благ, розвиток критичного мислення для запобігання маніпулятивному зовнішньому рекламному впливові.

В) *У розпал підліткового віку* школяр усвідомлює цінність і вартісність власного майна, таких особистісних якостей, як ініціативність та підприємливість, усвідомлює важливість фінансової грамотності, цінність ощадливості і економії. У цей період освоюються правила: 1) *споживчої поведінки* (ведення особистого бюджету свого хобі, підбивання балансу в

особистому бюджеті; правила економної, ощадливої поведінки; правила розрахунку щомісячних витрат за одним з регулярних видів економічної діяльності (свого хобі, витрат на домашнього улюбленця, підсумовування та здійснення комунальних платежів); 2) *фінансової поведінки* (правила дотримання боргових зобов'язань). Нормою є розуміння таких феноменів поведінки, як: споживчої (знання про вартість, ціну матеріальних благ, поняття боргу, оптової торгівлі та вроздріб), трудової (оцінка своїх можливостей по зарплатні), фінансової (оцінка фінансових перспектив сім'ї, знання сутності кредитування, пільг і санкцій за несплату кредитних зобов'язань). Освоюється роль найманого працівника.

Г) *Під кінець підліткового віку* у особистості особливої цінності набуває почуття фінансової незалежності і самостійності. У цей період освоюються правила: 1) *споживчої* поведінки (ведення особистого бюджету свого хобі, підбивання балансу в особистому бюджеті; правила економної, ощадливої поведінки; правила розрахунку щомісячних витрат за одним з регулярних видів економічної діяльності (свого хобі, витрат на домашнього улюбленця, підсумовування та здійснення комунальних платежів); 2) *фінансової* поведінки (правила планування особистих фінансів, алгоритм відкриття депозитного рахунку, зняття і зарахування грошей, відслідковування руху грошей на банківському рахунку), 3) *трудової поведінки* (знання трудового законодавства, умов оплати праці за наявності та відсутності трудового досвіду, правила ведення переговорів з роботодавцем, обговорення зарплатні та знання умов отримання неповнолітнім офіційної оплачуваної роботи). Нормою є розуміння наступних феноменів поведінки: *споживчої* (знання про операції з банківськими рахунками, поняття страхування), *фінансової* (наявність фінансових звичок, наприклад, ведення фінансового щоденника - щоденних, тижневих, щомісячних витрат). Освоюється роль підприємця.

Д) *Старшокласники* усвідомлюють цінність власних можливостей і талантів як економічних ресурсів. Вони оволодівають правилами щодо умов збереження кредитоспроможності, умов отримання розстрочки, підбиття балансу в річному сімейному бюджеті, заповнення бланку податкової декларації (за наявності досвіду зайнятості), підготовки заяви на матеріальну допомогу, ділового етикету. Нормою є розуміння основних фінансових і споживчих феноменів (сутність пенсій, облігацій, премій, відсоткових ставок, форм матеріальної допомоги), феноменів трудових відносин (усвідомлення форм оплати праці, основних статей витрат), уміння оцінювати матеріально власні економічні можливості (домагання щодо зарплатні), цінність раціонального споживання.

У студентському віці як періоді активної соціалізації, інтенсивного формування уявлень про життєву стратегію (у тому числі й економічну), системи ціннісних орієнтацій відбувається повноцінна підготовка до життя особистості в соціумі.

Це пов'язано з появою на даному віковому відрізку необхідних для формування ціннісних орієнтацій передумов: оволодінням творчим мисленням, завдяки якому забезпечується готовність до діяльності в сучасних умовах, конкурентоспроможність на ринку праці; накопиченням достатнього морального досвіду, посіданням певного соціального становища. Процес формування засад життєвої стратегії стимулюється значним розширенням спілкування, зіткненням з різноманітними формами поведінки, поглядів, ідеалів. Здійснюється вибір конкретного шляху подальшого просування по життю і формується набір засобів для досягнення визначеної мети. Загалом студентську юність можна розглядати як період стабілізації особистості.

Як суб'єкт трансформаційних перетворень в суспільстві, студентство, з одного боку прагне брати повнокровну участь у житті суспільства і якнайшвидше інтегруватись в існуючий порядок, соціалізуватись, з іншого боку, воно готується виконувати роль рушійної сили, що прагне перетворень усталеного порядку і виступити провідником соціально-економічних, культурних, інноваційних змін, технічного прогресу.

Для того, щоб студентство стало повноправним суб'єктом процесу трансформаційних змін у суспільстві, воно повинно сформувати власну життєву економічну стратегію. Особливість її формування полягає в тому, що програма цієї стратегії повинна бути комплексною і охоплювати реалізацію кількох соціальних програм життєдіяльності у структурі різних соціальних інституцій.

Студентська молодь є об'єктом широких соціально-психологічних досліджень як у нашій країні, так і за кордоном. Це пов'язано з тим, що входження України в нову економічну систему ринкових відносин робить актуальною підготовку висококваліфікованих спеціалістів для різних галузей народного господарства, освіти й культури на рівні, який би відповідав міжнародним стандартам. Студент вузу, як майбутній спеціаліст, у якого сформована економічна культура, що відповідає прогресивним реформам в економічній сфері, постає однією із важливих постатей майбутнього суспільства, його прогресивного розвитку та демократичних перетворень.

Економічна культура особистості – це її психолого-економічні властивості, які, визначаючись системою економічних цінностей суспільства, відображають економічний тип людини цього суспільства. Аналізуючи соціально-історичний тип людини ринкової економіки, можна зробити висновок, що нормативним канонем людини ринкової економіки, який втілено в економічній культурі суспільства, є людини підприємлива.

У студентській молоді образ «економічно успішної людини» стає носієм економічної культури особистості, визначає її зміст. Ця культура детермінується як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками, які взаємопов'язані та взаємозумовлені. З одного боку, цей образ існує як системотворче ядро економічної культури (внутрішній чинник), а з іншого,

цей образ стає активатором економічної культури особистості (зовнішній чинник).

В економічній культурі студентської молоді в сучасних умовах реформування відбуваються неоднозначні перетворення: постійне зростання економічної грамотності поєднується із неадекватними варіантами економічної поведінки, які спровоковані інертністю, довірливістю, орієнтацією на швидкий і непідкріплений зусиллями успіх, на ризик без розрахунку; важливі зсуви у мотиваційно-вольовому блоці у бік активності поєднується із надлишковою автономності від моральної свідомості.

У процесі дослідження оцінки аспірантами ролі економічної культури виявлено низку проблем.

1. Це знайшло відображення в таких основних виявах:

а) загальна оцінка аспірантами ролі економічної культури в розумінні та розв'язанні особистих проблем *значно переважає* над оцінкою ролі культури в розумінні та розв'язанні загальносвітових (державних) соціально-економічних проблем та проблем конкретних організацій;

б) при оцінці аспірантами ролі економічної культури у власній життєдіяльності переважає *практично-прагматичний підхід* (аспіранти віддають перевагу ролі економічної культури у задоволенні своїх життєвих потреб, забезпеченні власного матеріального благополуччя та матеріального благополуччя своєї сім'ї, раціональній організації власного та сімейного бюджету та ін.) та недостатньо представлений *пізнавальний підхід* (оволодіння аспірантами економічними знаннями) і *прогнозуючо-розвивальний підхід* (аспіранти не приділяють достатньої уваги ролі економічної культури у прогнозуванні майбутніх економічних проблем та прийнятті відповідальності за їх вирішення, прояву власної ініціативи у здійсненні товарно-ринкових відносин тощо);

в) в оцінці ролі економічної культури у професійній діяльності аспіранти *недостатньо усвідомлюють* її значення в забезпеченні власної наукової діяльності та визначенні свого «економічного статусу» на ринку праці, пошуку майбутнього місця роботи, а також в економіко-управлінському забезпеченні діяльності організацій.

2. Виявлено зв'язок між оцінкою аспірантами ролі економічної культури в їх власній життєдіяльності та в професійній діяльності та такими чинниками:

а) організаційно-професійними характеристиками аспірантів (тип спеціальності, поєднання навчання в аспірантурі з роботою);

б) соціально-демографічними характеристиками аспірантів (вік, стать, сімейний статус, місце народження).

3. Результати дослідження свідчать про необхідність в процесі підготовки аспірантів в аспірантурі *посилення* усвідомлення аспірантами ролі економічної культури, що може здійснюватися в таких основних напрямках:

а) в організації власної життєдіяльності аспірантів - здійснення переходу від практично-прагматичного до пізнавального та прогностично-розвивального підходу;

б) в організації професійної діяльності аспірантів – посилення усвідомлення значущості економічної культури в забезпеченні власної наукової діяльності та пошуку майбутнього місця роботи;

в) в діяльності різних суб'єктів економічної діяльності - перехід від усвідомлення ролі економічної культури у своїй власній життєдіяльності та професійній діяльності до розв'язання соціально-економічних проблем більш глобального характеру (які стосуються діяльності організацій, суспільства тощо), оскільки більшість аспірантів після закінчення аспірантури, як правило, стають менеджерами середнього та вищого рівня в освітніх, наукових та інших організаціях, і, відповідно, мають нести відповідальність за осмислення та вирішення відповідних соціально-економічних проблем.

Література

1. Авер'янова Г. М., Дембицька Н. М., Москаленко В. В. Особливості соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства / Г. М. Авер'янова, Н. М. Дембицька, В. В. Москаленко. - К. : "ППП", 2005. - 307 с.
2. Актуальні проблеми розвитку організаційної та економічної психології в Україні: [тези I Всеукраїнського конгресу з організаційної та економічної психології, 29 червня – 2 липня 2011 року, м. Кам'янець-Подільський] / за наук. ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. – К.-Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. – 190 с.
3. Ананьев Б. Г. О проблемах современного человекознания. /Б.Г. Ананьев – М.: Наука, 1977
4. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности: учебное пособие для вузов./ Е.П.Белинская, О.А.Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 2001.- 301 с.
5. Бояринцева А. В. Психологические проблемы экономической социализации / А. В. Бояринцева // Педагогика. – 1994. – №4. – С. 15 – 16.
6. Букин А.Г. Социальные и географические аспекты пространства культуры / А.Г. Букин // Симпозиум «Время культурологии», круглый стол (секция) «Социокультурное развитие территорий и местное самоуправление». - Режим доступа: http://www.riku.ru/confs/vrem_cul/BukinTxt.htm
7. Бурега В.В. Економічна психологія в схемах і таблицях: [навч.-метод. посіб.] / В.В. Бурега, О.К. Любчук. – Донецьк: ДонДАУ; АПЕКС, 2003. – 63 с.

8. Буренина С. Ю. Влияние денег на процессы социализации современных подростков: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. психол. наук: спец. 13.00.01 «Общая педагогика» / С. Ю. Буренина. – СПб, 2000. – 14 с.
9. Вяткин А.П. Экономическая социализация личности в условиях изменяющегося общества / А.П. Вяткин. Дис. ... докт. психол. наук. Санкт-Петербург, 2011. – 420 с.
10. Годфри Дж. Как научить ребенка обращаться с деньгами / Джолайн Годфри; Пер.с англ. - М.: Издательство «Добрая книга», 2006. – 224 с.
11. Голованова Н.Ф. Социализация и воспитание ребёнка. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений./ Н.Ф.Голованова. - СПб.: Речь, 2004.- 272 с.
12. Громадська думка молоді України, Азербайджану та Росії [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://dif.org.ua/ua/polls/2010_oprosy/gromadska-dumka-molodi-ukraini-azerbaidzhanu-ta-rosii.htm].
13. Дейнека О.С. Экономическая психология: социально-политические проблемы / О.С. Дейнека. – СПб. : Изд-во С. Петербург. ун-та, 1999. – 240 с.
14. Дембицька Н.М. Соціально-психологічні проблеми економічної соціалізації української молоді (початок) / Н.М. Дембицька // Соціальна психологія. – 2008. – № 2 (28). – С.49-59.
15. Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект: наукове видання / [Білоконь І. В., Дембицька Н. М., Зубіашвілі І. К. та ін.]; заг. ред. В. В. Москаленко. - К.: Український центр політичного менеджменту, 2008. - 336 с.
16. Євдокімова О.О. Психологічні засади вищої технічної освіти: монографія / Євдокімова О. О. - Х. : Нове слово, 2009. – 388 с.
17. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций учащейся молодежи в изменяющихся социально-экономических условиях // Экономическая психология в России и Беларуси: Сб.науч.работ / Под ред.. А.Л.Журавлева и В.А.Поликарпова – Минск : Экономпресс, 2007. – С. 89 – 115.
18. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности / А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003. – 436 с.
19. Зубіашвілі І. К. Економічна соціалізація як психологічна проблема. / І.К.Зубіашвілі // Проблеми загальної та педагогічної психології: зб. наук. праць Інституту психології ім. Г.С.Костюка АПН України/ заг. ред. Максимеко С.Д. – Т. XI, част. 1. – К.: Гнозис, 2009. – С. 153-163.
20. Зубіашвілі І.К. Ставлення до грошей як фактор економічної соціалізації старшокласників: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.05. «Соціальна психологія» / І.К. Зубіашвілі. – К., 2009. – 20 с.

21. Інтеграція молоді в сучасні економічні відносини: Щорічна доповідь Президентів України, Верховній раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні (за підсумками 2000 року). – К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2001 – 340 с.
22. Карнышев А.Д. Психология собственности как область исследований в экономической психологии /А.Д.Карнышев // Проблемы экономической психологии. Том 1/Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. – С. 139 – 166.
23. Китов А.И. Экономическая психология /А.И. Китов. – М.: Экономика, 1987. – 303 с.
24. Кон И.С. Психология ранней юности /И.С. Кон – М., 1995. – 305 с.
25. Корель Л.В. Социология адаптации: Вопросы теории методологии, методики. /Л.В.Корель.- Новосибирск: Наука, 2005. - 423 с.
26. Креденцер О.В. Психологічні умови підготовки підприємців до професійної діяльності у сфері торгівельного бізнесу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.10. «Організаційна психологія; економічна психологія» / О.В. Креденцер. – К., 2009. – 20 с.
27. Крылов Альберт Александрович Психология/ А.А. Крылов. - Режим доступа: http://dalib.ru/b/krylov_psihologiya/181
28. Культурология: Учебник / Ю.Н. Солонин, М.С. Каган / Под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Кагана. — М.: Высшее образование, 2005. — 566 с.
29. Ложкін Г.В. Економічна психологія: [навч. посіб.] / Г.В. Ложкін, В.В. Спасенніков, В.Л. Комаровська. – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.
30. Ложкін Г.В. Предмет, методи і міждисциплінарні зв'язки економічної психології / Г.В. Ложкін, О.В. Винославська // Психологічний ресурс простору вищої освіти: зб. наукових праць / за ред. О.В. Винославської. – К. : ВК «КИТ», 2007. – С. 124–138.
31. Максименко С.Д. Актуальні напрямки розвитку економічної психології в Україні / С.Д. Максименко, Л.М. Карамушка, О.В. Креденцер // Актуальні проблеми психології. Том 1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – Ч. 28 / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2010. – С. 3–13.
32. Максименко С.Д. Економічна психологія і практика господарювання / С.Д. Максименко // Політика і час. – 1992. – №3. – С. 74–94.
33. Максименко С.Д. Економічна психологія: навчальна програма та комплекс діагностичних методик для підготовки економістів, менеджерів та практичних психологів / С.Д. Максименко, Л.М. Карамушка, О.В. Креденцер. – К. : Міленіум, 2004. – 36 с.
34. Молодь в умовах становлення Незалежної України (1991-2011 роки): щоріч. доп. Президентів України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні / [С.Ю. Аксьонова та

- ін. ; редкол.: О.В. Белишев (голова) та ін.] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Держ. служба молоді та спорту України, Держ. ін-т сімейної та молодіж. політики. – Київ, 2011. - 316 с.
35. Москаленко В.В. Економічність та моральність як складові економічної культури особистості/ В.В. Москаленко // III Всеукраїнський психологічний конгрес з міжнародною участю «Особистість у сучасному світі» - К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2014. – С. 172 -173.
 36. Москаленко В.В. Особливості дослідження соціалізації особистості в інтерсуб'єктній парадигмі / В.В.Москаленко //Соціальна психологія. – 2009. - № 5. – С. 5 – 16.
 37. Москаленко В.В. Підприємництво як предмет дослідження економічної психології / В.В. Москаленко // Актуальні проблеми психології. Том 1: Економічна психологія. Організаційна психологія. Соціальна психологія: зб. наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. – К. : Міленіум, 2003. – Вип. 11. – С. 17–20.
 38. Москаленко В.В. Соціалізація особистості: монографія/ В.В. Москаленко. – К.: Фенікс, 2013. – 540 с.
 39. Москаленко В.В., Шайгородський Ю.Ж., Міщенко О.О. Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект [монографія]/В.В. Москаленко, Ю.Ж. Шайгородський, О.О. Міщенко – К.: Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2012. – 348 с.
 40. Нартова-Бочавер С.К. Человек суверенный: психологическое исследование субъекта в его бытии / С.К.Нартова-Бочавер. – СПб.: Питер, 2008. – 400 с.
 41. Осорина М.В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых / М.В.Осорина. – СПб.: Питер, 2008. – 304 с.
 42. Пайпс Р. Собственность и свобода / Пайпс Р. Пайпс. - М.: Московская школа политических исследований, 2008. – 411 с.
 43. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва : навч. посіб. / Ю.Ф. Пачковський. – К. : Каравела, 2006. – 408 с.
 44. Перепелиця М.П. Державна молодіжна політика в Україні (регіональний аспект) – К.: Український ін-т соціальних досліджень, Український центр політичного менеджменту, 2001. – 250 с.
 45. Проблемы экономической психологии. Том 2/ Отв. ред. А. Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. — 644 с.
 46. Пряжников Н.С. Психологія праці та людської гідності. - М.: Академія, 2001. - 480с.
 47. Пряжников Н.С. Психология элитарности. – М.: Воронеж: Изд-во «МОДЭК», 2000. – 512 с.

48. Самарин Ю.А. Психология студенческого возраста и становление личности специалиста /Ю.А. Самарин // Вестник высшей школы. – 1969. - № 8. – С. 16 – 20
49. Семенов М.Ю. Деньги и люди: Психология денег в России: [монография] / М.Ю. Семенов. – К. : Простобук, 2011. – 149 с.
50. Статт Д. Психология потребителя [Текст] / Д. Статт. – СПб.: Питер, 2003. – 446 с.
51. Тарабукин Ю.О. Соціологія молоді Курс лекцій./Ю.О. Тарабукин – Київ: Фітосоціоцентр, 2001. – 356 с.
52. Терюкова Т.С. Достоинства и недостатки междисциплинарного подхода в экономическом образовании / Т.С. Терюкова. – Экономика в школе. – 2011. - № 1 (55). – С. 9.
53. Тронин С.Н. Краткий конспект лекций по дисциплине “Философия математики” для направления подготовки “Философия” / С.Н. Тронин. - Казань, 2012.
54. Уэбли П. Понимание детьми экономических явлений / П. Уэбли // Проблемы экономической психологии /отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. – М. : ИП РАН, 2005. - Т.2. - С. 146–177.
55. Участь молоді в суспільному житті: щорічна доповідь доповідь Президенту України, Верховній раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні (за підсумками 2012 року) /Міністерство молоді та спорту України. – К., 2013. – 226 с.].
56. Фенько А.Б. Дети и деньги: особенности экономической социализации / А.Б.Фенько // Вопросы психологии. - 2000. - № 2. - С. 94-101.
57. Фернам А. Деньги. Психология денег и финансового поведения / А. Фернам, М. Аргайл. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2005. – 352 с.
58. Хайек Ф.А. Частные деньги / Ф.А.Хайек. – М.: Институт национальной модели экономики, 1996.
59. Хащенко В.А. Субъективное экономическое благополучие и его измерение: построение опросника и его валидизация / В.А. Хащенко // Экспериментальная психология. – 2011. – Т. 4. – №1. – С. 106–127.
60. Швалб Ю.М. Практична психологія в економіці та бізнесі / Ю.М. Швалб, О.В. Данчева. – К. : Лібра, 1999. – 270 с.
61. «A boat trip through economic change...» : Proceedings of the IAREP/SABE/ ICABEEP 2010 Conference Cologne / Eds. : D. Fetchenhauer, J. Pradel, E. Hoelzl (Cologne, 2010). – 351 p.
62. Kirchler, E. Economic psychology / E. Kirchler, E. Holzl // International Review of Industrial and Organizational Psychology. – Wiley, 2003. – P. 29–80.

РОЗДІЛ 3. ЧИННИКИ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ

3.1. Соціально-психологічні особливості чинників становлення економічної культури особистості

Становлення економічної культури особистості – це результат взаємодії численних обставин, тобто чинників цього процесу, за яких створюються умови для його перебігу. Ці чинники відображаються в основних новоутвореннях кожного етапу цього процесу.

У вітчизняній і зарубіжній науці існують різні класифікації чинників розвитку особистості. А.В. Мудрик виокремлює три групи чинників соціалізації: 1) макрочинники (космос, планета, світ, країна, суспільство, держава); 2) мезачинники (етнос; місце і тип поселення – регіон, село, місто; засоби масової комунікації – радіо, телебачення, газети тощо); 3) мікрочинники (сім'я, групи ровесників, учбові, професійні, громадські групи тощо).

На сьогоднішній день впливовою є модель екологічних систем американського психолога Урі Бронфенбреннера, в якій представлено систему чинників процесу соціалізації особистості як взаємодію об'єктивних особливостей її соціального оточення і суб'єктивних процесів та переживань. На думку вченого, оскільки соціальне оточення постійно змінюється, розвиток людини – це динамічний, здійснюючийся в двох напрямках реципрокний процес. Особистість, яка формується, активно реструктурує своє багаторівневе життєве середовище і в той же час на нього впливає це середовище, його елементи і взаємозв'язки між ними. Соціальне середовище має чотири рівні: 1) мікросистема (найближче оточення людини); 2) мезосистема (взаємовідносини між різними сферами мікросистеми); 3) екзосистема (елементи соціального середовища, до яких індивід безпосередньо не відноситься, але які впливають на нього, наприклад, адміністрація школи, міська влада тощо); 4) макросистема (соціокультурні норми, системи соціальних уявлень та установок, норми та правила соціальної поведінки, характерні певній субкультурі). Ці рівні змальовуються У.Бронфенбреннером [30, с.23-26] у вигляді концентричних кілець як вміщені одна в одну системи. Характерною особливістю цієї моделі є гнучкі прямі і зворотні зв'язки між цими чотирма системами, через які й здійснюється їх взаємодія. Згідно з екологічною моделлю У. Бронфенбреннера, найближчим оточенням, яке є чинником соціалізації особистості, є мікросистема, тобто всі ті, з ким вона вступає в близький контакт. Для більшості людей мікросистемою як найближчим рівнем чинників соціалізації, є сім'я, за нею йдуть друзі і школа. Інші компоненти – це організації охорони здоров'я, релігійні групи, ігрові групи у дворі, інші соціальні групи, до яких належить особистість. Всі вони мають суттєве значення у формуванні особистості,

детермінуючи ті чи інші якості. Наприклад, розвиток дівчинки в сім'ї може підтримуватись чуттєвістю матері по відношенню до перших кроків дочки на шляху незалежності. В свою чергу, виявлення дитиною незалежності може спонукати матір до пошуків засобів підтримки розвитку такої поведінки. Коли індивід включається в яке-небудь соціальне оточення або виключається з нього, мікросистема змінюється. Наприклад, дитина може перейти в іншу школу, відмовитись від якого-небудь виду діяльності і зайнятись іншим.

Мікросистема – це надзвичайно складний, різноманітний світ. Сукупність різних груп, які складають сферу спілкування індивіда, їх особливості, відмінності у рівні соціального розвитку, в практиці соціальних зв'язків і відносин всередині них, в різній психологічній атмосфері пред'являють особистості певні вимоги. Безпосереднє середовище – друзі, знайомі, сім'я, все, що складає сферу міжособистісного спілкування, здійснює вплив на розвиток особистості, формує її якості. Специфіка безпосереднього оточення індивіда полягає в тому, що воно опосередковує вплив соціальної системи як цілого на особистість, відображає суспільні відносини, конкретизуючи їх, персоніфікуючи. Мікросистема – це рівень життєвого середовища, яке найчастіше досліджується психологами.

Мезосистема, або другий рівень умов, з яким взаємодіє індивід і які є чинниками його соціалізації, утворюється взаємозв'язками двох або більше елементів мікросистеми. Так, суттєвий вплив на розвиток особистості здійснюють формальні і неформальні зв'язки між сім'єю і школою або сім'єю, школою і групою однолітків. Наприклад, постійне спілкування батьків з учителями може позитивно вплинути на успішність дитини в школі. Аналогічним чином, уважне ставлення учителів до цієї дитини, скоріше, позитивно вплине на її взаємостосунки з членами сім'ї.

Екзосистема, або третій рівень взаємозв'язків індивіда з соціальним оточенням, яке є чинником розвитку особистості, має відношення до тих суспільних структур, які знаходяться поза сферою безпосереднього спілкування індивіда. Екзосистема – це та частина культури суспільства, яка включає в себе елементи оточуючого середовища, в якому особистість не грає активну роль, проте воно здійснює на неї вплив. Сюди входять організації, а також події, від яких залежать умови мікросистеми. Наприклад, закони, рішення, які приймаються державними або іншими інститутами, можуть суттєво впливати на умови життя дитини, її сім'ї, однолітків, з якими вона спілкується. Отже, екзосистема впливає на індивіда не безпосередньо, а через мікросистему. Можна навести багато прикладів, починаючи із формального соціального середовища, наприклад, місця роботи батьків або місцевих відділів охорони здоров'я, або організацій поліпшення побутових умов, і закінчуючи неформальним оточенням, таким, як розширена сім'я дитини або друзі його батьків. Наприклад, заклад, в якому працює мати, може дозволити їй декілька днів на тиждень працювати вдома. Це дасть можливість матері

проводити більше часу з дитиною, що опосередковано вплине на її розвиток. В той же час можливість приділити дитині більше уваги зніме з матері напруження і тим самим підвищить продуктивність її праці.

Макросистема – це соціетальний рівень культури суспільства. Це, так би мовити, зовнішній рівень, який безпосередньо не включений в певне соціальне оточення індивіда, а пов'язаний з ним через посередництво інших рівней. Макросистема включає ідеологію, соціально-правові закони, традиції, норми того суспільства, в якому живе індивід. Вона об'єднує в собі основи освітянських, економічних, релігійних, політичних і соціальних цінностей. Макросистема впливає на всі інші рівні. Наприклад, та чи інша освітянська програма, яка приймається на державному рівні, може здійснити великий вплив на зріст рівня освіти і соціальний розвиток багатьох поколінь. Або, наприклад, правила, згідно з якими діти із затримкою розвитку можуть вчитись в класах основного потоку звичайної школи, здійснюють суттєвий вплив на рівень освіти і соціальний розвиток як на дітей з порушенням розвитку, так і на здорових дітей. В свою чергу, успіх або неуспіх цього педагогічного експерименту може сприяти або, навпаки, заважати подальшим спробам адміністрації поєднати ці дві групи дітей.

Скориставшись моделлю розвитку людини, яку запропонував Урі Бронфенбренер, ми виділили наступні групи чинників становлення економічної культури особистості: чинники макрорівня, мезорівня та мікрорівня. Макрорівень стосується чинників, що діють у всьому соціумі (соціетальний рівень). Мезорівень має відношення до тих структур, які, знаходячись поза сферою безпосереднього досвіду індивідуумів, тим не менш впливають на них (наприклад, вплив цінностей, які характерні для окремих суспільних сфер життєдіяльності). Мікрорівень має відношення до найближчого середовища, в якому здійснюється життєдіяльність індивідів (міжособистісні стосунки).

Чинники макрорівня діють на рівні загального соціального простору, широкого оточення. Вони впливають на життєдіяльність людей не безпосередньо, а опосередковано, через простір мезосистеми. Оскільки члени кожної соціальної групи є представниками своєї епохи, того чи іншого історичного періоду розвитку суспільства, то макросистема включає в себе життєві цінності, закони і традиції тієї культури, в якій живуть люди. Макросередовище характеризується особливостями суспільно-економічного та політичного устрою країни, а конкретніше - специфікою даного етапу її розвитку, що відповідним чином виявляється в діяльності різних соціальних інституцій. Це й ступінь демократизації суспільства, особливості державного регулювання економіки, тощо. До чинників макросередовища належить організація життя населення – система соціального, побутового та медичного обслуговування; соціально-демографічні фактори; етнічні фактори – наявність або відсутність міжетнічних конфліктів. До макросередовища

відноситься також рівень розвитку матеріального і духовного виробництва і культури суспільства в цілому. Макросередовище характеризується і певною суспільною свідомістю, що відображає дане суспільне буття у всій його суперечливості. Ці та інші фактори макросередовища мають певний вплив на всі сторони життєдіяльності людини. Отже, глобальне середовище характеризується соціальною ситуацією у суспільстві, сукупністю економічних, культурних, політичних та інших умов.

Особливістю сучасних змін, що впливають на економічну культуру особистості є, передусім, перехід економічних і соціальних функцій від капіталу та власності як головного фактору стратифікації до інформації. Сучасне інформаційне суспільство характеризується нарощуванням глобалізації ЗМІ і комунікацій, які реалізують розповсюдження певної культури. Комунікативний досвід стає інтерактивним. В літературі зазначається, що мережева культура – це особливість сучасного інформаційного суспільства. Сучасне суспільство характеризується симбіозом соціальних організацій і інформаційних технологій. Розвиток соціальних структур ототожнюється з розвитком процесів електронної комунікації, тобто за розвитком мережевої комунікації відбувається виникнення «мережевої» соціальної організації. Ступінь доступу до інформації стає суттєвим фактором соціальної стратифікації, що пред'являє до особистості вимоги різноманіття і гнучкості когнітивних стилів. Змінюється культурний простір - єдино важливим питанням для культури стає питання доступу до мережі. Швидкість інновацій перетворює різні сфери життя в «ситуацію, що постійно зникає», щоденно вимагаючи від людини адаптуватися до нових умов. І тут важливим засобом соціалізації стає не стільки знання або власне інформація, яка за таких темпів швидко втрачає актуальність, а ступінь доступу до інформації. Останнє певним чином впливає на ступінь соціалізації особистості і слугує основою соціальної стратифікації, що вимагає певного психологічного типу особистості, - перш за все, володіння різноманітним і гнучкістю когнітивних стилів, що забезпечують її темпоральні характеристики. Отже, в інформаційному суспільстві основним чинником економічної культури особистості на макрорівні є мережева культура, основою якої є глобальні інформаційні мережі, що потрібно враховувати у практиках соціально-психологічного забезпечення становлення економічної культури особистості.

Чинники, які розглядаються на мезорівні, являють собою локальне середовище, яке стосується суспільних структур, що, знаходячись поза сферою безпосереднього досвіду особистостей, тим не менш суттєво впливають на їх життєдіяльність. До цього рівня чинників можна віднести особливості суспільних відносин, що пов'язані з соціальними інституціями або сферами суспільства. Одним з найважливіших чинників становлення економічної культури особистості цього рівня є, наприклад, «освітнянський простір», особливості якого проаналізовано науковцями в різних аспектах.

Не зупиняючись на цьому питанні, яке знайшло своє відображення у інших розділах цієї роботи, відмітимо, що освітянський простір є певною мірою упорядкованим і навіть гармонізованим середовищем, яке підпорядковане задачам розвитку, соціалізації і виховання особистості, зокрема й задачам становлення економічної культури молоді людини. Цей простір включає в складних і різноманітних зв'язках велику чисельність атрибутів як речового, так і духовного характеру, які об'єднані загальною культурною основою. Освітянський простір як чинник економічної культури молоді являє собою проекцію загальних умов соціетального рівня на освітянську сферу суспільства, і тому є конкретним їх виявленням у відповідності із задачами, які висуваються до неї суспільством і окремою особистістю. Задачі освітянського простору в напрямку формування економічної культури молоді тісно пов'язані з особливостями сучасної економічної сфери суспільства, зокрема, особливостями ринкової економіки. В зв'язку з цим пріоритетного значення набувають такі канали економічної соціалізації як ринок праці та інститут підприємництва, в яких діють в єдності чинники економічної та освітянської інституції.

Ринок праці – це система суспільних відносин, яка регулюється «запитом – пропозицією», а також наявністю вільних робочих місць. Функція ринку праці полягає у забезпеченні робочою силою різних сфер суспільства. Ринок праці має також соціалізаційну функцію, яка полягає у реалізації особистістю конкретних бажань у своїй майбутній роботі, реалізації певного рівня знань, у самореалізації. Реалізація соціалізаційної функції потребує забезпечення становлення економічної культури молоді у єдності із забезпеченням соціальними якостями, які будуть затребуваними протягом активного життя. Отже, ринок праці в сучасному суспільстві виконує детермінуючу та регулюючу функцію у процесі становлення економічної культури особистості.

Важливим фактором становлення економічної культури особистості в процесі економічної соціалізації є *підприємництво* як соціально-економічний і психологічний феномен, як особливий вид діяльності, в рамках якого суб'єкт виступає творцем і організатором власної справи, підприємства і засобів виробництва, що відрізняє його від найманого працівника. Специфічні соціально-психологічні особливості підприємництва, які виявляються у особливостях психологічних відносин суб'єктів економічної діяльності, передують реальній економічній діяльності і виражають готовність до неї. Підприємництво як чинник економічної культури особистості найбільшою мірою пов'язано з такою її характеристикою як суб'єктність.

Чинниками економічної культури особистості *мікрорівня* ми розглядаємо феномени, які утворюються на рівні окремих індивідів а також - в результаті безпосередньої взаємодії між ними, тобто групові явища і процеси в умовах первинної групи. На цьому рівні відбувається зв'язок

людини з реальністю життєвої практики, в якій діють механізми, які здатні забезпечити процес інтеріоризації, тобто переведення факторів, які діють на макро- та мезорівнях, у внутрішні психологічні стимули діяльності. Реалізація принципу детермінізму в психології в даному випадку відбувається у взаємодії двох аспектів – детермінації самих психічних явищ і поведінки соціальними умовами, а також у детермінуючій ролі психічних явищ у соціальній поведінці і діяльності людини. Проблема становлення економічної культури особистості торкається цих двох аспектів - точніше, їх взаємодії – економічна культура особистості є результатом економічної соціалізації і одночасно вона детермінує цей процес.

Зазначені рівні чинників становлення економічної культури особистості (макро-, мезо- та макрорівень) тісно взаємопов'язані, здійснюють активний вплив один на одне. В процесі економічної соціалізації індивід реконструює своє багаторівневе життєве середовище, відчуваючи вплив всіх елементів цього середовища і взаємозв'язків між ними. Системна детермінація - первинна ідея «лінійної» детермінації будь-яких виявлень психіки перетворюється у вимогу загальної множинної взаємозумовленості. Оскільки культура «розчиняється» в суспільстві, то факторами становлення економічної культури є всі соціокультурні умови: історичний розвиток країни, релігії, етнос, гендерна стратифікація, економіко-географічні умови, інститут освіти (економічна освіта і виховання, засоби масової інформації та інформаційні технології). Це, так би мовити, - зовнішні чинники становлення економічної культури особистості, або – економічна культура суспільства. Традиційно виділяються зовнішні та внутрішні чинники, взаємодія яких визначає динамічну спрямованість розвитку.

Внутрішні чинники - це чинники, які належать та визначають внутрішню сутність самого феномена як системного явища. Аналіз внутрішніх чинників потребує визначення структурних складових економічної культури особистості як цілісного системного феномену.

Проаналізовано чинники становлення економічної культури особистості. Традиційно виділено зовнішні та внутрішні чинники, взаємодія яких визначає динамічну спрямованість розвитку особистості.

3.2. Соціально-економічний простір як чинник становлення економічної культури особистості

Одним із чинників становлення економічної культури особистості є особливості стратегій включення індивідів в поліструктурний соціально-психологічний простір економічної реальності. В науковій літературі соціальний простір розглядається як сфера розгортання діяльності соціальних суб'єктів. Виходячи з поліструктурного характеру людської діяльності, соціальний простір людини слід розуміти як сукупність видів діяльності, до якої включено індивідів, як взаємодію цих діяльностей та їх

впорядкованість, що виявляється як цілісність, як поле, в якому розгортається життєдіяльність особистості. Характер цієї цілісності визначається конкретно-історичними зв'язками з іншими людьми та предметно-речовим світом тієї сфери суспільства, до якої включений індивід. Вимоги цієї сфери спрямовують діяльність і визначають соціальні якості особистості. Залежно від включення людини до різних сфер суспільства, можемо говорити про такі культури особистості, як політична, економічна, релігійна, моральна, правова, екологічна тощо. Розглядаючи той чи інший вид культури в залежності від ступеня розвиненості людини, можна визначити такі її сторони, як професійна, психологічна, загальна, комунікативна та інші.

Аналіз особливостей економічної культури особистості в залежності від детермінації соціально-економічним простором, до якого включено людину, потребує визначення поняття „соціально-економічний простір особистості”. За аналогією з „соціальним простором”, „соціально-економічний простір особистості” – це простір, у якому відбувається економічна життєдіяльність людини. Соціально-економічний простір включає діяльність і всю сукупність зв'язків індивіда у сфері економічної реальності (виробництва, заощадження і споживання матеріальних благ). Характер цих зв'язків визначає стратегії економічної поведінки людини, економічну культуру особистості.

Отже, соціально- економічний простір породжується взаємодією суб'єктів діяльності в певній економічній реальності. В той же час цей соціально-економічний простір детермінує особливості становлення економічної культури особистості завдяки новим структурам, які створюються індивідами в цьому просторі через механізми екстеріоризації та інтеріоризації.

Як пише В.О.Васютинський, «у процесі взаємодії внутрішньопсихічні структури індивіда вимушено екстеріоризуються, заходять у зіткнення з аналогічними, але відмінними за змістом структурами партнерів, під таким взаємним впливом змінюються і знову інтеріоризуються. Після цього настає нова екстеріоризація. І такий цикл повторюється достатньо велику кількість разів, завдяки чому має місце своєрідна осциляція внутрішнього і зовнішнього [9,с.181]. Інтерсуб'єктна взаємодія розуміється як трансцендентальне взаємопроникнення, взаємне зумовлювання суб'єктів взаємодії, як спільно-взаємна зануреність суб'єктів в специфічні дискурси (В.Васютинський). І в цьому сенсі можна констатувати, що факт взаємодії є породжуючим, бо він породжує нову реальність, нові смисли в силу взаємовпливу. Суб'єкт і оточуюче середовище знаходяться в суперечливій єдності. У свідомості суб'єкта умови середовища опосередковуються, трансформуються через власну систему життєвих смислів, цінностей і ідеалів, норм і правил, що ним приймаються .

Визначаючи характерні особливості феномену і поняття «простір», В.Є.Клочко зауважує, що «простір» відрізняється від «середовища», від оточуючої людини дійсності, «об'єктивної реальності» тим, що для опису останніх достатньо чотирьох координат - трьох просторових і часу. Соціально-психологічний простір включає в себе, як мінімум, ще три суб'єктивні координати – значення, смисл, цінність, а це означає, що його пронизано емоціями, завдяки яким предмети, носії цих надчуттєвих якостей стають доступними нашій свідомості. Про соціально-психологічний простір можна сказати, що він є «суб'єктивованим середовищем», тобто середовищем, яке представлено у свідомості, засвоєне і доповнене, а точніше: «народжене», створене, сформоване самим суб'єктом відповідно з його життєвими принципами, цінностями й цілями [27].

Слід наголосити, що соціально-економічний простір як суб'єктивоване середовище – це не тільки стосунки між суб'єктами, але й стосунки з приводу об'єктів- економічних цінностей. Конкретна сумісна взаємодія економічних суб'єктів організується в результаті зіткнення, зіставлення, порівняння ставлень до економічних об'єктів і стратегій дій з ними. Важливою в зв'язку з цим є думка Б.Ф.Ломова щодо узгодженості цілей суб'єктів міжособистісних відносин, яка потрібна для організації конкретної сумісної взаємодії, в якій виникає єдине соціальносумісне, що дозволяє презентувати кожному із учасників взаємодіяльності деякі її елементи, починаючи з цілі і задачі діяльності і включаючи її структуру, цілі окремих дій, які входять до її складу, об'єкти діяльності, знаряддя, що в ній використовуються, відомості про ситуацію, узагальнені дані про імовірний досвід учасників взаємодії, про особливості їх особистостей, необхідні для прийняття рішення сумісної діяльності в цілому. В зв'язку з цим важливим стає питання вимог до якостей особистості, що висуваються соціально-економічним простором економічної діяльності особистості.

Різні „ділянки” соціально-економічного простору висувають до особистості особливі вимоги щодо її якостей, зумовлюють специфіку засвоєння предметно-речового світу, що визначає особливості її економічної культури. У зв'язку з цим важливо досліджувати ці „ділянки” (сектори) соціально-економічного простору особистості для визначення їх особливостей як факторів економічної культури. Відтак, необхідно виявити критерії, за якими виокремлюється той чи інший сектор соціально-економічного простору.

Виходячи з того, що гроші виконують функцію регулювання економічної діяльності людини, ми спробували проаналізувати соціалізуючу особливість соціально-економічного простору через зв'язок суб'єкта економічної діяльності зі стратегіями його поведінки з грошима. Функціонування грошей у сфері людських відносин визначає особливості соціально-економічного простору, в якому здійснюється економічна

життєдіяльність. Цей простір нав'язує індивідові певну стратегію економічної поведінки.

Як відомо, форми соціально-економічної практики, які визначаються різними стратегіями поведінки людини з грошима, виконують не тільки соціалізуючу функцію по відношенню до особистості, але й впливають на врівноваження соціальної взаємодії, на забезпечення стійкості соціальної системи (всіх її видів і на всіх рівнях). В аграрному суспільстві, наприклад, гроші були не дуже важливі, бо людина здатна була забезпечувати себе всім необхідним і без них. Починаючи з індустріальної епохи, гроші відіграють дуже важливу роль. Без них не може існувати суспільство. В індустріальному суспільстві гроші – це не просто форма соціальної практики, а соціальний інститут, структурна організація, яка через соціальні установи, певні норми і статуси інтегрує, координує індивідуальну діяльність. Окрім чисто економічних функцій (міра вартості, засіб обігу, платежів, накопичення), гроші виконують функцію формування психічних якостей людини. Економічні відносини, які здійснюються через посередництво грошей, репрезентуються в психічних феноменах особистості. Саме через інтеріоризацію цього елемента системи економічних цінностей суспільства відбувається процес економічної соціалізації індивіда, входження його в економіку суспільства, формування економічної культури особистості, визначається тип особистості, характер її ментальності, емоційна сфера, поведінка тощо. Як зауважував У. Джеймс, „особистість – це „Я” плюс капітал і готівка, зміни яких впливають на трансформацію „Я”. Гроші є головним елементом соціально-економічного простору, тим системотворчим фактором, що пов'язує речовий і духовний світи людини в єдиний соціально-економічний простір особистості, який, засвоюючись індивідом в процесі економічної соціалізації, формує її економічну культуру, визначає стратегії її економічної поведінки. Виходячи з цієї ролі, яку відіграють гроші в життєдіяльності людини, можна взяти за критерій визначення різних стратегій економічної поведінки особистості особливості діяльності людини з грошми в певному соціально-економічному просторі життєдіяльності

Стратегія економічної поведінки – це особливий, властивий певній особистості спосіб сприйняття умов економічної життєдіяльності, особливий стиль економічної діяльності, який відповідає індивідуально-психологічним рисам характеру. Цей стиль зумовлюється не стільки умовами суспільства, до якого належить людина, скільки специфікою її особистісних властивостей, інтересів і потреб. Різним людям притаманний різний стиль діяльності з огляду на інтенсивність, конфігурацію занять у тій чи іншій сфері, результативність, мотивацію тощо. Жоден з тих різних способів дій, різних прийомів, які застосовують різні індивіди, пристосовуючи їх до власних психофізіологічних особливостей, не є більш чи менш ефективним з огляду на результати їх застосування. Критерієм, за яким визначаються особливості стратегій економічної поведінки особистості у певному

соціально-економічному просторі, є спосіб отримання і використання грошей. Так, соціально-економічний простір людини, яка працює на підприємстві, отримуючи за це зарплатню, має свої особливості порівняно з соціально-економічним простором бізнесмена, який задовольняє матеріальні потреби, отримуючи прибуток зі свого бізнесу.

Якщо розглядати економічну реальність з огляду різних способів отримання людьми грошей і їх використання з метою задоволення своїх матеріальних потреб, то можна виокремити чотири сектори соціально-економічного простору, котрі детермінують різні стратегії економічної поведінки особистості, що визначають особливості її економічної культури.

Сектор I – це сектор, в якому працюють люди за зарплатню (службовці, робітники підприємств) – гроші функціонують як зарплатня. Сектор II – це сектор, в якому людина працює індивідуально на себе (професіонали високого рівня) – гроші функціонують як індивідуальний прибуток. Сектор III – це сектор, в якому людина одержує гроші як прибуток у бізнесі. Гроші функціонують у організованому людиною бізнесі. Сектор IV – це сектор, в якому працюють інвестори, тобто люди, що вкладають гроші в чужий бізнес, отримуючи від цього прибуток. В цьому секторі гроші працюють на гроші.

Сектори I і II – це праця людини за гроші. Сектори III і IV – це сектори, в яких гроші працюють на людину, а людина є вільною.

Вибір людини, в якому із секторів створювати прибуток, значною мірою залежить від об'єктивних соціальних умов життя. Проте особистісні властивості теж відіграють не меншу роль у цьому виборі. Одним людям подобається бути службовцем, а інші цього не сприймають. Деякі суб'єкти економічної діяльності прагнуть володіти компаніями, але не бажають управляти ними. Деякі із задоволенням володіли б бізнесом і управляли ним. Хтось любить вкладати капітал, а хтось бачить у цьому тільки ризик втрати грошей. Різних людей притягують різні сектори, хоча більшість має здібності, які дозволяють працювати у всіх секторах. Говорячи про духовний психологічний фактор в економічній життєдіяльності людини, слід зазначити, що різні сектори соціально-економічного простору вимагають від людини застосування різних стратегій економічної поведінки, навіть якщо людина, що отримує прибуток від різних секторів, є тією ж самою. Той чи інший сектор нав'язує людині певну стратегію поведінки. Те, в якому секторі людина хоче заробляти гроші, багато залежить від того, хто вона, які цінності вважає основними, від сильних і слабких сторін її характеру, від схильностей та інтересів. Отже, різні сектори соціально-економічного простору – це різні шляхи, різні методи одержання прибутку, різні стратегії поведінки, які вимагають різної економічної культури особистості.

Виокремимо кілька характеристик, що визначають економічну культуру особистості залежно від стратегії поведінки, якої вимагає певний сектор соціально-економічного простору. В секторі I люди працюють за зарплатню, на першому місці для них є гарантія, стабільність; вони не

люблять економічної самостійності. Тому вони йдуть працювати на державні підприємства, бо вважають, що хоча там платять менше, проте є гарантія соціальної захищеності. В приватних підприємствах менше гарантії, проте більше платять, і теж не потрібна економічна самостійність. Люди в цьому секторі не люблять самостійно вирішувати виробничі питання. Вони керуються мотивом уникнення невдач. У секторі II працюють, так би мовити, індивідуалісти; їх цікавить творчий процес, вони постійно дбають про фахове зростання, вони відповідальні, але покладаються тільки на себе. Весь свій робочий час вони використовують на себе. Щоб більше заробляти, ці люди мають працювати все більше й більше і саме в цьому вбачають фінансову безпеку. Сектор II є окремою економічною системою, людина в ній робить все сама. Головною рисою людей цього сектору є самостійність та „індивідуалізм”. Сектор III – це сектор, в якому працюють бізнесмени. Вони наймають компетентних фахівців, створюють команду, яка працює на його бізнес. Бізнесмен використовує час і знання інших для себе. Щоб створити команду, бізнесменові потрібні власність, капітал і контроль над створеною ним економічною структурою. Щоб управляти нею, йому потрібні не тільки економічні знання (бухгалтерського розрахунку, виробництва, ведення переговорів, маркетингу, управління), але й також лідерські якості. Щоб отримувати більший прибуток у цьому секторі, слід наймати все більше працівників. Основною рисою, яка потрібна людині, аби створити систему бізнесу, є лідерські й організаторські якості, тобто вміння працювати з людьми і управляти ними. В секторі IV працюють інвестори, які вкладають гроші в бізнес інших людей. Інакше кажучи, інвестори роблять гроші за допомогою грошей. Щоб бути успішним інвестором, потрібна не просто фінансова грамотність, компетентність, що складається з різних знань, які стосуються економічної діяльності інвестора, але й високий рівень економічної культури. Це передбачає володіння знаннями, які включають інформацію про функціонування названих вище чотирьох секторів соціально-економічного простору, а також особистісні властивості, завдяки яким інвестор здатний забезпечити надійність і стабільність вкладеного ним капіталу. Пропорції знань і особистісних властивостей в економічній культурі інвестора складають: 10 % - знання, 90 % - властивості [17, 71-75.].

Від людей, які працюють в різних секторах соціально-економічного простору, вимагається також різний спосіб мислення. В секторах I і II мислення більш емоційне, а в секторах III і IV – більш раціональне. Всім людям притаманні емоції, страх, сумніви вибору тощо. Те, як люди виявляють свої емоції, часто визначає їх спосіб мислення. Коли справа стосується грошей, то ризик втрати їх, ризик невдачі стає надто великим, і тоді з'являється страх. У цій ситуації люди шукають безпеки. Емоція небезпеки виявляється в ситуації, коли йдеться про гроші. Але на тлі цієї емоції виникають різні міркування. В секторі I превалює думка знайти безпечнішу роботу. В секторі II – думка про те, що можна довіряти тільки

собі самому, превалює емоція недовіри до інших. В секторах III і IV превалює думка, як краще управляти ризиком. А щоб управляти ним, потрібно включати логіку, рацію. В секторах I і II спосіб мислення більш емоційний, домінує емоція небезпеки, думка „не ризикуй”. В секторах III і IV - спосіб мислення більш раціональний, логічний, превалює думка „краще управляй ризиком”.

Отже, люди в різних секторах соціально-економічного простору відрізняються стратегією економічної поведінки, яка потребує не тільки і не стільки різних економічних знань, скільки різних психологічних властивостей. Інакше кажучи, люди різних секторів мають різну економічну культуру. Економічна культура особистості – це не тільки економічно-фінансова грамотність, але й психологічні якості, завдяки яким людина здатна діяти в певному соціально-економічному просторі. Це можна висловити формулою: „Мати – робити – бути”. „Мати” – це мета, якої прагне людина (створити капітал, заробити гроші). Щоб „мати”, необхідно „працювати”. Але „працювати” можна по-різному. Якщо, наприклад, щось робиться несистемно, то можна й не досягти мети. Тобто, щоб „мати”, не досить тільки „працювати”, потрібно уміти „працювати”, потрібно ще й „бути” - володіти певними особистісними якостями. Економічна культура особистості – це не тільки економічні знання, до яких обов’язково включається інформація про фінанси і гроші, але й більшою мірою – це психічні якості, які відповідають вимогам того сектора соціально-економічного простору, в якому працює людина. Тому економічна культура особистості формується в процесі економічної соціалізації через механізм інтеріоризації цінностей соціально-економічного простору життєдіяльності.

Жоден сектор не є важливішим за інший. Для фінансової стабільності суспільства потрібно, щоб люди працювали у всіх секторах. Індустріальне суспільство потребує більше людей з секторів I і II. Як стверджують фахівці, 90 % людей працює в цих секторах, і тільки 10 % - у секторах III і IV [3, с.71-75]. Проте багаті люди отримують 70 % прибутків з сектора IV, менше 30 % - від зарплатні (якщо вони є службовцями своїх корпорацій). Незаможні люди і середній клас отримують 80 % прибутків із заробітку в секторах I і II, і менш як 20 % – від інвестицій із сектора IV . Переважна більшість населення прагне забезпечити свої матеріальні потреби через працю в секторах I і II.

З метою аналізу спрямованості індивідів на означені стратегії економічної поведінки ми здійснили опитування серед спеціалістів-психологів віком від 25 до 45 років за допомогою розробленої нами анкети, яка включала блоки запитань, розрахованих на виявлення спрямованості особистості на один з чотирьох секторів соціально-економічного простору особистості. Результати опитування показали, що 70 % респондентів віддають перевагу постійній роботі з невеликим заробітком (40 % з них хотіли б працювати на державному підприємстві). І лише 30 % хотіли б мати великий заробіток навіть в ситуації фінансового ризику – більшість з них

виявили орієнтацію на бізнес. Серед наших респондентів не було людей, спрямованих на одержання прибутку з інвестицій. Виявилось також, що більшість респондентів не володіє фінансовою грамотністю (неправильне тлумачення сутності грошей, їх функцій, споживацька психологія), що є свідченням низького рівня економічного мислення у єдності зі свідомістю індустріального суспільства, для якого характерна залежність людей від держави, якій люди передали персональну фінансову відповідальність замість того, щоб самостійно вирішувати власні проблеми. Непокоїть невідповідність нинішнього покоління до усвідомлення відмінності сучасного інформаційного суспільства від індустріального, в якому в результаті соціальних змін держава неспроможна гарантувати людині фінансову безпеку наприкінці трудових днів людини.

Оскільки всі люди потребують безпеки, то слід уміти її задовольнити. Більшість вважає, що безпеку можна забезпечити в секторах I і II. Це пояснюється потребами індустріального суспільства, в якому відбувався і відбувається процес економічної соціалізації. З дитинства людина соціалізується в сім'ї і школі, де наголошують: 1) потреба в стабільності головніше, ніж фінансова свобода; 2) знання, освіта допоможуть задовольнити потребу в безпеці; 3) праця на державному підприємстві є гарантією стабільності і фінансової безпеки; 4) вкладати гроші у свою справу небезпечно, тому краще не ризикувати; 5) задоволення від того, щоб зразу мати гроші, можна одержати в секторах I і II, і це приваблює.

Проте, ця проблема вирішується через формування такого типу економічної культури, яка б відповідала як потребам людини, так і суспільним експектаціям. Вихід вбачається в тому, щоб у кожної людини була сформована така економічна культура, яка допомогла б їй покладатися не на когось, а на себе, стати фінансово незалежною від зміни обставин. Фінансова свобода полягає в тому, щоб людина працювала не за гроші, а щоб гроші працювали на людину. Гроші працюють на людину в секторах III і IV. Щоб бути соціально захищеним, потрібно стати успішним інвестором. До цієї мети – тривалий шлях формування економічної культури через спеціальне (фінансове) навчання і виховання (формування спеціальних особистісних властивостей). А поки що більшість населення шукає не фінансової безпеки, а безпечної роботи, бо так людей вчать і виховують з дитинства. Щоб забезпечити себе фінансово, людині потрібно стати суб'єктом економічної діяльності через механізм економічної соціалізації, яка здійснюється поетапно в результаті інтеріоризації економічних цінностей всіх секторів соціально-економічного простору. Перехід з одного сектора до іншого – це зміна досвіду, підвищення рівня економічної культури. Поміняти сектор – це не те ж саме, що змінити професію. Поміняти сектор – це змінити самого себе. Це такі ж глибокі зміни, як зміна гусениці, коли вона стає метеликом.

Отже, аналіз особливостей формування економічної культури особистості передбачає необхідність враховувати особливості внутрішніх психологічних властивостей індивідів, які пов'язані з включенням їх у різний соціально-економічний простір життєдіяльності. На кожному віковому етапі рівень економічної культури людини різний. Різним він є і серед дорослих – залежно від належності до того чи іншого сектору соціально-економічного простору. Доросла людина обирає сектор I, бо з дитинства засвоїла від батьків, що в житті потрібно знайти постійну гарантовану роботу, за яку можна отримувати стабільну зарплатню. Так з дитинства у неї починають генеруватися думки на кшталт „не ризикуй”, починають домінувати емоції небезпеки. Тому молоді люди бажають після школи одержати роботу, за яку відразу ж заплатять гроші (сектор I), а потім вже шукають щось інше, бо з віком людина отримує більший досвід, у неї змінюються інтереси. Аби досягти високого рівня економічної культури, людина в процесі соціалізації проходить всі сектори економічного простору.

Отже, формування економічної культури відбувається як набуття досвіду в процесі діяльності у всіх секторах економічного простору. Високого рівня економічної культури можна досягти, починаючи з сектора I, бо саме тут людина набуває навичок поводитися з грошми і з людьми, нести відповідальність за збереження низького рівня витрат і високого рівня прибутку. Освічена людина може бути фінансово не грамотною, коли вона не може відповідати за отримання роботи, за яку вона отримуватиме гроші. Якщо людина має незадовільні навички управління грошми, то навіть всі гроші світу не зможуть зробити її соціально і фінансово захищеною. Коли людина набула навичок управління в секторі I, то вона зможе навчитися стати бізнесменом, а зрозумівши смисл бізнесу, зможе стати кращим інвестором. Набувши досвіду у всіх секторах соціально-економічного простору, людина зрозуміє, що фінансову безпеку можна отримати не в секторах I і II, а в секторах III і IV; тобто, щоб стати заможним, потрібно вчитись вкладати капітал і ризикувати (управляти ризиком). Робота в секторі IV – це капітал і високий рівень знань.

Отже, економічна культура особистості формується в процесі її економічної соціалізації як послідовне, поетапне включення людини в різні сектори соціально-економічного простору, які відповідають її індивідуально-психологічним та особистісним властивостям і віковим можливостям. Рівень економічної культури визначається стратегіями економічної поведінки, якої вимагає той сектор соціально-економічного простору, в якому реалізується економічна життєдіяльність індивіда.

3.3. Економічні цінності як чинник становлення економічної культури особистості

Виходячи з окресленої загальної концепції економічної культури особистості, одним із важливих ракурсів її аналізу постає визначення

особливостей системи економічних цінностей, в межах якої здійснюється її становлення. Компонент економічної системи, який наділяється особовим значенням в індивідуальній або суспільній свідомості є економічною цінністю. Економічна цінність - це значимість предмета, яка визначається його роллю в сфері економічних відносин суспільства. Система економічних цінностей суспільства визначається його історією, ідеологією, способом життя людей, рівнем їх економічних стосунків; отже, тим, що є культурою.

Цінності як ядро культури є надбаннями людства, на основі яких існує буття, розвивається життєдіяльність суспільства. Система цінностей - це головне, що характеризує людський рід і окрему особистість. Існування світу цінностей людини передбачено принципово новим способом організації життя, а саме: його існування призначено для збереження і розвитку соціальної єдності і, відповідно, елементів цієї єдності. Певна система цінностей немов би застигає, фіксується в формах суспільних відносин, які набувають здатності передаватись у часі, а також засвоюватись людьми. Цінності суспільства наповнюють індивідуальне життя смыслом і організують персональну поведінку в напрямку взаємодії соціальних суб'єктів, примушуючи останніх виявляти властивості соціальності в залежності від рівня розвитку соціальної системи. Всі форми, в яких фіксуються цінності, організуються за ступенем їх значимості в певну систему, яка складає світ цінностей – ядро людської культури. Систему цінностей суспільства свідомість особистості репрезентує через культуру.

Поняття «цінність» вперше визначено у філософії Е. Канта як таке формоутворення, що виступає критерієм оцінки дійсності людиною та джерелом смислотворчої основи людського діяння, виконуючи таким чином функцію вищих принципів людської поведінки. Поняттям «цінність» визначається предмет буття, який оцінюється людиною як значимий для задоволення її певних потреб. Цінність включає життєзначимі предмети, природні утворення й продукти людської діяльності. Цінність - це якість або властивість предмета, яка робить його корисним, бажаним або поціновуваним. В основі ціннісного ставлення людини до світу лежить *значимість*. Предмети світу самі по собі не наділені ніякою цінністю. Цінність предмета визначається його роллю у (соціальній) взаємодії. Цінності відображають найсуттєвіші моменти практичної взаємодії людини з навколишнім середовищем та іншими людьми з точки зору їх значення для людства, суспільства, групи чи особи на конкретному етапі історичного розвитку. Цінностями можуть бути явища природи, продукти суспільного виробництва, форми суспільної організації, історичні події, учинки, духовні витвори тощо. Цінності визначаються не стільки залежно від їх здатності задовольняти вітальні або духовні потреби людей, скільки від їх відповідності певним суспільним взірцям, вимогам, ідеалам, що, власне, й виступають як дійсні цінності й основа формування людських потреб. Міра цінності предмету залежить від того, як він здатний відповідати мірі

значимості його у суспільстві. Ці виміри здійснюються на основі певних абсолютних критеріїв, таких як істина, добро, краса, а також свобода, мир, гуманність, справедливість та ін.. Це ті скрижалі, на які спирається буття людства, що не є простою формою існування живого. Цінності є ствердженням всезагального у світі одиничного буття, обов'язковою умовою існування людства. У такій якості їх визначають як абсолютні людської буттєвості, що не заперечує їх історичної кодифікованості. Історичність є лише виразом абсолютності, що виявляється у різних її формах. Принципова риса об'єктів, що наділяються цінністю, - пов'язаність із існуючою системою культури і з соціальною структурою суспільства.

Класифікація цінностей може бути за різними критеріями: об'єктивними характеристиками явищ (матеріальні, духовні, великі, малі); за суб'єктами (цінності суспільства, групи, нації, колективу, індивіда); за сферами суспільних відносин (моральні, економічні, політичні, екологічні, професійні тощо). Компонент соціальної системи, який наділяється економічним значенням в індивідуальній або суспільній свідомості, є економічною цінністю. Економічна цінність – це значимість предмета, яка визначається його роллю у економічній життєдіяльності людей.

Кожен соціальний інститут інституційованого соціального середовища має свій „набір” цінностей, завдяки яким відбувається інтеграція індивіда в групу, групи – в соціальну структуру, різних елементів соціальної структури – в соціальну систему. Економічна культура суспільства характеризується системою економічних цінностей, які виконують регулюючу та детермінуючу функцію в процесі економічної соціалізації особистості.

Економічні цінності – об'єкти, явища, ідеї, процеси економічного життя та їх властивості, до яких людина ставиться як до задовольняючих її соціальні потреби, інтереси і які залучає до сфери економічної життєдіяльності. Економічні цінності є невід'ємною частиною економічної культури суспільства і віддзеркалюються у економічній свідомості людей. Економічну цінність може мати будь-який об'єкт (матеріальний або ідеальний), як реальний, так і уявний у випадку, якщо такий об'єкт відповідає економічним потребам груп або окремих осіб і розглядається як важлива умова їх економічної діяльності, відповідним чином оцінюється та регулює економічну поведінку людей. Економічні цінності певної історичної соціально-економічної системи, що поділяються індивідами і групами, слугують масштабом оцінки їх економічної поведінки з точки зору їх відповідності потребам даної соціальної спільноти. В зв'язку з цим, є потреба розглянути співвідношення понять «цінність» та «оцінка».

Аналіз процесу людської життєдіяльності свідчить, що із всієї сукупності психічних актів, які вона чинить довільно чи мимовільно, значна її частина припадає на оцінювання. Оцінка необхідна людині для організації практично будь-якого акту взаємодії з предметним світом, з іншими людьми, із суспільством. При всій різноманітності трактування поняття «оцінка»

очевидно, що «цінність» стає цінністю за допомогою акту оцінювання, бо цінність є те, що люди цінують, що є для них важливим, те, що вони виділяють як значиме. З різноманітного світу речей, явищ, відносин тощо людина виокремлює те, що має для неї певний сенс, певну цінність. К. Платонов відносить оцінку до однієї з трьох основних функцій психіки – поряд з пізнанням і регуляцією [44, с.182].

В зв'язку з цим слід підкреслити, що у виборі цінностей людина вільна лише відносно, суб'єкт лише відносно вільний у виборі цінностей для власної ціннісної системи. Цей вибір детермінується насамперед ціннісними нормами, що існують в суспільстві, соціальній групі тощо. Оцінка людиною багатоаспектного світу опосередковується орієнтацією людини на інших людей, на суспільство в цілому, на вироблені суспільством ідеали, погляди, уявлення і норми, які панують в ньому. Цінності тісно пов'язані з нормами. Найчастіше вони навіть ототожнюються (коли мова йде про соціальні норми). У такому випадку норма розглядається як різновид цінності (соціологи виділяють «цінності-норми»). Але норма є формалізованим регулятором поведінки людей, який вони одержують ззовні – з традиції, морального кодексу, релігійних настанов, мовних правил, етикету, юридичного закону тощо. Цінність, навпаки, – це внутрішній, емоційно сприйнятий особистістю орієнтир її поведінки. Саме тому норма виступає як офіційний, надособистісний, надіндивідний, соціальний регулятор поведінки.

Економічні цінності, закріплені в певних нормах і правилах, є системою економічної реальності, яка «вимагає» від членів спільноти відповідати певним експектаціям стосовно прийнятих для даної спільноти «зразків» поведінки і особистісних характеристик. Інтеріоризуючись індивідами, ці «зразки» економічних цінностей стають „внутрішніми” регуляторами його поведінки, саморегуляторами, тобто умовами реалізації його економічної культури як суб'єкта економічної діяльності.

Оскільки становлення економічної культури особистості відбувається через інтеріоризацію особистістю цінностей економічної інституції, то визначення особливостей цих цінностей є важливим у дослідженні всього різноманіття економічної культури особистості.

Перше, з чим зустрічаються дослідники, це багатоманітність явищ, які визначаються як економічні цінності. Ці явища представлено на різних рівнях життя суспільства. За визначенням економістів та соціологів, економічна життєдіяльність є системою соціальних процесів виробництва, обміну, розподілу і споживання матеріальних і духовних благ, а також зв'язків і відносин, в які вступають суб'єкти господарської діяльності (окремі індивіди), малі групи (сім'я, фірма), великі соціальні об'єднання (організація, етнос, держава) В літературі з економічної психології знайшли відображення дослідження економічних цінностей у індивідуальній та груповій свідомості (Н.А.Журавльова, Т.В.Фоломеева, В.О.Хащенко,

Є.В.Шибанова). Зокрема, досліджуються такі економічні цінності як економічна самореалізація, економічне самовизначення, економічний успіх, економічна кар'єра (О.В.Лавренко, О.О.Міщенко, В.О.Хащенко, Л.В.Хитрош), монетарні цінності (О.С.Дейнека, І.К.Зубіашвілі, Є.Д.Короткіна, А.Б.Фенько), багатство, бідність (В.О.Васютинський, Н.А.Журавльова, В.О.Хащенко) власність (Н.М.Дембицька, А. І Кітов, О Д Карнишев, В.Д.Попов,), споживацькі цінності, матеріальні цінності (В.О.Васютинський, Д.А.Кітова, В. О.Полікарпов, В.Ю.Пекарська, В.О.Хащенко, Є.В.Шибанова), цінності праці (Н.Ю.Воляннюк, Г.В.Ложкін, О.О.Солтик, В.В.Спасенніков, В.А.Толочек) цінності економічного статусу (А.В.Баранова,В.О.Васютинський,Г.М.Головіна,Н.А.Журавльова,А.Л.Журавльов, Г.В.Ложкін, Т.Н.Савченко, В.О.Хащенко).

У системі економічних цінностей наявні соціально-економічні ідеали й цілі, принципи й норми економічного життя, економічні традиції, засоби економічного обміну, зразки економічної поведінки тощо. Економічні цінності є інтегративними регуляторами соціально-економічного життя, поведінки індивідів, соціальних спільнот і об'єднань людей, слугують важливим фактором економічної соціалізації особи.

Міра функціональності економічних цінностей зумовлена глибиною їх почуттєвого та емоційного сприйняття людьми. Ціннісне сприймання об'єктів економічного життя зумовлюється конкретно-історичними умовами розвитку суспільства, місцем особи, соціальної спільноти у системі певних економічних і соціально-політичних відносин, потребами та інтересами людей.

В межах організації суспільства економічні цінності взаємодіють між собою, а тому для їх визначення потрібен системний підхід, що передбачає, по-перше, розгляд особливостей економічних цінностей суспільства у взаємодії, по-друге, виокремлення домінуючого, системотворчого компонента цієї системи цінностей.

Взаємодія економічних цінностей характеризується, по-перше, тим, що вони розподіляються за ступенем їх суспільної значимості і важливості у певну ієрархічну структуру, поділяючись на цінності більш або менш високого порядку, більш або менш кращі. По-друге, співвідношення різних економічних цінностей може характеризуватись як взаємопідкріплюючий або як взаємовиключенний. Це співвідношення складається в ході історичного розвитку суспільства і існує як система певних норм, зразків поведінки та форм життєдіяльності людини, які виконують нормативну функцію стосовно поведінки людей.

В сучасному українському соціальному просторі система економічних цінностей суспільства є суперечливою. В ній одночасно існують цінності ринкової орієнтації, а також цінності, пов'язані з архетипами старого суспільства. У багатьох випадках таку суперечність можна побачити на прикладі сучасної сім'ї, коли її розглядати як взаємодію і взаємостосунки

трьох поколінь, що мають різні системи цінностей і настановлень щодо сучасної соціально-економічної реальності. Представники найстаршого покоління не змогли пройти ресоціалізації. Покоління дорослих проходить активний етап ресоціалізації, переборення радянських, відродження національних та активного впливу ринкових традицій. Покоління дітей виросло в період становлення ринкової економіки. Для них ринкові цінності стали нормою. Сучасна молодь є носієм оновлених в широкому розумінні економічних цінностей, які втілюються в оновлену систему економічної інституції. Характер взаємодії, взаємовпливу, єдності економічних цінностей зумовлює динаміку особистісних економіко-психологічних характеристик, які визначають економічну культуру особистості.

В умовах трансформації суспільства, переходу його до ринкової економіки відбувається переосмислення й переоцінка економічних цінностей, що супроводжується ціннісною поляризацією економічної свідомості населення, загостренням протистояння й боротьби між прихильниками економічних цінностей, що сформувались у минулому, і тими, що з'являються у даний час. Попри плюралізм і суперечності системи економічних цінностей у сучасному економічному житті, можна виділити такі з них, що поділяються більшістю громадян країни. Це насамперед цінності загальнолюдського характеру: співпраця і злагода у суспільстві, чесна праця і добробут, соціальна справедливість у розподілі продукту праці, права й свободи суб'єкта праці, соціальна і правова захищеність людини праці, відповідальність і законність економічної діяльності – тобто світоглядні ідеали й моральні норми, які відображають економічний досвід усього людства і є спільними для всіх людей, незалежно від будь-яких відмінностей.

Важливим моментом у дослідженні особливостей системи економічних цінностей як детермінацій економічної культури особистості є виокремлення системотворчого компонента системи економічних цінностей. Системотворчим елементом у системі цінностей економічної сфери суспільства науковці називають власність [45, с.109 – 207]. В економічній науці власність розглядається як соціальний інститут, функцією якого є, перш за все, організація виробництва, розподілу та зберігання матеріальних благ в умовах їх дефіциту, що здійснюється з метою збереження і розвитку як всього суспільства, так і окремої особистості. Як соціальний інститут власність являє собою відносно стійкі типи і форми економічної практики, завдяки яким організується економічне життя, забезпечується стійкість суспільних зв'язків і відносин в рамках певної історичної соціально-економічної системи. Успішність здійснення власністю економічної функції забезпечується складною системою засобів, до яких відносяться не тільки сукупність певних майнових стимулів, але й система стандартів економічної поведінки, що є обов'язковою в певних економічних ситуаціях. Ці стандарти поведінки нормативно врегульовані, закріплені нормами права. В

ході соціально-економічної практики виникає певна система відношень між людьми з приводу привласнення і володіння економічними об'єктами, яка стає значимою як для суспільства, так і окремого індивіда. Отже, власність як економічна цінність є системою соціально - економічних відносин, які виявляються через функції володіння (належності, наявності майна, матеріальних благ, засобів виробництва); користування (юридично гарантована можливість виробничого і особистого споживання засобів виробництва і предметів споживання); розпорядження (можливість здійснювати майнові дії з засобами виробництва і предметами споживання – продаж, купівля, дарування, споживання). Відношення власності, що виявляються через означені функції як домінуючі в економічній сфері суспільства, позначаються на всій системі економічної реальності, зумовлюючи диференціацію груп за рівнем доходу, рівнем споживання, впливаючи на соціальну структуру суспільства та інші його сфери. Система відносин власності на предмети і засоби праці складається історично, створюючи різні форми власності (форму присвоєння матеріальних благ), зокрема, такі як суспільна, колективна, приватна тощо.

Саме у своїх формах існування власність, відображаючи об'єктивні економічні відносини, одночасно виконує функцію регулятора економічної і соціальної поведінки особистості і соціальних груп. Визначення людиною свого статусу в системі відносин власності відіграє важливу роль у розумінні людиною своєї сутності; у відношеннях власності здійснюється самореалізація особистості, яка виявляється як в діяльності, так і у ставленні до інших людей. Саме через інтеріоризацію відносин власності відбувається процес входження індивіда в економіку суспільства, формування економіко-психологічних параметрів особистості, визначення її як суб'єкта економічної діяльності. Усвідомлення свого ставлення до власності є психологічною основою формування економічної свідомості людини, ділових якостей, здібностей, вольових властивостей. Відносини власності визначають економічне „Я” особистості, характеристику її економічної самосвідомості, формування її економічної ідентичності. Отже, власність є, з одного боку, основою суспільних відносин, визначаючи особливості всієї системи відносин суспільства, а з іншого – економічною цінністю людини, об'єктом її переживань, основою формування її економічної культури.

Власність у всіх своїх об'єктивних і суб'єктивних виявленнях(майно, предмети, людські відносини тощо), знаходить концентроване виявлення у грошах. Завдяки грошам всі цінності економічної сфери пов'язані в єдину систему економічної реальності. Гроші, як і власність, є одним з головних компонентів системи економічних цінностей суспільства, необхідним атрибутом функціонування його економічної сфери.

Слід зазначити, що гроші виконують не лише чисто економічні функції (міра вартості, засіб обігу, засіб платежу, засіб нагромадження і збережень), але й людинотворчу, культурницьку. Гроші є одним із факторів формування

психіки людей, створюючи і задовольняючи потреби виживання, існування, самозадоволення. Завдяки грошам людина пов'язана з іншими людьми в єдину економічну реальність. Гроші – це загальний еквівалент всіх інших відносин в суспільстві. Через посередництво грошей відбувається входження людини в економічну сферу суспільства. Саме тому вони є важливим фактором економічної соціалізації особистості. Не дивно, що дослідники проблеми економічної соціалізації присвячують так багато уваги факторові грошей [45, с.207 – 303]. Гроші розглядаються як найважливіший засіб соціалізації особистості на всіх вікових етапах її розвитку.

3.4. Система особистої власності як чинник економічної культури школярів

Згідно з філософським підходом, економічну культуру розуміють як об'єктивованій у особистому майні, знаннях, досягненнях, проектах людства суспільний економічний досвід. Останній зберігається у відторгнутому від суб'єкта матеріальному чи духовному вигляді. Таким чином, в процесі діяльності по опредметненню цінного людству креативу в предметах власності об'єктивуються результати його творчої активності. Він освоюється індивідом в процесі діяльного привласнення закарбованого в предметах культури економічного досвіду людства. Отже, в процесі розпредметнення особистість освоює, розкриває для себе креативний потенціал людства засобами засвоюючої активності. Оперуючи особистими речами, особистість навчається нормам і прийомам колективного буття.

Згідно зі структурно-функціональною концепцією економічної соціалізації особистості, економічну культуру особистості розуміємо як результат економічної соціалізації, який виражається у тих психолого-економічних якостях, що формуються в процесі інтеріоризації особистістю економічних цінностей суспільства та імпліцитно несуть в собі нормативний образ «людини економічної».

В економічній культурі кожного суспільства як системі його економічних цінностей закарбовано нормативний канон „людини економічної”. Останній виявляється в функціонуванні економічного типу людини як втілення рис особистості, що відповідають вимогам економічної системи суспільства. Такі риси об'єктивуються в образі економічного типу людини. Він існує як на рівні суспільної, так і індивідуальної свідомості. У прямій залежності від ціннісного змісту нормативного канону економічного типу особистості перебувають особливості економічної соціалізованості особистості. Від нього залежатиме, наприклад, те, якому стилеві господарської діяльності (активному чи пасивному, конструктивному чи деструктивному) віддасть переваги підростаюче покоління, якими будуть його орієнтації у сфері економічних досягнень (превалюватиме прагнення

індивідуального чи колективного успіху) і у локалізації контролю (інтернальному чи екстернальному локусові) тощо.

Отже, економічна культура особистості, яка формується в процесі економічної соціалізації, - це система психолого-економічних якостей, що є носіями нормативної моделі економічного типу людини. Вони зумовлюють входження особистості в „світ економіки”. Тому економічна культура особистості – це, перш за все, особистісні якості, завдяки яким людина здатна діяти в економічному просторі.

Взявши за теоретичну основу запропоновану В.Москаленко структурно-функціональну модель економічної культури особистості та на основі досліджень останніх тенденцій у розвитку свідомості наших сучасників як більш підприємливих, ми визначаємо нормативну модель економічного типу людини сучасної української економіки як таку, що відповідає підприємницькому типові. Це означає, що в ідеалі (за умов справді розвинених в країні відносин ринкової економіки) слід очікувати сформованим в суспільній свідомості особливий образ людини економічної. Він має нести в собі наступні риси підприємливості: ініціативність, наполегливість, готовність до ризику, цілеспрямованість, управлінські здібності, незалежність, самовпевненість, прагнення до самореалізації, поінформованість, відповідальність.

Інша справа, яким в реальності виявиться досліджуваний образ. Ці сумніви засновані на тих песимістичних тенденціях у зміні особистісних рис, констатованих представниками різних областей знань. Так, згідно з дослідженнями культурологів, відбуваються кардинальні зміни в ціннісних орієнтаціях людини економічної у пострадянські роки: «вибух» егоїстичних корисливих орієнтацій; перекіс в бік споживацтва порівняно з творчою працею (виховання в якості рантьє і суб'єкти державної опіки); свобода як воля, поза відповідальністю. Йдеться і про зміну трудової мотивації: прагнення «ривком», спонтанно заробити великі гроші, не важливо, яким способом при масовому знеціненні наполегливої, напруженої, систематичної та чесної праці; прагнення до збагачення за рахунок інших, в т.ч. – за рахунок держави; дераціоналізація економічної свідомості (втрата зв'язку між теорією і економічною практикою, пріоритет ідеалу над реальністю) і її міфологізація. Констатується проблема кризи ідентичності особистості: зникає людська самостійність, глибина і моральнісне переживання інакшого в собі, свідомий характер життєдіяльності. Всі ці тенденції свідчать про формування радше патерналістської моделі людини в економіці (утилітарно-споживацького сприйняття економічної реальності), ніж ліберальної чи соціал-демократичної, характерних для ринкової економіки. Слід відмітити і позитивні тенденції у формуванні нових рис людини економічної. Так, відмічається зростання прагнень до стабілізації життя, до посилення влади компетентних господарників.

Зміни стосуються не тільки сприйняття людьми себе та оточуючих як власників, а і у ставленні до предметів привласнення. Так, констатується віртуалізація речей, їх взаємозамінність, зміна їх культурного статусу (від символізму статусу та ідентичності власника до символізму багатства; від символізму матеріальної реальності до символізму матеріальних претензій та можливостей господаря); десакралізація усіх аспектів культурного статусу речей; надспоживання речей і їх демонстративне споживання; масове виробництво деструктивних речей; гедонізм; заміна і розширення речового простору сім'ї.

В цьому контексті актуальним для нашого дослідження є виявлення у школярів особливостей сприйняття і оцінок усієї системи відносин власності – як себе та інших суб'єктів власності, так і самих об'єктів привласнення. Очевидно, від цих особливостей багато в чому залежить становлення у особистості школяра рис підприємливої людини.

В цьому контексті важливим є уточнення сутності власності, зокрема, особистої. Власність розглядається нами як психологічні відносини між суб'єктами господарської діяльності, що утворюють систему. Такі відносини вивчаються нами як розмаїття елементів, що перебувають між собою у об'єктивно існуючих відносинах і зв'язках один з одним, утворюючи певну цілісність, являючи собою єдність. Під елементами даної системи розуміємо не просто сукупність людей як учасників відносин, що складаються між ними з приводу привласнення чи відчуження матеріальних чи духовних благ, а також самих цих благ. Елементом цієї системи є і ті відносини та зв'язки, завдяки яким вона функціонує.

В якості одиниці аналізу цієї системи А.Кітов пропонував розглядати мінісистему, яка складається з двох людей, у кожного з яких є свої об'єкти власності – матеріальні чи духовні (ідеї, проекти тощо) речі. Для того, щоб ця сукупність елементів стала системою, слід уточнити відносини і зв'язки між елементами, оскільки саме завдяки їм утворюється власність цілісність, єдність. Взагалі, слідуючи, наприклад, ідеям А.Уймова, системного характеру власність, як будь-яка інша річ у її ф філософському трактуванні, набуває завдяки відношенню - тому, що утворює її із даних елементів. Таких відносин велика кількість: відносини приналежності (між такими елементами власності, як власник і його річчю), відносини розпорядження, володіння, користування тощо. Якщо ж згадати, що за філософським розумінням речі прихована велика кількість об'єктів, суб'єктів власності та відносин між ними, то відносини власності для однієї людини набувають особливої складності.

Особисту власність пропонуємо бачити об'ємно, розповсюджуючи її на всі відносини, які людина вибудовує з приводу привласнення усього, що вважає своїм, починаючи з життя та свобод, закінчуючи матеріальними речами особистого користування, володіння. Власне з розуміння особистої власності бере початок широке трактування власності взагалі.

Р.Пайпс зазначає, що вся сукупність сучасних уявлень про права людини витікає з такого розширюючого розуміння власності: власністю вважається панування, якого людина домагається і яким користується щодо всього, що цінує і на що має право. При тому, що за всіма іншими людьми визнаються такі ж можливості. Це належна людині земля, товари, гроші, і погляди, і свобода їх розповсюдження; релігійні переконання і обумовлена ними поведінка; безпека і свобода особистості.

За термінологією, яку засвоїла західна теоретична думка, "власність" з кінця середніх віків стала охоплювати все особисто притаманне і належне людині (латинське *suum*), включаючи її життя і свободу. Саме з такого широкого визначення власності (*property*) або "особистого надбання" ("*propriety*") витікає і розуміння особистої власності.

При цьому під особистою власністю розуміємо взаємини між людьми з приводу розподілу обмежених життєвих благ, що особисто притаманні, належні виключно одному суб'єктові – їх власникові, - та здатні задовольняти його матеріальні й духовні потреби. Особиста власність обґрунтовується нами як система відносин привласнення-відчуження суб'єктами певних життєвих благ, в результаті чого останні набувають статусу об'єкта безумовного особистого моноволодіння. Це означає, що привласнене благо особистість на цілковито законних засадах називає «своїм», ним володіє і самостійно приймає рішення про його подальшу «долю»: щодо користування та розпорядження ним.

Спираючись на доробок вітчизняних та зарубіжних дослідників природи власності, особистій власності ми надаємо більш широкого трактування і значення, ніж як фізично відчутним предметам чи неречовим видам майна (кредитам, патентам, авторськими правами). Останні є тільки елементами системи особистої власності, а саме особистими благами. Будучи виділеними з природи, від'єднаними від неї, а тому ставши обмеженими, вони є матеріальними чи духовними речами, здатними задовольнити особисті потреби їх власника своїми якостями.

Отже, під об'єктом особистої власності розуміємо певне матеріальне благо, яке задовольняє потреби власника. Закріплений в законодавстві перелік об'єктів, які можуть перебувати в особистій власності, не є вичерпним. Громадяни самі вирішують, які предмети і в якій кількості їм набувати в особисту власність. Це дає можливість задовольнити різноманітні індивідуальні потреби, в тому числі і зумовлені історичними, національними традиціями, культурними запитами, кліматичними умовами. Зі зростанням добробуту розширюється коло предметів, що знаходяться у власності особистості.

В історичній ретроспективі виникнення особистої власності відбувалось не як виділення її з общинної, яка потім видозмінювалась і переходила до більш складних відносин управління благами. Мав місце, перш за все, процес «самоідентифікації особистості за допомогою своїх особистих

об'єктів власності, які носили невідчужуваний характер» [1]. Особиста власність з'являлась на противагу не общинній, а наряду з колективною. Тому історично визнається першою особиста власність, яка зафіксувала виділення особистістю самою себе із общинної маси, не заперечуючи при цьому колективного володіння [12].

Таким чином, системний погляд на особисту власність передбачає погляд на особистість як на такий елемент відносин з іншими суб'єктами, який є носієм усіх найвищих цінностей людства, які не підлягають відторгненню і відчуженню від власника поза його на те волею. А відчуження такої цінності саме по собі змінить якості цієї системи, перетворюючи її на власність будь-яку, але не особисту.

Джерелами особистої власності і, відповідно, об'єктами володіння, виступають усі ті потенціали, що притаманні особистості, і не можуть бути відчуженими. До них відносимо здібності і задатки: здоров'я, час, трудовий потенціал, інтелект, знання, компетенції, творчі та інші здібності. Інші об'єкти особистої власності є результатом минулої праці: це майно, земля, житло, запаси (гроші, коштовності, матеріали, продукти). Самореалізація особистості забезпечується відтворенням всіх видів джерел або об'єктів особистої власності.

В рамках гуманістичного підходу запропонована модель джерел особистої власності, в основу якої покладена ідея об'єктів власності як невідчужуваних від людини і, одночасно, взаємозв'язку усіх елементів власності з культурою власника. Згідно з моделлю, особиста власність утворена як невідчужуваними, так і відчужуваними об'єктами, що задовольняють виключно індивідуальні потреби.

Невідчужувані об'єкти: трудовий (сила, здоров'я, час, професійні навички) та інтелектуальний (знання, досвід, компетенції, духовність, моральність) потенціал, - перебувають у моноволодінні і не можуть бути відчужені поза волею власника. Вони можуть добровільно делегуватись.

Трудовий потенціал особистості формується під впливом таких якостей, як уміння і бажання працювати, ініціативність у праці і господарська підприємливість, творча активність. Трудовий потенціал окремої людини, підприємства, міста, області, всього суспільства являє собою сукупність усіх здібностей людини або населення до різних видів праці.

До моменту зайнятості людини працею (наприклад, школяра) говорити про його робочу силу можна лише умовно як про фізичну і духовну працездатність взагалі, як про можливий потенційний трудовий внесок. Результат використання індивідуальної робочої сили - це реальний трудовий внесок працівника. Він виражається в конкретному продукті, а також у певному рівні ефективності праці, досягнутому працівником. Трудовий потенціал працівника не є величиною постійною, він безперервно змінюється. Працездатність людини і накопичуються в процесі трудової

діяльності. Творчі здібності працівника зростають по мірі розвитку і вдосконалення знань та навичок, поліпшення умов праці та життєдіяльності. Але вони можуть і знижуватися, якщо, зокрема, погіршується стан здоров'я працівника, посилюється режим праці.

Друга складова моделі - інтелектуальний потенціал. Зрозуміти інтелектуальний потенціал людини можна на основі взаємозв'язків: інтелект - процеси життєдіяльності; інтелект - особистість (прояви особистості). Формується і накопичується він у ході розвитку людини як індивіда, особистості, суб'єкта діяльності та індивідуальності, тобто в процесі соціалізації. Водночас інтелектуальний потенціал - це своєрідне випереджаюче відображення дійсності, якісно нові елементи і запаси функцій, необхідні для переходу системи інтелекту на новий рівень функціонування.

Для оцінки наявного стану системи інтелекту, продуктивності інтелектуальної діяльності в даний період життя людини використовується поняття інтелектуального статусу. Поняття інтелектуального потенціалу в певній мірі перекриває поняття статусу, але позначає реальні інтелектуальні можливості людини, її готовність діяти, а також нереалізовані інтелектуальні властивості, інтелектуальні резерви. Крім того, поняття інтелектуального потенціалу відображає різні класи психічних властивостей і механізмів, які визначають прогресивні зміни інтелекту, рушійні сили інтелектуального розвитку.

Третя складова (відчужувана) - об'єкти як результати відносин особистої власності. Довгий час, характеризуючи особисту власність, економісти та юристи переносили центр ваги на її споживче призначення, що відбивалося і на класифікації об'єктів, які можуть перебувати в особистій власності. Класифікацію зазначених об'єктів слід здійснювати з урахуванням продуктивних можливостей особистої власності. Вихідним при класифікації об'єктів особистої власності має бути їх поділ на предмети споживання і засоби виробництва. При цьому одні й ті ж об'єкти особистої власності в залежності від того, в якій сфері господарської діяльності власника вони циркулюють, можуть виконувати різні функції. Так, маршрутний автобус в користуванні власника служить для задоволення його інтересів отримання доходу, а в сфері індивідуальної трудової діяльності - для задоволення потреб пасажирів.

Остання складова моделі, - матеріальні об'єкти, що знаходяться у власності людей (житло, земля, гроші та активи, акції, речі тощо), є засобом розвитку культури особистої власності, і являють собою засоби задоволення потреби в безпеці як однієї з важливих потреб особистості.

Виходячи зі сказаного, окреслимо основні властивості особистої власності, що витікають з властивостей власності як такої (див.також табл.3.1).

1. По-перше, такою властивістю є її обмеженість: конечність реально доступних запасів того чи іншого блага (так звана актуальна обмеженість) і наявність межі зростання його виробництва (потенційна обмеженість), що додає йому цінності і перетворює на економічний ресурс та на об'єкт боротьби за його володіння і використання, отже, перетворює відносини власності на об'єктивно необхідні. Межі і конечність особистих благ визначаються обсягом, протяжністю особистісного простору власника, складовою якого є його речовий світ (матеріальний та ідеальний).

2. По-друге, утилітарність власності полягає в здатності задовольнити насущні потреби індивіда. Утилітарність особистої власності передбачає здатність задовольняти потреби виключно одного суб'єкта володіння, на чому засноване моноволодіння як форма економічних відносин.

3. Індивідуалізованість власності передбачає те, що право власності є непорушним. Ніхто не може бути протиправно позбавлений цього права чи обмежений у його здійсненні.

4. Особистій власності притаманний тісний зв'язок з особистістю. Так, власність означає, за Р.Пайпсом, «бути властивою даній людині, особисто їй притаманною», тобто з індивідуальними проявами людини, причому не тільки і не стільки з матеріальними її аспектами, але й з іншими сторонами особистості, такими як свобода, незалежність, прагнення до самоствердження, рівень самооцінки тощо.

5. Прибутковість як властивість власності, в першу чергу особистої, передбачає здатність забезпечувати розширене відтворення на основі можливостей розширити кількість задоволених потреб людини.

6. Креативність власності розглядається нами як здатність стимулювати творчість власника.

7. Zobov'язуюча сила власності полягає в тому, що «власник zobov'язаний утримувати майно, що йому належить, якщо інше не встановлене договором або законом», «не може використовувати право власності на шкоду правам, свободам та гідності громадян, інтересам суспільства, погіршувати екологічну ситуацію та природні якості землі». Окрім того, «власник має право вчиняти щодо свого майна будь-які дії, які не суперечать закону та «при здійсненні своїх прав та виконанні обов'язків власник zobov'язаний додержуватися моральних засад суспільства».

Отже, особиста власність обґрунтована нами як система відносин привласнення-відчуження суб'єктами певних життєвих благ, в результаті чого останні набувають статусу об'єкта безумовного особистого моноволодіння. Це означає, що особисте благо суб'єкт вважає «своїм», має невід'ємні виключні права на володіння, користування та розпорядження ним.

Таблиця 3.1.

Конкретизація властивостей різних форм власності

Властивості особистої власності	Властивості приватної власності	Властивості колективної власності
Межі і конечність особистих благ визначаються обсягом, протяжністю життєвого простору власника, який він вважає виключно «своїм».	Межі і конечність приватних благ визначаються обсягом, протяжністю життєвого простору власника, який він вважає «своїм» за певних умов, визначених разом з іншими суб'єктами економічних відносин.	Межі і конечність колективних благ визначаються обсягом, протяжністю життєвого простору власників, який вони вважають «своїм спільним».
Здатність задовольняти потреби виключно одного суб'єкта володіння, на чому засноване безумовне моноволодіння як форма економічних відносин.	Здатність задовольняти потреби одного суб'єкта володіння за певних (обговорених окремо з іншими претендентами на володіння благом) умовах). На цьому засноване обумовлене моноволодіння як форма економічних відносин.	Здатність задовольняти потреби кількох суб'єктів володіння, на чому засноване обумовлене колективне володіння як форма економічних відносин.
Благо властиве виключно даній людині, особисто їй притаманне, тобто право власності пов'язане з індивідуальними проявами окремої особистості. Право власності безумовне.	Благо властиве індивідуальному чи груповому суб'єкту володіння на певних умовах (обумовлене право власності).	Благо властиве колективному суб'єктові володіння. Право власності обумовлене.
Можливості розширити кількість задоволених потреб індивідуального власника, і задовольнити ті, що пов'язані з безумовним отриманням додаткового прибутку	Можливості розширити кількість задоволених потреб індивідуального чи групового власника, і задовольнити ті, що пов'язані з обумовленим отриманням додаткового прибутку	Можливості розширити кількість задоволених потреб колективного власника, і задовольнити ті, що пов'язані з обумовленим отриманням ним додаткового прибутку
Здатна задовольняти потреби власника у безумовному особистому споживанні блага	Здатність задовольняти потреби приватного власника в обумовленому споживанні блага	Здатність задовольняти потреби власника у обумовленому колективному споживанні блага
Здатність стимулювати особисту творчість власника.	Здатність стимулювати індивідуальну чи групову творчість власника.	Здатність стимулювати колективну творчість.
Безумовний обов'язок утримувати особисте майно	Обумовлений обов'язок утримувати приватне майно	Обумовлений обов'язок утримувати колективне майно

Якщо прикласти всі ці ознаки і властивості особистої власності на відносини, у які від народження включена дитина, то беззаперечним, на нашу думку, буде твердження, що саме особиста власність – це той вид економічних відносин, який вона апробує найперше.

Отже, економічна культура особистості школяра щонайперше розвивається зі становленням його трудового та інтелектуального потенціалу.

Наступним методологічно важливим моментом у нашому теоретичному обґрунтуванні особистої власності як чинника становлення економічної культури особистості є розуміння останнього як такого процесу ускладнення та оформлення економіко-психологічних якостей, що відбувається у просторі особистої власності як інтеріндивідній взаємодії. Так, на думку дослідників, можливості для реалізації індивідом його суто людських властивостей відкриваються саме в просторі спілкування з іншими людьми. Отже, можливості реалізувати свої властивості як суб'єкта економіки особистість знаходить у власності як центральних відносинах, що складаються між господарюючими суб'єктами. Говорячи про шкільний вік, маємо вивчати ці відносини на прикладі особистої власності.

Школяр соціалізується як суб'єкт господарської діяльності в ході оцінювання своїх можливостей в оперуванні власними ідеями, у процесі реалізації власних творчих проєктів, в оцінці того, наскільки успішно і продуктивно для себе «вкладає» у них свої кишенькові гроші тощо. І все це – у процесі інтеріндивідної взаємодії. Таким чином, становлення економіко-психологічних якостей школяра відбувається в просторі розгортання його відносин з іншими, опосередкованих особистими речами, ідеями, продуктами своєї творчої діяльності, власними витівками тощо – особистим майном.

Інтраособистісним ефектом цього процесу є освоєння нових соціально-психологічних ролей (покупця, продавця, працівника, виробника, платника податків, інвестора, філантропа тощо) при включенні у міжособистісні взаємини з приводу розподілу особистих матеріальних чи духовних благ. Інтерособистісним ефектом вважаємо побудову й розширення соціально-психологічного простору економічних відносин індивіда - системи позитивно чи негативно значущих соціальних об'єктів або явищ (включаючи його самого), які займають конкретні позиції в структурі, знаходяться в певних взаємозв'язках один з одним і виконують певні функції або ролі у відповідності з певними нормами, правилами і стандартами. При цьому наявність такого простору означає і суб'єктивно значимий фрагмент буття, що включає комплекс фізичних, соціальних і суто психологічних явищ, з якими людина себе ототожнює (територію, особисті предмети, соціальні прихильності, настанови тощо) та визначає актуальну економічну діяльність та стратегію економічного життя особистості.

Цей феномен цікавить нас в тій мірі, в якій він, по-перше, стосується конструювання в свідомості людини особливого конструкту – «своє-чуже», який, на нашу думку, тісно пов'язаний з формуванням ставлення людини до

особистої власності як показника її економічної культури. По-друге, простір відносин особистої власності - явище інтерсуб'єктивне. При цьому всі елементи цього простору характеризуються власною активністю. Тому зв'язки, існуючі між суб'єктом і елементами такого простору, а також між окремими його елементами, повинні розглядатися як взаємні, тобто у взаємозв'язках і взаємовідношеннях. Оскільки елементами цього простору завжди є інші суб'єкти володіння, то взаємодія між ними є інтерсуб'єктивною, що підтримується взаємними репрезентаціями учасників взаємодії одним одного та водночас взаємним означенням дійсності.

Ще одним аргументом на користь системи особистої власності як чинника економічної культури школяра є наступне. Відносини особистої власності школяра є соціально-психологічними відносинами. Вони мають вивчатись як суб'єктивне відображення об'єктивних економічних зв'язків та відносин, які складаються у школяра з іншими учасниками як суб'єктами привласнення-відчуження [20]. Це відносини, опосередковані соціальною якістю системи [51]. У відносинах особистої власності об'єктивується вся система ставлень дитини до економічної дійсності і навпаки, саме у ставленні до особистої власності суб'єктивуються ті відносини, які конституюють особисту економку дитини.

Соціалізуючий потенціал особистої власності полягає в тому, що ці відносини психологічно реалізуються у системі ставлень власника до себе та інших як суб'єктів володіння, до об'єктів привласнення. Так, В.Шихірев [59] вважав, що будь-які психологічні відносини реалізуються у системі ставлення до себе, один до одного та соціальної дійсності. Якраз через інтеріоризацію відносин власності відбувається процес входження дитини в економіку суспільства, формування її економіко-психологічних параметрів, визначення її як суб'єкта економічної діяльності.

В свою чергу, усвідомлення свого ставлення до власності є психологічною основою формування економічної свідомості дитини, ділових якостей, здібностей, вольових властивостей. Отже, особиста власність є, з одного боку, основою суспільних відносин, виражаючи особливості всієї системи відносин суспільства, а з іншого – об'єктом відносин школяра, його переживань, цінностей, основою формування її економічної культури.

Спираючись на концепцію ставлень В.М. Мясичева [43], а також на концепцію соціальних взаємин І.В.Сушкова [51], ми бачимо оцінку особистістю взаємозв'язків і взаємодії з іншими суб'єктами привласнення, представлену в індивідуальній свідомості, як соціально-психологічне явище. Останнє виступає як психічне відображення, що є наслідком моделювання реальності відносин, опосередкованих особистою власністю, в свідомості суб'єкта, моделювання придатного для життя останнього». По суті, йдеться вже про справді освоєний світ економічних відносин – психологічний простір відносин власності. Преломлюючись крізь систему цінностей особистості, в першу чергу – моральнісних, відображені в свідомості

відносини оцінюються, осмислюються з точки зору моралі. Це саме по собі є процесом становлення економічної культури особистості дитини.

У відносинах особистої власності формується і розвивається її ставлення до економічної дійсності. Останнє відображає не тільки структуру зовнішньої економічної реальності, але і стан економічної культури особистості школяра. Це стає можливим завдяки тому, що зовнішня реальність відносин власності перетворюється на об'єкт самостійного рефлексивного аналізу, завдяки відображенню відображеної реальності – рефлексії. Актуалізація рефлексивного змісту запускає не тільки процес сприйняття зовнішньої, об'єктивної реальності, але і процес розвитку власного психологічного ставлення до неї. Отже, психологічний зміст ставлення полягає в тому, що здійснюється оцінка оцінки, тобто формується ставлення школяра до відносин («отношение отношения») і ставлення «перетворюється на таку ж реальність, що і явища зовнішнього світу».

3.5. Особливості монетарних цінностей як детермінантів економічної культури особистості

В складних сучасних умовах соціально-економічна політика держави, націлена на можливість пристосуватись до умов, які часто змінюються, вижити в період кризи та нестабільності, незмінно викликає зміни цінностей (політичних, фінансово - економічних, моральних), норм, правил поведінки та взаємин громадян, особливо молоді. Існує гостра необхідність в соціально-психологічному осмисленні змін, що відбуваються, визначенні та виявленні напрямів розвитку монетарної культури. Це може сприяти більш точним фінансово-економічним прогнозам, пошуку нових шляхів підвищення ефективності діяльності держави та стабільності суспільства.

У зв'язку з цим сучасна соціально-економічна ситуація привертає увагу психологів та педагогів до питань формування монетарної культури школярів, які в найближчому майбутньому будуть обіймати активні позиції в суспільстві. Від рівня сформованості їх монетарної культури та підготовки до самореалізації в умовах ринку, багато в чому буде залежити рішення проблем монетарної стабільності суспільства, успішна соціалізація та повноцінна адаптація.

Концептуальні основи вивчення формування монетарної культури представлені в працях філософів, економістів (О. Арнольдова, М. Бердяєва, Ф. Бекона, Н. Боєнко, П. Буніча, Н. Злобіна, І. Канта, А. Мазаракі, Т. Парсонса, В. Попова, О. Уледова, К. Улибіна, В. Фофанова та ін.); соціологів (Г. Зіммеля, М. Вебера, Т. Веблена, О. Моля та ін.). Аналіз їх досліджень дозволяє визначити монетарну культуру як монетарний аспект економічної культури, ознаку цивілізованого суспільства.

В дослідженнях В. Ананьєва, О. Дейнеки, А. Журавльова, О. Кітова, А. Купрейченко, О. Леонтєва, В. Москаленко, О. Петровського відображається психологічна сторона економічної культури, виявляється

механізм цілеспрямованого впливу економічних факторів на свідомість людини, що дозволяє аналізувати процес формування монетарної культури, розглядати останню як результат економічної соціалізації особистості.

Для дослідження монетарної культури дуже важливу роль відіграє визначення поняття культури в цілому, оскільки лише на основі визначення загального поняття, можливе визначення понять, похідних від нього.

Погляди на природу культури, на її значущість змінювались з розвитком наукової мислі у соціальній психології. Складність визначення цього поняття полягає в тому, що воно носить междисциплінарний характер і в деяких теоретичних роботах так і не отримало визначення як категорія соціально-психологічна [51].

Іноді термін «культура» розуміють як синонім слова «цивілізація», але між ними існує принципова різниця, яку підкреслює І. Ільїн : «Культура є явище внутрішнє та органічне : воно охоплює саму глибину людської душі та складається на шляхах живої, таємничої доцільності. Цим вона відрізняється від цивілізації, яка може засвоюватись зовнішньо та поверхово і не потребує всієї повноти душевної участі» [22, с.4].

Цивілізація характеризує рівень матеріальних благ, які доставляються суспільством індивіду, знижуючи тим самим суму затрат фізичної та психічної енергій, необхідної для задоволення індивідуальних потреб. Але це, у свою чергу, може знижувати пристосовування соціальної системи, уповільнювати її розвиток. Нерідко після руйнування цивілізацій з високим рівнем техніки залишаються лише «пам'ятники культури», які ми сприймаємо не як утилітарні цінності, а як концентровану, оречевлену проекцію соціально-психологічних відносин відповідного часу [52].

Нерідко в якості синоніму культури використовують таку ознаку цивілізації як накопичений суспільством об'єм знань у різних сферах життя. О. Моль, на основі аналізу тенденцій розвитку сучасної культури, дійшов висновку, що існуючий зараз у масовому середовищі спосіб засвоєння знань, який він називає «мозаїчною культурою», не є культурою, а представляє лише багаж знань, так як він не розвиває систему відносин людини зі світом. Автор зазначає, що коли ми застосовуємо термін «культура варварів», то маємо на увазі не об'єм знань, якими вони володіли, а варварську систему відносин, яка відповідає більш низькому рівню розвитку соціальності, тому що культура торкається системи цінностей держави [35].

Не матеріальний рівень, а культура робить соціальну систему стійкою, визначає її розквіт або занепад. Внаслідок такої різниці дослідники передбачають, що існують спільноти, які володіють високим рівнем розвитку культури, але низьким рівнем цивілізації і навпаки.

На думку В. Москаленко, в загальному вигляді культура може бути визначена як те, що пов'язується зі специфічно «людським», соціальним, із сутністю людини. В цьому розумінні культура «пронизує» все суспільство,

всі його структурні одиниці : матеріальне, духовне, соціальне та інтелектуальне відтворення системи, що їх забезпечують [36].

Слід зазначити, що у соціальній психології поняття культури практично не визначається і, як правило, переноситься зі споріднених гуманітарних наук. Під культурою розуміється система різних суспільних відносин, у яку включений суб'єкт і яка формує суб'єкта (повідомляє йому знання, навички, поняття про норми і цінності та виступає ареною його власної діяльності) [28].

На думку дослідників (І. Сушкова, М. Косолапова, А. Журавльова) даний підхід найбільш відповідає дослідженню взаємодії культури та системи індивідуальних цінностей, тому що головним аспектом соціально-психологічних відносин виступає їх ціннісна сторона. Таким чином, досліджуючи важливі характеристики культури, ми повинні досліджувати її ціннісну структуру та взаємозв'язок із системами індивідуальних цінностей конкретних людей, з яких спільнота складається. Культура розуміється як феномен, через який свідомості особистості представлена система цінностей спільноти [28; 51].

Дослідники підрозділяють культуру на певні види та роди, основою для подібного розподілу є багатогранність людської діяльності, з якої виділяється матеріальна та духовна культура. Але цей розподіл часто є умовним, оскільки в реальному житті ці види культури тісно взаємопов'язані. На думку деяких культурологів, окремі види культури пронизують всю її систему. Це економічна, політична, економічна культура та інші. В нашому дослідженні акцент буде зроблено на вивченні монетарної культури [3;11].

Монетарна культура як аспект економічної культури з'явилась на певному етапі її розвитку і співвідноситься, в першу чергу, з появою грошей – продуктом культури. Монетарна культура, як і культура взагалі, постійно змінюється, розвивається.

У нашій роботі ми, спираючись на економічну теорію, використовуємо термін «монетарний». Це пов'язане з дослідженням шотландського філософа Д. Юма зв'язку між масою грошей, торговим балансом та рівнем цін, що здійснило прорив у економічній теорії, який відомий сьогодні як монетарний (фінансовий, грошовий) підхід до платіжного балансу. Вивчення грошей у 18-19 сторіччях обумовило створення кількісної теорії грошей, на якій базується сучасний аналіз монетарної системи. Саме ця теорія викликала появу монетарних уявлень. Однак власне монетарна концепція почата працею американського професора М. Фрідмана «Дослідження в галузі кількісної теорії грошей» у 1956р., у якій сформульовані основні положення теорії грошей [15].

Отже, у дослідженні монетарної культури ми вважаємо доцільним використати термін «монетарний», який виник від англійського слова «monetary» («грошовий») і, як і багато інших дослідників, використовуємо термін «монетарний» як синонім «грошовий».

Між монетарною культурою суспільства і особистості існує глибокий взаємозв'язок – перше є визначаючим по відношенню до другого. Але монетарна культура окремої особистості може випереджувати загальний рівень. Тому створення сприятливих умов для формування монетарної культури особистості буде сприяти підвищенню рівня монетарної культури підростаючого покоління.

Виходячи з кінцевого результату формування монетарної культури особистості – фінансово та економічно культурно розвинутої людини – доцільно виділити показники її сформованості. Йдеться про фінансову компетентність, яка пов'язана з плануванням прибутків та витрат грошових засобів, умінням розпоряджатись сімейним бюджетом, умінням виявляти свої здібності у підприємницькій сфері.

Перш за все, це наявність критичного фінансово-економічного мислення. Іншим показником сформованості монетарної культури особистості є вміння реалізувати свої індивідуальні здібності у кожній конкретній ситуації. Одним з показників монетарної культури особистості виступають також певні навички, вміння, досвід у сфері фінансів та економіки.

Розвиток монетарної культури особистості відбувається поетапно у відповідності з її віковими особливостями. В результаті пізнавальної та спеціально організованої практичної діяльності у дітей відбуваються зміни про фінансово-економічний світ, про своє місце в ньому, формуються монетарні цінності та ідеали. Чим вищим є рівень монетарної культури індивіда, тим ближчою до ідеалу є його діяльність. Задача полягає в тому, щоб визначити умови та фактори, які б сприяли становленню у підростаючого покоління впевненості в необхідності монетарної поведінки, що відповідає високому рівневі монетарної культури.

Монетарна культура є штучним середовищем, яку створює сама особистість у процесі соціально-економічного життя. Термін «монетарна культура» охоплює компоненти соціальних відносин, досвіду, світогляду та практичної діяльності людини, пов'язані з монетарними відносинами суспільства. Монетарна культура, зокрема, виражається у сукупності теоретичних та практичних знань, отриманих суб'єктом у сім'ї, школі, вищому навчальному закладі та подальшій практичній діяльності, а також в його активності у монетарному середовищі.

Монетарна культура – це монетарний аспект економічної культури. Якщо економічна культура представляє собою рівень економічного розвитку, то монетарна культура сприяє цьому розвитку. Монетарна культура – це культура господарської діяльності у фінансово-економічній сфері суспільства.

Фінансово-економічна сфера – система економічних відносин, які склалися у суспільстві з приводу формування та використання грошових засобів. Фінанси за своїм походженням є грошовими відносинами.

Характерною рисою сучасних фінансів є грошова форма на відміну від натуральних відносин [55].

Основна функція фінансово-економічної сфери – забезпечення стабільності соціуму, що є необхідною умовою розвитку та функціонування держави і представляє собою стійкий стан соціальної системи, яка характеризується здатністю протистояти внутрішнім і зовнішнім впливам, завдяки високому адаптаційному потенціалу творчо діючих суб'єктів.

На основі дослідження В. Москаленко та досліджень в галузі філософії культури, можна стверджувати, що монетарна культура особистості формується в процесі економічної соціалізації людини завдяки інтеріоризації нею образу «людини економічної» та створенні нормативного образу «грошової людини», який відповідає певному типу культури економічного суспільства, побудованого на розвинених монетарних відносинах. Головна характеристика цієї людини – це духовна орієнтація на гроші як на еквівалент «Я», власних здібностей, власної цінності, особистої гідності [34;38].

Образ «грошової людини» формується під впливом монетарної системи і відноситься до образів-ідеалів, пов'язаних з деонтичною сферою людини. Образ «грошової людини» є зразком належного, пов'язаного з цінностями, які домінують у спільноті. За своєю формою феноменологічний ідеал – це образ, в якому у персоніфікованій формі «закарбовуються» соціальні, зокрема, монетарні відносини [59].

У вивченні образу «грошової людини» потрібно мати на увазі конкретно-історичний зміст цього образу, тому що порівняння системи економічних цінностей різних типів суспільства свідчить про те, що ці системи несуть в собі різні образи-ідеали особистості. Різні системи економічних цінностей стимулюють створення різних моделей нормативних типів особистості.

Засвоєння цінностей та формування образів-ідеалів у свідомості людини проходить через ідентифікацію індивіда зі своєю групою. Цінності іншої, «чужої» групи перетворюються в антицінності та відкидаються. Цінності іншої спільноти з часом можуть бути сприйняті тільки в тому випадку, якщо їх носії мають шанс бути включеними у спільноту, яка сприймає ті цінності.

Монетарна культура особистості, завдяки домінуючим у групі цінностям, відображає духовний рівень та психологічні особливості спільноти, а також включає, перш за все, особистісні якості, завдяки яким людина здатна діяти у фінансово-економічній сфері. Цих здатностей людина набуває в процесі засвоєння цінностей, носіями яких є нормативний образ «грошової людини», який належить до типу певної культури суспільства.

Монетарна культура як монетарний аспект економічної культури є невід'ємною від неї. Вона є тим штучним середовищем, яке створює сама людина у процесі своєї фінансово-економічної діяльності.

Для співвіднесення понять «економіка», «фінанси», «гроші» необхідно

уточнити, що фінанси – це прикладна економічна дисципліна, яка вивчає гроші та соціально-економічні відносини, пов'язані з формуванням, розподілом та використанням матеріальних ресурсів.

Таким чином, термін «монетарна культура» охоплює монетарні відносини суспільства, фінансово-економічний досвід, світогляд та практичну діяльність. У понятті «монетарна культура» міститься вказівка на наявність двох сторін – грошей та культури.

В більшості дослідницьких праць в якості провідного елементу зазвичай виділяються або гроші, або культура. Але якщо самостійним предметом дослідження стає сама монетарна культура, то необхідно говорити про синтез даних компонентів та виникнення нового специфічного утворення в рамках загальної культури. Як відмічає О. Мазаракі, гроші «вплетені» в культуру, створюючи з нею цілісний феномен [31].

Протилежні характеристики грошей та культури, на перший погляд, «розводять» їх в різні сторони, однак в дійсності завжди виступають винавальною єдністю. Тому що властивості і ознаки грошей постійно екстраполюються на культуру та через переосмислення в ній – на сферу господарства та економічного життя.

В монетарній культурі інтегруються суттєві ознаки грошей та культури. В результаті історично складається їх синтез, який відображає якість монетарних відносин суб'єктів у процесі їх взаємодії. Між учасниками встановлюються певні матеріальні та духовні відносини, у яких діють певні правила і норми. Виникаючий при цьому комплекс цінностей, уявлень, сформовані моделі монетарної поведінки складають комплекс монетарної культури. В ній фіксується та накопичується певний соціально-економічний досвід, який актуалізується та постійно розширюється в процесі розвитку монетарних відносин.

При розкритті змісту монетарної культури важливо відмітити її процесуальність, прояв її не тільки в статичній (як досягнутий рівень розвитку), але і в динаміці (як сукупність елементів та зв'язків, які постійно розвиваються).

В структурі монетарної культури можна виділити особистісний та інституційний аспекти [21]

Особистісний аспект безпосередньо пов'язаний з індивідуальною культурою. Головним механізмом формування грошової культури в особистісному аспекті є процес соціалізації, а також ресоціалізації.

Інституційний аспект монетарної культури відображає норми і цінності, зумовлені функціонуванням фінансових інститутів, інших економічних, а також неекономічних інститутів. Наприклад, пасивна протягом довгого періоду часу інвестиційна поведінка населення України могла бути зумовлена водночас як особистісним аспектом монетарної культури – непоінформованістю про закони і правила діяльності банків, фондового ринку, схильністю до традиційних форм зберігання грошей і

їхнього використання, так і інституційним аспектом – втратою довіри до банківської та в цілому фінансової системи внаслідок державної монетарної політики.

Дослідники поділяють всі соціальні інститути за їх впливом на монетарну культуру на три різновиди: ті, що безпосередньо впливають на виробництво монетарної культури; ті, що забезпечують передачу культурних форм, пов'язаних з грошима; і ті, що контролюють виконання вимог монетарної культури [60;61]. До інститутів першого типу відносять політику, економіку, науку, до інститутів другого типу – інститути сім'ї, освіти, ЗМК, до третіх – мораль, право.

Чинники формування монетарної культури на інституційному рівні численні і специфічні для кожного окремого соціального інституту. Загалом, найбільш важливим процесом, що призводить до зміни функціонування соціальних інститутів, які, у свою чергу, змінюють монетарну культуру, в сучасній Україні, є ринкові реформи. Пристосування функціонування інститутів до нових ринкових умов і є чинником, що сприяє трансформації інституційного аспекту монетарної культури.

Два описані аспекти монетарної культури – особистісний та інституційний – виокремлені лише умовно і є взаємозалежними. Інститути, що сформувалися і проіснували досить тривалий час у даному суспільстві, впливають на формування адекватних собі культурних рис населення, так само й індивіди можуть надавати інститутам відповідних рис згідно зі своїми уявленнями.

Монетарна культура пояснює сутність та механізми функціонування монетарної сфери, перш за все, через її суб'єкти та їх взаємодію. Такий підхід дозволяє уявити всю монетарну сферу суспільства в культурному вимірі. В цьому зв'язку монетарна культура грає виключну роль, оскільки заключає в собі основні стереотипи суспільної свідомості, які сприяють становленню економіки. Вона безпосередньо включається в процеси керівництва, регулюючи монетарні відносини людей та суспільства.

Однак деякі дослідники вважають, що монетарна культура має не універсальний характер та не може постійно функціонувати на всіх етапах економічного розвитку. У економічному житті завжди існують ніши, які не пронизані культурними формами. Виходить, що різного роду деформації або незрілість економічної свідомості окремих груп населення означають відсутність монетарної культури [60].

Так, значна частина суб'єктів монетарної культури (перш за все ті, які живуть на межі бідності) демонструють пасивність поведінки, яка проявляється в неумінні та небажанні в нових соціально-економічних умовах розпоряджатись власними коштами, нерозвиненими навичками витрат сімейного бюджету, у невірі в свої власні сили та здібності знайти свою нішу в системі фінансово-економічних відносин.

В контексті нашого дослідження можна навести стратифікаційну модель

українського суспільства, у відповідності з моделлю Л.Уоркера:

- еліта (високий культурний рівень, високий матеріальний рівень);
- інтелігенція (високий культурний рівень, низький матеріальний рівень);
- «соціальне дно» (низький культурний рівень, низький матеріальний рівень).

Безумовно, монетарна культура кожної країни має свою національну особливість, яка проявляється через культурні зразки, стереотипи, традиції і в повсякденному, і в спеціалізованому, і в інституціональному типах монетарної культури.

Можливо також говорити про те, що незважаючи на традиційне в нашому суспільстві домінування моральнісної складової свідомості над правовою, відмічається тенденція послаблення моральних норм та, відповідно, моральнісної складової економічної свідомості. На думку О.Здравомислова, загальнолюдська моральність з 90-х років 20ст. почала зникати з масової свідомості, замінюючись моральним релятивізмом. Джерелом моральнісного задоволення у новій економічній еліти стає псевдорелігійне «каяття». Гостра конкурентна боротьба за ресурси не сприяла просуванню людей с моральними орієнтирами.

Отже, монетарна культура – це соціальний феномен, який проявляється як особливий спосіб участі суб'єктів суспільної діяльності (індивідів та соціальних груп) в монетарних відносинах суспільства на підставі прийнятих ними монетарних норм, цінностей, монетарної поведінки.

Монетарна культура, як монетарний аспект загальної культури, взаємодіє з усім «культурним полем» даного суспільства (включаючи науку, релігію, мораль, виробництво, сільське господарство та інші специфічні прояви людської активності). Безпосередньо вона проявляється у тих галузях культури, які найбільш тісно пов'язані з монетарною. Виходячи з цього, можна припустити, що монетарна культура здійснює факторіальний вплив на стабільність суспільства.

Стабільність суспільства є необхідною умовою розвитку та функціонування держави і являє собою стійке становище соціальної системи, яка характеризується здатністю протистояти внутрішнім та зовнішнім впливам, завдяки високому адаптаційному потенціалу творчо діячих суб'єктів.

Сучасне суспільство дослідники характеризують як нестабільне та розглядають як окремих випадок стабільності або як «нестійку рівновагу» [18]. У ньому достатньо багато невизначеності, непередбаченості. Разом з цим стабільність соціуму передбачає певний ступінь свободи коливань як можливість вибору типів і форм соціальної активності.

Соціальна система не може бути стабільною, якщо її представники недостатньо економічно грамотні, не мають культури ділових стосунків, не

розуміють свої ролі у монетарних відносинах, створюючи при цьому перепони для стабільності, динамічного зростання та розвитку.

В зв'язку з цим особливої актуальності набуває проблема становлення справжнього суб'єкта ринкових відносин. Відповідно змінюється зміст категорії «грошова людина». Створюються умови накопичення досвіду монетарної поведінки індивіда в умовах сучасної економіки, зростають зусилля по засвоєнню основних норм в різних фінансово-економічних ситуаціях, поглибленню та розширенню фінансово-економічних знань.

Монетарна культура виконує у суспільстві низку функцій, аналіз яких також є дуже важливим для розуміння цього феномену. До головних соціальних функцій монетарної культури належать – інтегративна, дезінтегративна, соціалізаційна, регулятивна, трансляційна, інноваційна, пізнавальна та прогностична.

Інтегративна функція монетарної культури – це її здатність об'єднувати членів певної спільноти на ґрунті спільності їх монетарних цінностей. Завдяки співпадінню елементів монетарної культури у людей формується почуття належності до єдиної групи. Таким чином відбувається гуртування соціальних груп навколо спільних монетарних установок та орієнтацій.

Дезінтегративна функція полягає у здатності монетарної культури протиставляти одні соціальні спільноти іншим у випадку відмінностей їх монетарних цінностей. Від того, наскільки однорідною є монетарна культура суспільства, залежить, яка з цих двох функцій домінує.

Третя функція монетарної культури – це *функція соціалізації*, тобто залучення членів суспільства до панівної системи цінностей, пов'язаних із грошима. Ця функція реалізується через набуття індивідами знань про феномен грошей і монетарні відносини, засвоєння ними розповсюджених у суспільстві монетарних установок. Вони засвоюють зразки монетарної поведінки, монетарні стереотипи, що превалюють у певному суспільстві або соціальній групі.

Регулятивна функція монетарної культури полягає в її здатності регулювати монетарну поведінку людини. Поведінка індивідів у фінансовій сфері визначається системою норм і цінностей, що становлять монетарну культуру. Також регулятивна функція спирається на систему певних рекомендацій і заборон, порушення яких спричиняє санкції, встановлені спільнотою. Ці рекомендації та заборони підтримуються як соціальними інститутами, так і суспільною думкою.

Трансляційна функція монетарної культури (функція передачі економічного досвіду) полягає в тому, що монетарна культура передає з минулого в сучасність установки та орієнтації, які регулюють дохідний, споживчий, заощаджувальний та інші види монетарної поведінки. Кожне нове покоління отримує від попередніх досвід минулого, але, оскільки представники будь-якого покоління також можуть самостійно звертатися до

досвіду попередників, шукаючи відповіді на поставлені нові завдання, відбувається діалог між поколіннями.

Трансляція економічного досвіду, накопиченого людством, відбувається не лише від покоління до покоління, але й від одного суспільства до іншого. При цьому монетарна культура виконує функцію, протилежну накопиченню та зберіганню інформації – цю функцію можна назвати *інноваційною*. Без інноваційності також неможливе нормальне функціонування і розвиток монетарної культури. Будь-яка людина або соціальна група можуть робити свій внесок у зміну монетарної культури, норм та цінностей, успадкованих від попередніх поколінь. У монетарній культурі постійно змінюються, вдосконалюються, переробляються та створюються нові цінності. Ця здатність монетарної культури оновлюватися, відкидати застарілі елементи і створювати нові дозволяє їй забезпечувати пристосування людини і суспільства до мінливого соціального середовища.

Сутність наступної – *пізнавальної функції* монетарної культури полягає в озброєнні індивіда знаннями, необхідними для його успішної діяльності в фінансовій сфері. Йдеться не лише про озброєння індивіда знаннями, але і про формування здатності поглиблювати ці знання. Набуття необхідних знань, навичок поведінки та ін. сприяє перетворенню індивіда на активного суб'єкта монетарних відносин.

Нарешті, можна виділити *прогностичну функцію* монетарної культури – оскільки саме монетарна культура суспільства визначає адекватний їй тип монетарної поведінки, таким чином вона допомагає зрозуміти можливі напрямки, швидкість змін монетарної поведінки суспільства в різних сферах (інвестиції, кредитування тощо).

В умовах сучасного українського суспільства деякі функції монетарної культури набувають особливо важливого значення – на думку дослідників [60], до них можна віднести дезінтегративну (що пов'язано зі значними відмінностями монетарної культури різних груп сучасного українського суспільства), інноваційну (в сучасній Україні відбувається процес оновлення монетарної культури суспільства з метою пристосування до сучасних соціально-економічних умов), пізнавальну (її актуалізує недостатній рівень знань та досвіду діяльності українського суспільства в ринкових умовах), прогностичну (врахування специфіки монетарної культури суспільства є дуже важливим в ході сучасних соціально-економічних реформ для вибору оптимальних шляхів проведення реформ, мінімізації їх негативного впливу на населення).

Отже, ми розкрили функціональне різноманіття монетарної культури і функції, які починають відігравати найбільш значну роль в сучасному українському суспільстві.

Як вже зазначалось, на основі дослідження В. Москаленко, ми розглядаємо монетарну культуру як результат економічної соціалізації. Важливим моментом у дослідженні економічної соціалізації є виокремлення

системотворчого компонента системи економічних цінностей. У системі цінностей таким елементом вчені [10;11] називають власність, що з одного боку, є основою суспільних відносин, визначаючи особливості всієї системи відносин суспільства; а з іншого боку – об'єктом відносин людини, її переживань, цінностей, основою формування її економічної суб'єктності.

Власність у всіх своїх об'єктивних і суб'єктивних проявах знаходить концентрований прояв у грошах, які є продуктом культури і виникли на певному етапі її розвитку. Гроші є необхідним атрибутом функціонування монетарної культури суспільства, стимулюючи економічний і соціальний прогрес через ті функції, які вони виконують.

Представники наукових дисциплін – філософії, соціології, психології (Г. Андреєва, М. Вебер, Ю. Габермас, Г. Гегель, Г. Зіммель, С. Московічі, Х. Ортега-і-Гассет, В. Соловйов, З. Скринник, А. Фернам та ін.) – вивчали роль грошей у становленні соціокультурної реальності. У економічній науці поняття грошей мало орієнтоване на розкриття їх соціальної сутності. До визначення сутності грошей сучасна економічна наука підходить не як до системного соціального явища, а в ракурсі суто економічних функцій. Для соціально-психологічного аналізу природи грошей їх економічні функції відходять на другий план. А перспективним виглядає такий підхід до грошей, який спонукає побачити їх глибинну сутність як соціального та культурного феномену. Основою феномену грошей у такому ракурсі постає не економічна категорія вартості, а світ людських відносин, конкретно-господарських комунікацій, в просторі яких гроші первісно й сформувалися як інструмент збалансування людських інтересів у ході обміну матеріальними благами. Вони стали засобом інформаційного забезпечення ринкового середовища. За допомогою значень речей, які несуть у собі їхні грошові еквіваленти, суспільство і конкретні люди здійснюють важливі соціально значущі завдання [48]:

- порозуміння між окремими індивідами як учасниками ринкового процесу у фінансових операціях;
- досягнення балансу особистих інтересів учасників ринку;
- координація соціальних дій суб'єктів ринкових відносин;
- баланс особистих і суспільних інтересів у сферах виробництва та розподілу життєвих благ;
- досягнення суспільного консенсусу через прийняття соціально мотивованих економічних рішень.

У контексті соціально-психологічного дослідження гроші розглядаються як специфічний культурний феномен, який є інструментом специфічної комунікації. На думку З. Скринник, визначити місце та роль грошових відносин у структурах комунікативних практик допомагає в теорії Ю. Габермаса поняття комунікативної дії, яке, разом з поняттям дискурсу, належить до двох основних означень комунікації. Специфіку комунікативної дії Ю. Габермас вбачає в тому, що в ній значення та смисли приймаються

некритично з метою обміну інформацією, під якою слід розуміти потрібний для дій досвід. На відміну від комунікативної дії, дискурс не передбачає жодного обміну інформацією. Його мета – перетворити тлумачення на інтерпретацію, твердження на припущення, пояснення – на теоретичне пояснення з тим, щоб узгодити позиції учасників комунікації [49].

Система грошових комунікативних дій своїм змістом чинить вплив на поведінку окремих індивідів, соціальних груп і суспільства в цілому. Розуміння механізмів цього впливу є необхідною умовою для правильної інтерпретації мотивації дій людей, розуміння взаємозалежності їхніх інтересів, виявлення притаманних їм стереотипів сприйняття соціальної дійсності, визначення рівня їх інформаційної забезпеченості у сфері економічної діяльності. Комунікативний підхід дозволяє побачити економіку як складну систему взаємодії реальних людей, їхніх інтересів та ціннісних орієнтацій, підсистему надскладних самоорганізованих систем – суспільства та універсуму. Для цієї системи характерні такі риси, як самоорганізація, інтенсивні взаємодії її складових елементів, поєднання негативних і позитивних зворотних зв'язків. Гроші в цій системі відіграють роль одного з найважливіших і найуніверсальніших механізмів саморегуляції та саморозвитку [50].

Грошові купюри відбивають історію і традиції кожного народу і його держави. Для ілюстрації взаємозв'язку економічних і соціальних функцій грошей можна привести найпростіший приклад їхньої первісної функції. На будь-якій грошовій купюрі можна побачити на одній зі сторін суху кількісну номінацію її «ваги»: 10, 20, 500 гривень та ін. На іншій стороні купюри, крім вартісного знака, – малюнок з портретом політичного лідера конкретної держави (від королів до президентів) або великого письменника, музиканта; значно рідше – жіночі портрети. На українських грошах зображені портрети й архітектурні пам'ятки, що уособлюють країну. Це так звані ідеолограми, що віддзеркалюють історію і традиції народу, його держави [48].

В умовах глобалізації відбувається стирання національних особливостей у всіх сферах громадського життя, у тому числі й у грошовому обігу. З 1999 –2000 років у 12 країнах Європейського Союзу єдиною грошовою одиницею став «євро». З купюр зникли колишні історико-культурологічні характеристики, які відбивалися в ідеолограмах; натомість на них зображено абстрактні картинки-графіті. Хоча на аверсі – національна символіка, але вона не має нічого спільного з реальною історією, конкретними подіями і діяльністю історичних особистостей країн Західної Європи. Можна сказати, що відбувається зміна традиційної функції грошей – історико-культурологічної. Сьогодні, пройшовши тривалий період існування в конкретно-національних формах, гроші за допомогою сучасних електронних технологій легко долають межі національних грошових одиниць, простору, часу і стають одним із провідних чинників глобалізації [49].

Гроші – особлива економіко-психологічна реальність, особливий символ соціокультурного життя. Їх своєрідність проявляється в тому, що в них збігається матеріальне й ідеальне, річ і думка, і це забезпечує їх об'єктивно і суб'єктивно представлену у свідомості загальну сутність [31].

Кожен культурний світ, як зазначає Р. Кісь, є своєрідною культурною сферою, межі якої визначаються не формальним членством у групі, а межами ефективних комунікацій. Гроші як система комунікації змінюють традиційні способи поділу соціального середовища, відривають його від орієнтирів фізичної реальності, небачено їх розширюючи і переводячи у площину надчуттєвого, суто соціального виміру [26].

Підсумовуючи сказане, можна зробити висновок: «мова грошей» змінила світосприйняття людей, мислення, поведінку; вона створила культуру, докорінно відмінну від культури «безгрошового» соціуму.

Монетарна культура є складним феноменом, який відображає різнобічність ролі грошей у суспільстві і у житті окремих індивідів. Цілісність та системність монетарної культури може бути представлена згідно з традиціями соціальної психології сукупністю афективного, когнітивного та конативного компонентів.

Афективний компонент об'єднує ті феномени економічної свідомості, що пов'язані з емоційним ставленням до грошової системи суспільства і проявляється через оціночні судження і грошові емоції. Емоційно-оціночна складова монетарної культури особистості виражає особливості сприйняття й оцінку нею економічної дійсності, ступінь залученості в економічне життя.

Під грошовими емоціями розуміються відчуття, настрої людей, що виникають несвідомо залежно від успіхів або невдач в грошових справах, надходження і відтоку грошей, грошових надій і побоювань. Грошові емоції в якійсь мірі контролюються свідомістю. Для грошових емоцій характерна їх залежність не тільки від особистих і сімейних грошових станів і змін, але й від грошового благополуччя.

Люди завжди ставились до грошей, і навіть до розмов про гроші, дуже емоційно та пристрасно. Гроші здатні пробуджувати в людях любов і ненависть, добро і зло. Джерелом 99% конфліктів, від міжособистісних до міжнаціональних є теж гроші. Гроші мають владу над людьми, які схильні абсолютизувати їх, вважати мірилом свого «Я».

Когнітивний компонент монетарної культури являє собою інформацію, яка міститься в індивідуальній або груповій чи суспільній свідомості і потрібна людині для побудови картини економічного світу або її збереження, визначає придбання закінченості, цілісності і несуперечливості внутрішньої картини економічної дійсності, усвідомлення місця власного «Я» у системі монетарних відносин. Отже, когнітивний компонент є репрезентацією у свідомості суб'єкта економічної дійсності на основі активізації всіх процесів пізнання. Інформованість особистості відносно економічної реальності

знаходиться в прямій залежності від складності того чи іншого економічного феномену та відображення його у відповідних економічних категоріях.

Когнітивний компонент монетарної культури визначається загальними економічними знаннями, уявленнями про систему монетарних цінностей суспільства, інформацією, яку індивід одержує з різних джерел. С. Московічі [41] розглядає уявлення як універсальний психологічний феномен, форму буденного пізнання, які дозволяють суб'єкту фіксувати свою позицію по відношенню до самого себе і зовнішніх явищ. Уявлення про гроші, їх функції дають людині можливість раціонального обґрунтування своїх дій.

Монетарні уявлення є феноменом економічної свідомості індивіда. Індивід пізнає світ економіки, організує його в поняттях, категоріях, образах; інтеріоризує прийняті в суспільстві способи організації цих категорій, образів, уявлень про цілі діяльності – економічні цінності.

Трансформація економіки, динамічність економічної життєдіяльності створюють умови, за яких особистість повинна щоденно обирати, приймати рішення на основі засобів, пов'язаних з грошима. Щоденне прийняття економічних рішень відбувається на основі знань та уявлень про систему економічних цінностей суспільства.

Світ людини складається з ціннісних образів. Цінністю є все те, що має для людини певну значимість, особистісний або суспільний зміст. Цінність повинна мати загальний характер для кожного конкретного індивіда і для даної культури. Цим характеризуються гроші як монетарна цінність [31]. Монетарними цінностями дослідники вважають також цінні папери (акції, державні облігації, іпотечні та інвестиційні сертифікати), дорогоцінне каміння та метали. О. Угланова відносить до монетарних ті цінності, реалізація яких залежить від грошей, наприклад, любов, здоров'я, мудрість та ін. [53]. Такий підхід багатьом дослідникам здається спірним.

Уявлення про гроші є інструментом соціального пізнання, за допомогою якого здійснюється процес соціальної адаптації людини до нових економічних умов життєдіяльності.

Їх адаптаційна функція полягає в тому, що вони немов би «вписують» нові поняття, нові інтерпретації різних економічних явищ у картину світу людини. Світ економіки пристосовує людину до себе, і у свою чергу, людина адаптуючись змінює світ економіки.

Важлива функція монетарних уявлень – функція орієнтації і опосередкування економічної поведінки в соціально-економічних комунікаціях різного рівня: індивідуального, групового та соціетального.

Уявлення про гроші формуються за допомогою механізмів об'єктивації і закріплення, проходячи шлях від набору інформації до цілісної конструкції. Як стверджує С. Московічі, уявлення, визначене в загальному плані – це процес конструювання й оцінки реальності, виходячи з інформації, отриманої ззовні. Воно також – продукт цього конструювання, тобто сукупність наявних образів даного об'єкту [40].

Можна виділити дві сторони цього процесу – індивідуальну когнітивну активність суб'єкта з придбання й оцінки економічної інформації і наступне конструювання економічної реальності на її основі. Спочатку в людини виникає приблизний нарис явища, що трансформується згодом у фігуративну схему. Фігуративна схема містить у собі поняття, риси об'єктивного явища і найпростішу структуру їхніх взаємозв'язків, вона легко виявляється візуально і є опорою для сприйняття нового. На цьому закінчується перший етап формування економічного уявлення.

На другому етапі відбувається «відрив» економічного уявлення від реального економічного явища і набуття цим феноменом властивостей об'єктивності. Суть об'єктивації полягає в тому, що уявлення стає системою інтерпретації себе й інших, системою класифікації і типології особистостей і подій [16;41].

На третьому етапі відбувається вироблення сітки значень, системи символів, що можуть ставати сукупністю поглядів особистості і групи. Згодом у результаті частого вживання тих самих мовних конструкцій утворюються кліше. Фіксуючись в мовних зворотах, поведінкових установках, способах інтеракції, образ проникає в соціальне оточення і починає трактуватися як реальність.

Для опису процесу закріплення соціального уявлення С.Московічі вводить поняття «ідентифікаційної матриці», призначенням якої є ідентифікація соціально значимої інформації і виконання функції упорядкування соціальних і несоціальних явищ.

Одним з факторів формування монетарних уявлень є побутова психологія людей, вплив масової психології на перекручування, трансформацію інформації, що надходить до людини.

С. Московічі стверджує, що більшість людей віддає перевагу розхожим ідеям, а не науковим. Люди схильні робити оманні зіставлення, які не скореговані об'єктивними даними, феномен грошей виявляється оточеним своєю міфологією. По суті своїй найбільш стійки з міфів зводяться до міфу про всемогутність грошей.

Ще один чинник, що впливає на функціонування монетарних уявлень, пов'язаний з науково-технічною революцією і розвитком засобів масової комунікації. Наука, що проникає зараз в усі «пори» суспільства завдяки масовій комунікації, впливає на монетарні уявлення. Але, якщо наукові поняття побудовані відповідно до вимог формальної логіки, то соціальні уявлення можна назвати «метисами» – цілісними утвореннями, незважаючи на враження «когнітивної і соціальної клаптевої ковдри» [16, с.81]. Наприклад, в уявленнях про гроші можуть переплітатися економічні знання про те, що гроші є загальним еквівалентом, мірою вартості, і уявлення про гроші як талісмани і амулети. Тут відбувається двоспрямований процес, в якому наукові поняття перетворюються в уявлення здорового глузду, і навпаки, багато життєвих понять стають науковими категоріями. Так

звичайні поняття «ведмідь» і «бик» стали основою теорії і практики біржових торгів.

Повсякденне знання, те, що англійці називають folk-science (популярна наука) – це і є у визначеному змісті соціальні уявлення, що складають нашу здатність сприймати, оцінювати, робити висновки, додавати зміст речам. Кожний з людей є носієм знань з популярної економіки. Завдяки цим знанням вони в багатьох випадках можуть обходитись без фахівця.

Надзвичайно важлива роль науки в суспільстві призвела до появи постнаукового здорового глузду (це поняття введене Московічі для опису бурхливого проникнення наукових уявлень у повсякдення). Нова економічна інформація, що звалилась на голови людей, повинна якимсь чином переробитися, укластися, вписатися в існуючу систему координат. Основний мотив, відповідно до якого ми формуємо економічні уявлення, на думку С. Московічі, – це «бажання звикнути з дивним» [16, с.29]. На думку автора, людина не прагне знайти згоду між її ідеями і реальністю, не прагне навести порядок у хаосі явищ, а намагається немов би перекинути місток між тим, що вона знає і новою інформацією, що не узгоджується зі старою. Перетворення відбувається вже під час процесу закріплення нової ідеї, коли вона може змінитися до невпізнанності.

Ключова роль науки в сучасному суспільстві приводить до того, що наукові поняття інтенсивно проникають у життя людей, трансформуючись в соціальні уявлення, у тому числі й економічні.

Монетарні уявлення являють собою той контекст, у якому розгортається процес економічної соціалізації індивіда. Становлення індивіда як автономного учасника процесу конструювання економічних уявлень є вирішальними в соціалізації індивіда, у тому числі й економічної. Монетарні уявлення зумовлюють економічний досвід індивіда. Сутність цього зумовлювання, відповідно до концепції С. Московічі, полягає в здатності соціальних уявлень включати об'єкти світу економіки в систему існуючих соціальних конвенцій, що змушує індивіда інтерпретувати речі і події певним чином.

Формування монетарних уявлень – це об'єктивний закон соціального життя, його психологічна необхідність. Завдяки таким своїм якостям як достатня стійкість і одночасно оперативність, монетарні уявлення дають можливість швидко переорієнтуватися в дійсності, що змінюється, особливо в умовах недостатньо повної і неоднозначної інформації щодо сприйманого економічного об'єкта.

З позицій концепції С. Московічі, монетарні уявлення становлять зміст масової економічної свідомості як особливий універсум, в якому в зміненому вигляді, максимально спрощеному, щоб забезпечити автоматизм у розпізнанні нової незнайомої економічної інформації, репрезентована економічна дійсність.

Монетарні уявлення створюють такий універсум, що дає можливість індивідові орієнтуватися в економічному світі; сприяє встановленню і підтримці комунікації між членами суспільства шляхом забезпечення кодом найменування і класифікації різних аспектів економічного світу.

Конативний компонент монетарної культури включає монетарну поведінку, яка є прикладним аспектом монетарної культури та відбиває залученість індивідів і груп до практичної діяльності. До неї належить сукупність уявлень про бажану поведінку в різних ситуаціях, пов'язаних із грошима. Ці уявлення можуть формуватися як теоретичним шляхом – через засвоєння розповсюджених у суспільстві норм і цінностей, так і практичним – накопичений досвід господарської та іншої діяльності в різних ситуаціях.

Під монетарною поведінкою дослідники розуміють форму діяльності індивідів і соціальних груп на фінансовому ринку, пов'язану з перерозподілом та використанням грошових ресурсів.

Альтернативи, які перед людиною розкриває її становище власника грошей – це можливості споживання, або накопичення, або інвестування грошей, якими вона розпоряджається. Кожен з варіантів відкриває свій широкий спектр вибору, тому доцільно спинитися на монетарній поведінці у кожному варіанті окремо.

Найбільш принциповим для людини є рішення, що стосується співвідношення між різними варіантами: споживанням, накопиченням, інвестуванням. Безумовно, першу й провідну роль у цьому виборі відіграють макро- і мікроекономічні умови, особиста економічна ситуація, однак на монетарну поведінку значною мірою впливають і сприйняття та інтерпретація людиною соціоекономічного середовища, її очікування, установки, ціннісні орієнтації, які органічно входять у структуру світоглядної позиції особистості. До світоглядної позиції, що впливає на монетарну поведінку, можна віднести рішення, які кожна людина приймає особисто щодо того, що бажаніше:

- заробляти гроші чесним шляхом чи збагачуватися будь-яким способом;
- легко задовольняти свої потреби чи самореалізуватися в постійному напруженні;
- мати матеріальну незалежність чи мати можливість одержувати позички та допомогу;
- залежати від матеріального добробуту чи мати особисту свободу ціною певних матеріальних обмежень;
- дбати лише про особистий добробут чи витратити час, енергію та інші ресурси для реалізації громадського обов'язку;
- у чому моя особиста цінність: у тому, чим я володію чи в тому, що я можу;
- чи довіряти іншим людям, чи не покладатися ні на кого, крім себе;
- чи довіряти державі та її конкретним органам, чи бачити в них загрозу своїм матеріальним інтересам [48].

Вирішення цих питань залежить від фінансово-економічної ситуації у суспільстві, рівня загальної та, зокрема, монетарної культури людини. Виходячи зі своїх світоглядних установок, людина приймає конкретні рішення щодо того, чи витратити свої гроші, як багато витратити і на що саме, чи буде вона їх інвестувати і в які конкретні справи, чи буде вона робити позички, братиме кредити тощо. Зокрема існує широкий спектр моделей поведінки споживача, зміст яких визначається питаннями: на що людина схильна витратити гроші, яким чином формуються її переваги, самообмеження, структура витрат.

З точки зору психології, яка усвідомлює закономірність необмеженого зростання людських потреб, ресурс грошей обмежений завжди, хоча його рамки в кожному конкретному випадку різні. Крайні полюси спектру моделей споживання можна позначити як *гедонізм* та *аскетизм*. Гедонізм ставить за мету задоволення матеріальних потреб, він націлений на зростання цих потреб і вбачає в їх всебічному задоволенні справжню повноту життя, його шлях – зростання багатства, максимум задоволень і насолод. Аскетизм, навпаки, вбачає сенс життя у звільненні духу від матерії, тому його мета – мінімізація матеріальних потреб, заперечення багатства, грошей як спокуси і найбільшого зла.

Вчені зазначають, що у культурі споживання аскетизм та гедонізм у своєму повному та завершеному вигляді зустрічаються рідко, зазвичай поведінка конкретних людей містить елементи як однієї, так і іншої моделі в різних пропорціях і тяжіє до того чи того з означених полюсів. Співвідношення між цими моделями поведінки стає краще зрозумілим через їх співвіднесення з іншою бінарною опозицією – егоїзмом та альтруїзмом.

Гедоністична позиція є виявом егоїстичної орієнтації на інструментальну раціональність у стосунках з іншими людьми, тоді як аскетизм пов'язаний з альтруїстичною налаштованістю, яка впливає із «справжньої» інтерсуб'єктної комунікації.

Різний ступінь вираження тих чи інших елементів у культурі споживання формує широкий діапазон конкретних моделей поведінки споживача. Крайні, загострені форми, як правило, притаманні спільнотам або окремим особистостям з аномальними життєвими обставинами. Такі форми свідчать про відхилення від оптимальних моделей соціального та особистого буття. Оптимум, який формує модель поведінки споживача, повинен виходити не з інтересів економіки самої по собі, а з різноплановості людської особистості, для задоволення потреб якої існує економіка. Тому дослідники вважають, що у моделі споживання повинні бути враховані сім аспектів [30]: правовий, економічний, екологічний, валеологічний, тобто ціннісний, етичний, естетичний та філософський, який розглядає в якості чинника поведінки людини її смисложиттєві настанови.

Для кожного суспільства, особливо в періоди глибоких історичних трансформацій, розвиток культури споживання має включати три напрями, що існують у нерозривній єдності [46]:

- накопичення та передача цінностей традиційної культури споживання, що забезпечує зв'язок поколінь;
- зовнішні запозичення позитивного досвіду у культурі споживання інших народів;
- внутрішні інновації, які виникають у ході розв'язання проблем споживання за конкретних соціально-історичних та економічних умов, зокрема, сучасні соціально-економічні умови специфічні тим, що змінюються кардинальні пріоритети фінансово-економічної діяльності. На етапі «дикого» капіталізму провідним був пріоритет прибутку. Якщо говорити про ситуацію України, то цей етап – зовсім недавнє минуле, проте все ж таки минуле, пройдений етап. Сучасний пріоритет – конкурентоспроможність, яка передбачає орієнтацію на людину, на те, що вона обирає, на її потреби. Це зумовило переорієнтацію від пріоритету захисту національного виробника на пріоритет захисту національного споживача. Для України, де виробник здебільшого неконкурентоспроможний, захист від нього споживача набуває особливої актуальності – це є формування як культури виробництва конкурентоспроможного продукту, так і культури споживання.

Монетарна поведінка людей включає також динаміку заощаджень, інвестиційну активність. Динаміка заощаджень, мотивації інвестиційної активності населення з урахуванням соціально-демографічних характеристик, причини вибору тієї чи тієї форми інвестування, сприйняття масовим інвестором інститутів фондового ринку є предметом постійної уваги західних дослідників. Дж. Кейнс у своїй фундаментальній праці «Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей» виклав теоретичні підходи до аналізу заощаджень, інвестиційних преференцій і загалом фінансової поведінки населення. У дослідження соціологічних аспектів фінансових явищ вагомий внесок зробили Й. Шумпетер та Ф. Модільяні. Останній у 1985 році був удостоєний Нобелівської премії за аналіз поведінки людей стосовно заощаджень. Він першим описав модель «життєвого циклу», що пояснює закономірності утворення особистих заощаджень і має неабияке прикладне значення у створенні національних пенсійних програм [46].

При визначенні монетарної поведінки громадян України відносно як споживання, так і накопичення та інвестування необхідно враховувати диференціацію моделей поведінки, виходячи з відмінностей між трьома соціальними групами [19]:

- «нові бідні» – найчисленніша група, монетарну поведінку якої можна визначити як стратегію виживання;
- середня верства – її майнові характеристики здебільшого вичерпуються квартирою, дачею, автомашиною, лише невелика частка цієї верстви має якийсь виробничий та фінансовий капітал;

- «нові багаті» – вузьке коло, що володіє переважною часткою фінансових ресурсів населення. Моделі монетарної поведінки цієї верстви, як правило, не пов'язані з інтересами економічного розвитку всього суспільства і не відповідають їм.

Коли йдеться про першу групу, питання вибору моделі монетарної поведінки можна розглядати лише в дуже обмежених рамках, оскільки стратегія виживання, по суті, не залишає можливості такого вибору. Тому дослідження проблем інвестування та заощаджень правомірно ставити лише щодо порівняно невеликої частини українських громадян.

На ступінь готовності людей до інвестування та створення заощаджень впливають такі чинники:

- рівень грошових прибутків. Дія цього чинника за сучасних умов в Україні на тлі низького життєвого рівня переважної частини населення виявляється у низці достатньо специфічних особливостей [19]. Це прагнення по можливості ухилятися від фінансових відносин, коли громадяни, замість пристосування до умов ринку, намагаються уникнути його впливу через натуралізацію домашнього господарства, родинну та приятельську взаємодопомогу. По-друге, це – компенсаційний характер монетарних відносин держави та громадян, коли монетарна функція держави щодо значної частини населення зводиться до компенсації втрат замість політики запобігання соціальним проблемам. По-третє, це – примітивізація монетарної поведінки як результат звуження її ресурсної бази. Домінуючими у фінансових активах стають готівкові гроші. Нарешті, це небачений в економічно розвинених країнах платіжний інструмент – неплатежі;

- система соціальних цінностей, що регулюють економічну поведінку людини. Щоб забезпечити реальну участь людини в економічному житті, вона повинна бути націлена на соціальне сприйняття та схвалення економічної активності, бізнесової порядності, багатства, заробленого чесною працею, грошей як таких, які слугують розвитку людської особистості, а разом з тим відсікати від сфери соціально визнаних взірців поведінки як демонстративне споживання, так і вузькість стратегії виживання;

- масштабність і складність інформації, якою оперують учасники ринку і яка потребує для правильної інтерпретації значних інтелектуальних ресурсів. В Україні на перешкоді фінансовій активності значної частини населення стоїть незнання, незвичність нових реалій та брак необхідної компетентності у розпорядженні грошовими ресурсами;

- наявність таких соціально-психологічних регуляторів, як звичаї, стереотипи, умовності, довіра або недовіра, паніка, ажіотаж – що мобілізують або деморалізують учасників фінансового ринку – позаяк це ринок, найчутливіший до тонких масово-психологічних настроїв та порухів. Так, на курс цінних паперів впливають довіра до фірми, наміри й мотиви продавця та покупця, різне психологічне сприйняття майбутніх тенденцій на

ринку – оптимізм або песимізм, тривожність або впевненість тощо. Впливає інформація, одержана із ЗМІ, поведінка інших учасників рику, навіть пора доби, дня або року;

- суб'єктивні психологічні особливості сприйняття людиною фінансової реальності. В Україні в силу об'єктивних причин широкого поширення набула суспільна психологія бідності, характерні риси якої – утрата життєвої перспективи, заздрість, примітивізація потреб та інтересів, занижена оцінка власної значущості, фетишизація багатства й грошей, страх перед ними, що й призводить до прагнення ухилитися від фінансових відносин. Вплив ціннісних орієнтацій та потреби в грошах на сприйняття їх людиною дозволяє оцінити такий експеримент. Дітям показували монету та картонне кружальце того ж розміру, що й монета, і просили співставити розміри предметів. Учасники експерименту сприймали монету як предмет більшого розміру, ніж картонне кружальце того ж діаметру – так впливала на сприйняття підвищена значущість монети порівняно з картонним кружальцем. Показово, що діти із сімей з обмеженими фінансовими можливостями більше переоцінювали розміри монети, ніж діти із забезпечених сімей. Аналогічні експерименти з ускладненими умовами показали, що люди менше переоцінюють розміри грошей після періоду інфляції, тобто коливання економічної значущості грошових знаків безпосередньо відбивається на їх психологічному сприйнятті. Ці дослідження дозволяють зрозуміти внутрішні суб'єктивні чинники остраху перед складними фінансовими операціями й тяжіння до готівки: різні види грошей, задіяні в них, у більшій або меншій мірі відповідають уявленням людини про «справжні гроші». Готівка відповідає цим уявленням в найбільшій мірі, пластикові картки й чеки – в меншій, інвестиційні форми, наприклад облігації або цінні папери, з найменшою очевидністю сприймаються в якості грошей людьми, які не мають відповідного й достатньо репрезентативного досвіду;

- на вибір монетарної поведінки впливає спосіб, яким були одержані гроші. Так, легко одержані гроші легше «кидають на вітер» – витрачають на нераціональне споживання, вкладають у ризиковані фінансові операції, однак тяжче приймають рішення про їх заощадження. Грошима, заробленими тяжкою працею, розпоряджаються зі значно вищим ступенем відповідальності.

Найпривабливішим, неінфляційним ресурсом інвестування є заощадження населення. До них відносять відкладену готівку в національній та іноземній валюті, кошти на банківських рахунках, особисті вкладення в акції та інші цінні папери, а також, з деякими обмеженнями – купівлю страхових полісів, придбання товарів тривалого користування, що мають реальну ліквідність [49].

Близьким до заощадження є поняття накопичення, обидві ці форми протистоять споживанню, тому, незважаючи на певні відмінності між ними, можна говорити про протилежність споживчої та заощадливої поведінки.

Стратегія заощадження має свої обумовлюючі фактори та особливості:

- соціально-економічні – наявність ресурсів для створення заощаджень. Так, в Україні несприятлива макроекономічна ситуація довгий час призводила до стагнації заощаджень. Разом з тим не виправдовуються теорії, які проводили лінійну залежність між рівнем прибутку та рівнем утворення заощаджень. Зокрема індекс настроїв споживачів враховує той факт, що під час економічного спаду люди більше схильні до заощадження, в них сильніше виражена мотивація до нагромадження, тоді як у періоди економічного зростання більше виражена тенденція до споживання.

- особливості пов'язані з дією ціннісних орієнтацій. Підхід, заснований на їх врахуванні, розглядає заощадження як споживання, відкладене на майбутній час. Гроші стають символом і гарантом майбутнього задоволення. Вибір стратегії, спрямованої на заощадження, пов'язаний з тим, що людина віддає перевагу майбутньому виграшу перед хвилиним задоволенням від витрачання грошей тут і тепер, відсуває на певний час задоволення від споживання. У зв'язку з цим існує економічне поняття «преференція часу», якому в психології відповідає «здатність відтермінувати задоволення». Позитивна преференція часу означає, що людина схильна використати наявні у неї гроші тепер, не відкладаючи на довший час; негативна передбачає відтермінування витрати грошей на майбутнє. Таким чином, процентні ставки на різні види заощаджень являють собою для людини нагороду за виявлену нею стриманість у споживанні. Кожна конкретна людина має свою суб'єктивну міру винагороди, яка може бути достатнім стимулом для заощаджень. Її величина вираховується як мінімальна вартість, за яку людина погодилася б відкласти на певний термін одержання певної суми грошей, наприклад, вона має погодитися одержати сто доларів не негайно, а через шість місяців. Ця величина означається поняттям «суб'єктивна ставка дисконту». Як правило, за нормальних умов вона коливається в межах 30-40% річних. У такому ракурсі здатність до створення заощаджень пов'язана з психологічними рисами: локусом контролю, здатністю до самоконтролю, почуттям обов'язку, сприйняттям часової перспективи.

Якщо людина здебільшого приймає відповідальність за події, що відбуваються в її житті, на себе, пояснюючи їх своєю поведінкою, характером, здібностями, то це показує наявність у неї внутрішнього (інтернального) контролю. Якщо ж вона має схильність приписувати відповідальність за все зовнішнім факторам, знаходячи причини в інших людях, у навколишній середовищі, у долі чи випадку, то це свідчить про наявність у неї зовнішнього (екстернального) контролю. Інтернали у своїх часових перспективах більш орієнтовані на майбутнє, краще здатні концептуалізувати відрізки часу і, можливо, сприймають перебіг часу іншим

способом, ніж екстернали. У порівнянні з екстерналами, в інтерналів часова перспектива охоплює значно більш далеку зону як у майбутньому, так і в минулому. Майбутнє в інтерналів насичене більшою кількістю подій, ніж у екстерналів. Перебіг часу від сьогодні до майбутнього (спрямованість часу) здається інтерналам більш швидким, ніж екстерналам. Виявлено, що чим менше суб'єкт вірить у свої здатності керувати власним життям, тим менша імовірність, що він уживе заходів, щоб упорядкувати і регулювати події в часі. Екстернали виявилися більш стурбованими організацією свого часу, виявляючи слабку його упорядкованість і неефективне використання. Цілі в них є неконсистентними і мінливими в часі, їхнє здійснення постійно відкладається [48]. Аналогічно до менеджменту часу впливає локус контролю і на менеджмент грошей, тут дослівно справджується істина «час – це гроші».

Стратегію заощаджень значною мірою визначають їх конкретні мотиви. Виділяють такі типи мотивації, що визначають ставлення людей до заощадження грошей:

-«розпорядники готівки» – це люди, що організують заощадження, виходячи із залишків від повсякденних витрат;

-«буферні нагромаджувачі» – люди, для яких мотивом заощадження є турбота про непередбачені витрати у майбутньому («на чорний день»);

-«цільові нагромаджувачі» – для них мотивом є придбання конкретних товарів тривалого користування тощо;

-«розпорядники багатства» – люди, які створюють заощадження з метою інвестування.

Стратегія заощаджень залежить від установок соціальної поведінки – які сформувалися в процесі виховання та засвоєння соціального досвіду. Наприклад, існує зв'язок між заощадженнями та приналежністю до певного класу, соціально-культурної спільноти або етнічної групи. Його переконливо демонструє протестантська трудова етика, яка націлює людину на створення заощаджень і водночас засуджує марнотратство та позичання грошей.

Вікові та гендерні особливості впливають на схильність людей до створення заощаджень: у старшому віці бажання робити й мати заощадження зростає, хоча можливості для цього нерідко зменшуються. Жінки ставляться до заощаджень більш прихильно, ніж чоловіки, хоча вони мають менше конкретних намірів їх робити і насправді менше роблять.

Наступна форма монетарної поведінки, яку ще освоює пересічний українець – *сплата податків*. Величезні масштаби тінізації економіки свідчать, що значна, якщо не переважна, частина громадян у виборі: сплачувати чи не сплачувати податки – тією чи іншою мірою обирає асоціальний варіант, ідучи всупереч традиційним цінностям ринкової економіки та громадянського суспільства. Але сплата податків – не просто перерозподіл фінансових ресурсів на користь держави. Податкова сфера – це взаємні політико-економічні відносини громадянина та суспільства, де

суб'єкти економічної діяльності виступають, власне, як громадяни, реалізуючи такі соціально значущі цілі:

- створення фінансової бази для розв'язання ряду загальнозначущих проблем в інтересах цілого суспільства. Зміст цих завдань держава визначає, спираючись на волю суспільства і не має права довільно його змінювати;
- оскільки податки використовуються для соціального захисту громадян, сплата податків виконує солідарні функції, об'єднуючи народонаселення даної країни у певну цілісність – громадянське суспільство;
- податкова політика держави, виражаючи волю економічної спільноти, стимулює вертикальну мобільність у суспільстві через податкові пільги для підприємців, які розпочинають свою бізнесову діяльність, надає більші можливості для доступу до власності соціальних груп з відносно стабільними прибутками.

Кожна з форм монетарної поведінки несе в собі певний ризик – втрати вкладених грошей, відсутності прибутку, одержання меншого прибутку від очікуваного, неможливості повернути кредит, не кажучи вже про ризики протиправної фінансової поведінки. Ризик – неминуча складова фінансової діяльності. Тому провідні цінності, що визначають діяльність людей на фінансовому ринку, своєрідний соціальний капітал – довіра, стабільність, надійність, захищеність, бізнесова чесність [33].

Визначені компоненти монетарної культури – когнітивний, афективний, конативний – існують в системній єдності і взаємозалежності. Якщо розглядати їх з цієї точки зору, то можна виділити особливості їх взаємозв'язку, які характеризуються ієрархічністю і домінуванням одного з них. Можна припустити, що на тому чи іншому віковому етапі економічної соціалізації домінуючим стає певний їх компонент. Імовірно, що на етапі переходу до дорослості домінує конативний компонент, який визначається прагненням юнака бути включеним до економічної сфери суспільства в якості суб'єкта економічної діяльності. Монетарні уявлення формуються разом з формуванням економічного досвіду особистості, в ході розширення соціально-економічних зв'язків.

Необхідно зазначити, що на визначені нами компоненти монетарної культури потужно впливає *моральний компонент*, який міститься у кожному вказаному компоненті та відповідає за гнучкість когнітивної сфери в пізнанні законів монетарних відносин в суспільстві, визначає позитивну чи негативну емоційну оцінку грошей особистістю, суттєвим чином регулює монетарну поведінку.

Тому гроші для людини як суб'єкта соціального життя можуть бути і критерієм в контексті моральнісної оцінки, а не лише інструментом у життєвих ситуаціях, що стосуються інших благ.

Особливого значення набирає моральний компонент у професійній діяльності людей, які фахово працюють з грошима, варто підкреслити – з чужими грошима. Для стороннього спостерігача, можливо, було б

несподіванкою те, що професіонали банківської справи прагнуть конституювати моральні вимоги до свого фаху в специфічному «Моральному кодексі». Проте насправді це логічно і виправдано: люди цієї професії перебувають в ситуації підвищеного ризику, позаяк гроші – це завжди спокуса легкого досягнення будь-яких цілей «в обхід» етичних норм.

В кожному українському банку на видному місці розміщений розроблений Національним банком України моральний кодекс банкіра. Основними його положеннями є наступні [48].

Банкір – людина благородних устремлінь. Моральність – провідна його зірка. Справедливість – основа вчинків і бажань. Чесність – спосіб дії і мислення. Правдивість, незалежна від будь-чиїх інтересів і бажань, – внутрішня сутність.

Банкір – людина честі. Він ризикує своїми грошима, але не своєю репутацією. Він ризикує своїми грошима, але не грошима тих, хто довірився йому. Він знає силу і слабкість грошей і знає межу, за якою слава переходить у неславу: у нього чисті руки – чисті гроші – чиста совість.

Банкір грає за правилами. Не порушує навіть недосконалих законів – він добивається прийняття законів корисних і мудрих.

Банкір обачливо збирає, але й роздає. Він підтримує стражденного і нужденного, вдову і сироту. Але не заохочує милостинею неробства, нахлібництва й дармоїдства, прагне не просто нагодувати, а дати засіб, як заробляти на хліб, допомагає жертві зла й прагне запобігати злу.

Банкір повсякчас собі твердить: аморально і небезпечно розкошувати серед злиднів. Він вкладає свій талант і свої гроші в добробут свого краю, свого народу, в його освіту, здоров'я й духовність, як у своє майбутнє і майбутнє своїх дітей, віддає на це свою десятину. Творити добро – його найважливіша місія, бо у творчості й творенні благ людина виявляє спорідненість з Богом.

Якщо банкір не в змозі протидіяти злу, то він, щонайменш, не стає співучасником злодіянь.

Банкір пам'ятає про діалектику буття, про марнотність змагань за тлінні багатства, дбає про цінності вічні, утверджує своїми ділами високі ідеали гуманізму, любов і повагу до ближнього як запоруку спасіння Людини і Людства.

3. Скринник зазначає, що багато хто лише скептично всміхнеться, прочитавши ці добрі побажання. Такий скепсис має свої об'єктивні причини, але не можна також не відзначити його до певної міри упереджений характер. Ця упередженість пов'язана з тим, що масова свідомість не схильна визнавати за людьми, зайнятими грошовими справами, вищих цілей та поривань. Наше сприйняття грошей нерідко будується на протиставленні духовних вимірів матеріальним аспектам буття. На думку дослідників, є неправомірним спрощенням підхід, який класифікує буття людини у залежності від ставлення до грошей на два типи – «вищий», для якого гроші,

за твердженням А. Мазаракі та В. Ільїна, «втрачають своє значення», і «нижчий», у якому гроші мають більш або менш важливе значення [31].

Звичайно, не можна не погодитися з тим, що справжня духовність, служіння вищим цінностям далеко відсувають гроші на задній план у системі ціннісних орієнтацій особистості. Однак стверджувати, що людина, «втягнута у все нові витки господарського життя» (використовуючи вислів авторів) у силу самого цього факту живе відчуженим життям, нереалістична і несправедлива, а для представника економічної еліти – непрофесійна. У людей, які займаються бізнесом (не обов'язково приватним), професійно працюють з грошима, гроші справді на першому місці, але не тому, що нема вищих інтересів, а тому, що це їх спосіб самореалізації – професійна робота з грошима як дуже складним і ефективним інструментом, який потребує найвищої самовіддачі і дуже великої відповідальності. Це і є та сама діяльність, яка утворює соціальну сутність грошей. Гроші не є для них засобом легкого, безтурботного життя. Ті блага, які вони можуть через них отримати, вони, як правило, не мають часу споживати, бо професійна діяльність рідко залишає на це дозвілля. Ці люди – не янголи, але вони трудівники, висококласні професіонали, вони платять податки, займаються добродійністю, забезпечують наповнення бюджету, за рахунок чого створюються блага, які мають суспільний характер і уможливають реалізацію найвищих у гуманітарному плані цілей соціуму. Власне кажучи, грошей на утримання соціальної (іншим словом – бюджетної) сфери поза природі [48].

Ринковий вибір українського суспільства – це орієнтація на те, що такі люди і такі соціальні відносини набиратимуть усе більшої ваги і, зрештою, стануть визначальними. Окрім того, кожна людина в сучасному суспільстві повинна мати знання, навички, вміння, що дозволяють їй здійснювати успішний менеджмент грошей. До цього її зобов'язують і професійна діяльність, і родинні обов'язки, і особисті інтереси, що обов'язково мають як моральний, так і матеріальний вимір.

Отже, монетарна культура – це складний соціокультурний феномен, який проявляється як особливий спосіб господарювання в монетарній сфері суспільства через сукупність фінансово-економічних світоглядів, норм, цінностей, монетарних відносин, інститутів, монетарної поведінки різних суб'єктів господарювання (індивідів, соціальних груп, прошарків суспільства), представлений в результатах матеріальної та духовної праці і виконуючий важливу роль у забезпеченні стабільності суспільства.

Висновки до розділу

Теоретичний аналіз чинників становлення економічної культури особистості, представлений в даному розділі, спонукає до наступних узагальнень.

1. Чинниками становлення економічної культури особистості є всі соціокультурні умови: історичний розвиток країни, релігії, етнос, гендерна стратифікація, економіко-географічні умови, інститут освіти (економічна освіта і виховання, засоби масової інформації та інформаційні технології). Основними групами чинників становлення економічної культури особистості є наступні: чинники макрорівня, мезорівня та мікрорівня. Макрорівень стосується чинників, що діють у всьому соціумі (соціетальний рівень). Мезорівень має відношення до тих структур, які, знаходячись поза сферою безпосереднього досвіду індивідуумів, тим не менш впливають на них (наприклад, вплив цінностей, які характерні для окремих суспільних сфер життєдіяльності). Мікрорівень має відношення до найближчого середовища, в якому здійснюється життєдіяльність індивідів (міжособистісні стосунки).

Згідно з традицією у групі мікрочинників виділяються зовнішні та внутрішні чинники, взаємодія яких визначає динамічну спрямованість розвитку. Зовнішні чинники діють поза системної цілісності психологічного феномена. Внутрішні чинники - це чинники, які належать та визначають внутрішню сутність самого феномена як системного явища. Аналіз внутрішніх чинників потребує визначення структурних складових економічної культури особистості як цілісного системного феномену.

2. Типи суб'єктів економічної діяльності мають свої особливості в залежності від детермінації їх різними соціально-психологічними просторами економічної життєдіяльності.

Зокрема, виокремлено чотири типи економічної культури особистості в залежності від стратегії поведінки, якої вимагає певний соціально-економічний простір. Перший тип економічної культури особистості – це тип людей, які працюють за зарплатню. На першому місці для них є гарантія, стабільність; вони не люблять економічної самостійності. Тому вони йдуть працювати на державні підприємства, бо вважають, що, хоча там платять менше, проте є гарантія соціальної захищеності. В приватних підприємствах менше гарантії, проте більше платять, і теж не потрібна економічна самостійність. Люди такого типу економічної культури в цьому не люблять самостійно вирішувати виробничі питання. Вони керуються мотивом уникнення невдач.

Другий тип економічної культури – це тип людей, які працюють індивідуально, це, так би мовити, індивідуалісти; їх цікавить творчий процес, вони постійно дбають про фахове зростання, вони відповідальні, але покладаються тільки на себе. Весь свій робочий час вони використовують на себе. Щоб більше заробляти, ці люди мають працювати все більше й більше і саме в цьому вбачають фінансову безпеку. Соціально-економічний простір суб'єктів індивідуальної праці є окремою автономною економічною системою, людина в ній робить все сама. Головною рисою людей цього сектору є самостійність та „індивідуалізм”.

Третій тип економічної культури особистості – це тип, пов'язаний з підприємницькою працею. Це тип культури бізнесменів. Основною рисою, яка потрібна людині, аби створити систему бізнесу, є лідерські й організаторські якості, тобто вміння працювати з людьми і управляти ними.

Четвертий тип економічної культури особистості – це тип людей, які вкладають гроші в бізнес інших людей, тобто це тип інвесторів. Щоб бути успішним інвестором, потрібна не просто фінансова грамотність, компетентність, що складається з різних знань, які стосуються економічної діяльності інвестора, але й особистісні властивості, завдяки яким інвестор здатний забезпечити надійність і стабільність вкладеного ним капіталу.

Люди, які належать до різних типів економічної культури, характеризуються також різним способом мислення.

3. Економічні цінності є чинником становлення економічної культури особистості. Економічною цінністю визначено будь-який об'єкт (матеріальний або ідеальний), як реальний, так і уявний, якщо такий об'єкт відповідає економічним потребам груп або окремих осіб і розглядається як важлива умова їх економічної діяльності, відповідним чином оцінюється та регулює економічну поведінку людей.

Системотворчим елементом у системі цінностей економічної сфери суспільства нами виділено власність. Власність у всіх своїх об'єктивних і суб'єктивних виявленнях (майно, предмети, людські відносини тощо), знаходить концентроване вираження у грошах. Завдяки грошам всі цінності економічної сфери пов'язані в єдину систему економічної реальності. Гроші, як і власність, є одним з головних компонентів системи економічних цінностей суспільства.

Виділяється два рівні детерміністських функцій економічних цінностей відносно економічної культури особистості: зовнішній і внутрішній. На зовнішньому рівні вони функціонують як норми-цінності, на внутрішньому – як ціннісні орієнтації особистості. На зовнішньому рівні детермінації цінності-норми є надіндивідним утворенням, яке супроводжує особистість з дня її народження як економічний досвід спільноти, засвоєння якого відбувається індивідом в процесі його економічної соціалізації.

Детермінуючу і регулюючу функцію по відношенню до особистості виконують лише ті цінності-норми, які інтеріоризовані нею і трансформовані в її внутрішній ціннісний рівень. Внутрішній ціннісний рівень – це цінності, які певним чином пройшли крізь свідомість особистості і стали її власними цінностями, тобто ціннісними орієнтаціями.

4. Система відносин особистої власності являє собою один з провідних соціально-психологічних чинників становлення економічної культури школяра.

Економічна культура особистості є результатом економічної соціалізації, який виражається у тих психолого-економічних якостях, що формуються в процесі інтеріоризації особистістю економічних цінностей

суспільства та імпліцитно несуть в собі нормативний образ «людини економічної».

Власність доцільно розглядати як соціально-психологічні відносини між суб'єктами господарської діяльності, що утворюють системну єдність інформаційних, емоційних, ціннісних, інтеракційних зв'язків. Особиста власність вивчається як соціально-психологічні відносини між суб'єктами з приводу розподілу обмежених життєвих благ, що особисто притаманні, належні виключно одному суб'єктові – їх власникові, - та здатні задовольняти його матеріальні й духовні потреби. Особиста власність обґрунтовується як система відносин привласнення-відчуження суб'єктами певних життєвих благ, в результаті чого останні набувають статусу об'єкта безумовного особистого моноволодіння.

Джерелами особистої власності і, відповідно, об'єктами володіння, виступають усі ті потенціали, що притаманні особистості, і не можуть бути відчуженими. До них віднесено здібності і задатки: здоров'я, час, трудовий потенціал, інтелект, знання, компетенції, творчі та інші здібності. Виділяються й відчужувані об'єкти особистої власності. Це т, які є результатом минулої праці: особисте майно, земля, житло, запаси (гроші, коштовності, матеріали, продукти).

Властивостями особистої власності є: 1) межі і конечність особистих благ, що визначаються обсягом, протяжністю життєвого простору власника, який він вважає виключно «своїм»; 2) здатність задовольняти потреби виключно одного суб'єкта володіння; 3) благо властиве виключно даній людині, особисто їй притаманне; 4) право особистої власності безумовне; 5) можливості розширити кількість задоволених потреб індивідуального власника, і задовольнити ті, що пов'язані з безумовним отриманням додаткового прибутку; 6) здатність задовольняти потреби власника у безумовному особистому споживанні блага; 7) здатність стимулювати особисту творчість власника; 8) пов'язана з безумовним обов'язком власника утримувати особисте майно.

5. Монетарні цінності є одним з провідних чинників е економічної культури особистості.

Монетарна культура як аспект економічної культури з'явилась на певному етапі її розвитку і співвідноситься, в першу чергу, з появою грошей – продуктом культури.

Монетарна культура – це складний соціокультурний феномен, який проявляється як особливий спосіб господарювання в монетарній сфері суспільства через сукупність фінансово-економічних світоглядів, норм, цінностей, монетарних відносин, інститутів, монетарної поведінки різних суб'єктів господарювання (індивідів, соціальних груп, прошарків суспільства), представлений в результатах матеріальної та духовної праці і виконуючий важливу роль у забезпеченні стабільності суспільства.

Критеріями сформованості монетарної культури доцільно вважати

фінансову компетентність, яка пов'язана з наявністю критичного фінансово-економічного мислення; вміння реалізувати свої індивідуальні здібності у кожній конкретній ситуації; навички, вміння, досвід у сфері фінансів та економіки.

Монетарна культура особистості, завдяки домінуючим у економічній спільноті цінностям, відображає духовний рівень та психологічні особливості спільноти, а також включає, перш за все, особистісні якості, завдяки яким людина здатна діяти у фінансово-економічній сфері. Цих здатностей людина набуває в процесі засвоєння цінностей, носієм яких є нормативний образ «грошової людини», який належить до певного типу монетарної культури суспільства.

До головних соціальних функцій монетарної культури належать – інтегративна, дезінтегративна, соціалізаційна, регулятивна, трансляційна, інноваційна, пізнавальна та прогностична.

Необхідним атрибутом функціонування монетарної культури суспільства є гроші, стимулюючи економічний і соціальний прогрес через ті функції, які вони виконують.

Гроші є особливою економіко-психологічною реальністю. Це особливий символ соціокультурного життя. Їх своєрідність проявляється в тому, що в них збігається матеріальне й ідеальне, річ і думка, і це забезпечує їх об'єктивно і суб'єктивно представлену у свідомості загальну сутність.

Література

1. Алексеевский В.С., Шавырин Н.В. Культура отношений личной собственности как социокультурная проблема управления / В.С.Алексеевский, Н.В.Шавырин // Проблемы современной экономики. - № 1(29). – 2009. – Режим доступа : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2401>.
2. Андрущенко В. Л. Орієнтири вітчизняної фінансової думки // Фінанси України. – 2000. – № 4. – С. 3–11.
3. Апель К. Ситуація людини як етична проблема / К. Апель // Комунікативна практична філософія. – К.: Лібра, 1999. – С. 231–254.
4. Апель К. Дискурсивна етика як політична етика відповідальності у ситуації сучасного світу // Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія. – К.: Лібра, 1999. – С. 395–412.
5. Арон Р. Этапы развития социологической мысли / Ред. П. С. Гуревич. – М.: Прогресс-Универс, 1993. – 607
6. Бабосов Е. М. Нравственная культура личности / Е. М. Бабосов. – Мн.: Наука техника, 1985. – 184 с.
7. Белик А.А. Культурология. Антропологические теории культур. М.: Российский гос. гуманитар. ун-т. М.,1999. 241 с. Учебное издание.

8. Будилова Е. А. Социально-психологические проблемы в русской науке / Е. А. Будилова. – М. : Наука, 1983. – 221с.
9. Васютинський В. О. Інтеракційна психологія влади / В. О. Васютинський. – Київ: В-во Славістичного ун-ту, 2005 – 492 с.
10. Гальчинский А. С. Основы економічної теорії: [підруч.] / А. С. Гальчинский, П. С. Єщенко, Ю. І. Палкін – К.: Вища школа, 1995. – 471с
11. Гальчинський А. С. Теорія грошей: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / А. С. Гальчинський. – К. : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. – 411с.
12. Гибалов Н.П. Приоритеты отношений собственности в системе институциональных изменений /Н.П.Гибалов // Проблемы новой политэкономии. – 2003 – С.4-11.
13. Голофаст В.Б. Люди и вещи // Социологический журнал. 2000. № 5. С. 58-65.
14. Гуревич П. С. Философия культуры / П. С. Гуревич. – [2-е изд.]. – М. : Аспект Пресс, 1995. – 218 с.
15. Довбенко М. В. Современные экономические теории в трудах нобелиантов : монография / М. В. Довбенко, Ю. И. Осик. – Изд-во «Академия естествознания», 2011. – 452с.
16. Донцов А. И. Концепция социальных представлений в современной психологии / А. И. Донцов, Т. П. Емельянова. – М., 1987. – 128 с.
17. Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект /Загальна редакція – В.В.Москаленко. – Наук. Видання. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2008. – 336 с.
18. Емельянова Т. П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества / Т. П. Емельянова. – М. : Изд-во «Институт психологи РАН», 2006. – 407с.
19. Єфременко Т. Фінансова поведінка населення України / Т. Єфременко // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – №4. – С.87-101.
20. Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Феномены самоопределения личности и группы в экономической среде / А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко // Психология адаптации и социальная среда : современные подходы, проблемы, перспективы / Отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев. - М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. - С. 62 – 96.
21. Заславская Т. И. Социология экономической жизни : очерки истории / Т. И. Заславская, Р. В. Рывкина. – Новосибирск. : Наука, 1991. – 448с.
22. Ильин И. А. Философия Гегеля как учение о конкретности бога и человека / И. А. Ильин. – СПб, 1994. – 312с.
23. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. Кейнс. – М.: Прогресс, 1978. – 494с.
24. Китов А. И. Экономическая психология / А. И. Китов. - М. : Экономика, 1987. - 303 с.
25. Китов А.И. Личность и группа в система отношений собственности

26. Кісь Р. Мова, думка і культура реальності (від Олександра Потебні до гіпотези мовного релятивізму) / Р. Кісь. – Львів : Літопис, 2002. – 303с.
27. Ключко В.Е. Ментальное пространство как предмет профессионально-психологического осмысления. / В.Е.Ключко// Личность в парадигмах и метафорах:ментальность- коммуникация- толерантность. Томск. Томский университет.2002. С.30 –44.
28. Косолапов Н. А. Социальная психология и международные отношения / Н. А. Косолапов. – М.: Наука, 1983. – 220с.
29. Коул М. Культурно-историческая психология : наука будущего / М. Коул. – М. : Наука, 1997. – 335с.
30. Крайг Г. Психология развития.- СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 992 с. С.23-26).
31. Мазараки А. А. Философия денег : монография /А. А. Мазараки, В. Ильин. – К. : Киевский нац. торг. эконом. ун-т, 2004. – 719с.
32. Максименко С.Д. Генеза розвитку особистості. /С.Д.Максименко.-К.: Видавництво ТОВ «КММ», 2006. -240 с.
33. Марсутдинов Ф. М. Деловая этика корпоративных финансовых отношений в современном мире / Ф. М. Марсутдинов, М. П. Посталюк // Этические проблемы образования XXI века. – Казань, 2001. – С.85-87.
34. Міщенко О. О. Соціально-психологічні детермінанти економічної культури студентської молоді : дисс. канд. психол. наук: 19.00.05 / О. О. Міщенко. – К., 2011. – 316 с.
35. Моль А. Социодинамика культуры / А.Моль. М. : Прогресс 1973. – 450с.
36. Морэн Э. Дух и мозг / Э. Морен // Современная наука: познание человека. – М. : Наука, 1988. – С.63-81.
37. Москаленко В. Соціально-психологічні засади економічної культури особистості / В.Москаленко // Соціальна психологія. – К. – №4(24). – 2007. – С. 3-17.
38. Москаленко В.В. Соціалізація особистості.:монографія./ В.Москаленко. – К.:Фенікс.2013. – 540 с
39. Московичи С. Машина, творящая богов / С. Московичи; [пер. с фр. Т. П. Емельяновой, Г. Г. Дилигенского]. – М.: «Центр психологии и психотерапии», 1998. – 560 с.
40. Московичи С. Общество и теория социальной психологии / С. Московичи // Современная зарубежная психология / под. ред. Г. М. Андреевой. – М. : Изд-во Моск. Ун-та, 1984. – С.208 – 228.
41. Московичи С. Социальные представления : исторический взгляд / С. Московичи // Психологический журнал. – 1995. – №2. – Т.16. – С.3-14.
42. Муздыбаев К. Психология ответственности / К. Муздыбаев. – Ленинград : Наука, 1983. – 102с.
43. Мясищев В.Н. : Психология отношений : избр. психол. тр. / В.Н. Мясищев ; под ред. А.А. Бодалева - М. : Изд-во Моск. психол.-

- социального ин-та : Воронеж : МОДЭК , 2003: ФГУП Издательско-полигр. фирма Воронеж - 398 с.
44. Платонов К. К. Система психологии и теория отражения / К. К. Платонов. – М. : Наука, 1981. - 309 с. – С. 182.1].
 45. Проблемы экономической психологии. Том1./ Отв.ред.А.Л.Журавлёв, А.Б.Купрейченко. М.:Изд-воИП РАН. 2004. – 620 с.
 46. Ростовцева Л. И. Потребительская культура: между гедонизмом и аскетизмом /Л.И.Ростовцева // Вестник Московского Университета. – Серия18 : Социология и политология. – 2002. – №4. – С.87-101.
 47. Скринник З. Е. Гроші в контекстах соціальної комунікації / З. Е. Скринник // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. – 2005. – №13. – С.80 – 85.
 48. Скринник З. Е. Гроші у вимірах комунікативних практик : соціокультурний аспект : монографія / З. Е. Скринник. – Львів : ЛБІ НБУ, 2006. – 335с.
 49. Скринник З. Е. У грошей своя філософія / З. Е. Скринник // Вісник Національного банку України. – 2005. – №10. – С.44 – 47.
 50. Сусоколов А.А. Культура и обмен. Введение в экономическую антропологию. М.: SPSL-«Русская панорама», 2006. - 446 с. - (Серия «Профессионалы: просто о сложном»).
 51. Сушков И. Р. Психологические отношения человека в социальной системе / И. Р. Сушков. – М. : Изд-во «Институт психологи РАН», 2006. – 412с.
 52. Тойнби А. Дж. Постигание истории / А. Дж. Тойнби. – М. : Прогресс, 1991. – 250с.
 53. Угланова Е. А. Фетишизация денег и удовлетворенность жизнью / Е.А.Угланова // Социальная психология XX столетия. – Ярославль, 2003. – Т.2. – С.270 -275.
 54. Уемов А.И. Вещи, свойства и отношения / А.И.Уемов . – М.: Изд-во Академии наук СССР, 1963. – 184 с.
 55. Финансы: учебн. для вузов / под ред. Л. А. Дробызиной. – М. : ЮНИТИ, 2001. – 412с.
 56. Франк С. Л. Духовные основы общества / С. Л. Франк. – М. : Наука, 1992. – 312с.
 57. Фромм Э. Бегство от свободы. М.,1990. С. 62.
 58. Хижняк Л. М. Глобальное и локальное в денежной культуре постсоветских стран на рубеже XX-XXI в.в. /Л. М. Хижняк// Социологический диагноз культуры российского общества второй половины XX – начала XXI в.в. : Матер. всеросс. науч. конф. / под. ред.В. В. Козловского. – СПб. : Интерсоцис, 2008. – С.386-389.
 59. Шихирев П. Н. Общественный идеал как объект социально-
-

- психологических исследований//Социально-психологические и нравственные аспекты личности. – М. : Ин-т психологии АН СССР, 1998. – С. 30-36.
60. Шкрабець М. С. Специфіка грошової культури української молоді / М. С. Шкрабець // Молодь в умовах нової соціальної перспективи / Матер. VIII Між. наук.-практ. конф. – Житомир, 2006, ч.1. – С.50-52.
61. Шкрабець М. С. Стан та перспективи грошової культури в українському суспільстві / М. С. Шкрабець // Соціологія дослідження / Зб. наук. праць. – Луганськ : Східноукраїнський університет імені Володимира Даля, 2005. – С.174-179.
62. Hofstede G. Culture's consequences California Saje Pablication, 1980.
63. Thomas W. The polish peasant in Europe and America. Cambridge, 1918 – 1920.

РОЗДІЛ 4. ЗНАЧЕННЯ МОРАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ В СТАНОВЛЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ

Постановка проблеми. Сучасна доба характеризується ускладненням соціально-економічних умов життя та, як наслідок, позначається на економічній соціалізації молоді. На етапі становлення нових ринкових та соціальних відносин у суспільстві, розвитку процесів демократизації та гуманізації соціального середовища все більшу роль у поведінці та вчинках людини відіграє духовно-моральний фактор. Соціальні, економічні реалії сьогодення неможливо правильно оцінити і осмислити без урахування їхнього соціокультурного та етичного аспектів. Психологи, економісти, соціологи, культурологи, філософи відмічають, що поява нового економічного і соціального простору в Україні за часів незалежності, безпрецедентна капіталізація країни, негативні наслідки курсу реформ різко актуалізували потребу в усебічному аналізі культурної, моральної складової суспільства та його економічного життя.

З кінця ХХ ст. наше суспільство постійно перебувало у стані радикальних реформ: перебудова, перехід на ринкову економіку, швидке накопичення первісного капіталу олігархами, радикальні зміни в системі освіти (введення Болонської системи), багатопартійність тощо. Це сприяло тому, що в структурі моралі з'явилися підстави для моральних девіацій, дефіциту не стільки соціальних, економічних, політичних, скільки моральних орієнтирів, цінностей, зразків поведінки. Цьому сприяє також «моральна аберація» мислення наших політиків, їх дистанціювання від моральних цінностей, орієнтирів, які в ньому поступово витісняються категоріями економічного характеру – економічний ріст, розмір ВВП, показники інфляції тощо. За радикальні економічні реформи суспільство в кінцевому рахунку сплачує велику ціну – відбувається інтенсивне витіснення морально-етичної складової з нашого суспільного буття і спад моралі. При цьому втрачається розуміння того, що коли відбувається спад моралі, то ефективність суспільства в цілому падає, тобто функції суспільної корисності зменшуються. Адже моральний стан суспільства – це одночасно: а) індикатор його загального стану; б) наслідок процесів, що відбувається в ньому; в) основа того, що очікує суспільство у майбутньому. Тому проблема осмислення моральних засад економічної культури особистості, яка соціалізується в умовах ринкової економіки, є науково актуальною і практично значущою.

Як відмічають А. Журавльов та А. Купрейченко, зростання інтересу до психологічних проблем моральної регуляції економічної активності посилюється у всьому світі. Період радикальних змін в суспільстві неодмінно викликав зміни моралі. Зміни у відносинах суспільства і бізнесу в останні десятиліття призвели до принципово нового погляду на взаємовплив економічної активності і етичних норм [1, с. 3].

4.1. Особливості моральної складової в економічній культурі особистості

Моральна проблематика життя окремої особистості та суспільства доволі добре розроблена в соціальній психології, в психології особистості. Загальні тенденції засвоєння моральних норм, перетворення їх у «свої» детально розглянуті в роботах психологів (Л. Божович, О. Кульчицька, В. Мухіна, Є. Субботський, С. Якобсон та ін.). У працях А. Бандури, І. Беха, М. Боришевського, І. Булах, З. Карпенко, Л. Кольберга, С. Максименка, В. Москальця, Ж. Піаже, С. Рубінштейна, Н. Чепелевої, С. Якобсон та ін. відстежена логіка переходу зовнішнього морально-етичного припису в особисту норму.

У пострадянському просторі розробку проблем економічної культури здійснюють активно А. Ахієзер, І. Діскін, Т. Заславська, Я. Кузьмінов, О. Морозов, Р. Ривкіна, Г. Соколова, А. Журавльов, Н. Журавльова, А. Купрейченко та ін. Серед українських учених економічна культура перебуває в центрі уваги як соціологів, економістів (Д. Богині, В. Врублевського, Є. Головахи, Т. Єфременко, В. Пилипенка, Н. Приходько, М. Семикіної, Є. Суїменка та ін.), так і психологів (Л. Карамушка, О.Філь, О. Креденцер, Ю. Швалб, В. Москаленко, Г. Ложкін, Н. Дембицька, І. Зубіашвілі, І. Білоконь, Т. Петровська, Н. Волянюк, О. Міщенко та ін.). Грунтовне комплексне теоретичне та емпіричне дослідження морально-психологічної регуляції економічної активності представників різних соціальних груп сучасної Росії було здійснено психологами РАН під керівництвом А.Л. Журавльова та А.Б. Купрейченко. Взаємозв'язок економічного та морального виховання у школярів та студентської молоді вивчався також російськими науковцями (Н.М. Тарарухіна, Л. Г. Борисова, Г. С. Солодова, О. П. Фадеева, І.І. Харченко. та ін). Однак проблема моральних аспектів економічної культури особистості ще не знайшла достатнього відображення в наукових вітчизняних дослідженнях.

Аналіз психологічної, педагогічної, філософської, економічної, соціологічної літератури свідчить, що в останні роки до проблеми морально-економічної соціалізації молоді проявляється певний інтерес. Як на наш погляд, у більшості публікацій переважає економічний аспект проблеми. Часто автори наводять приклади із зарубіжного досвіду, випускаючи при цьому позитивні аспекти історичного досвіду вітчизняного господарювання, заснованого на моральних засадах чесності, самовідданості, безкорисливості, ставлення до трудової солідарності. Адже у системі моральних цінностей, притаманних моральній культурі нашого народу, значна роль належить багатовіковим народним традиціям духовно-морального життя суспільства, які беруть свій початок від общинного укладу життя, заснованого на взаємодопомозі, взаємовідповідальності.

У даний час склалися протиріччя між тими інноваційними процесами, які відбуваються у суспільному і соціально-економічному житті у зв'язку з

переходом до ринкової економіки, потребами суспільства в особистості не лише економічно грамотній, але й високomorальній - з одного боку, а з другого – недостатній увазі до даної проблеми як у психологічній літературі, так і на практиці.

Сучасний етап розвитку нашої країни викликає особливий інтерес до проблеми морально-психологічної регуляції економічної активності молоді. Дослідження моральності підростаючого покоління є особливо важливим у зв'язку з тим, що період радикальних соціально-економічних змін у суспільстві, починаючи з 90-х рр ХХ ст., неодмінно викликав зміни у моралі. Увага до моральної складової економічної культури і активності особистості пов'язаний також і з тим, що спільні інтеграційні процеси у всьому світі обумовили більш тісну безпосередню взаємодію людей з різних культур з різним світоглядом, ментальністю, етичними цінностями і нормами. Громадська думка останнім часом стала надавати все більше уваги і значення моральності економічних суб'єктів у зв'язку з тим, що все більше зростає вплив крупних виробників, фінансових інститутів і торговельних кампаній на благополуччя, безпеку і здоров'я великих груп людей, і, особливо, молоді. Особливість моральної регуляції економічної поведінки і економічної культури особистості полягає в тому, що вона здійснюється у неявній, часто неусвідомлюваній формі.

Незважаючи на значну кількість теоретичних та емпіричних досліджень, присвячених різним аспектам зазначеної проблеми, широкий пласт питань залишається не вивченим. Одна з головних причин цього полягає у відсутності теоретичної платформи, яка б пояснювала взаємозв'язок економічної культури особистості та її моральності, специфіку їхньої взаємодії, генезис формування і їх місце в структурі єдиного процесу становлення та розвитку особистості. Ми погоджуємося з думкою В. В. Турбан, що моральні судження особистості важко піддаються емпіричному дослідженню. Причина цього – те, що всі взаємини, взаємодії, в які вступає людина, так чи інакше мають моральний характер [2, с. 263].

Зазначимо, що етична сфера особистості формується в процесі діяльності, спілкування людини. У міру зростання науково-технічного, виробничого потенціалу людства, підвищення здатності людини впливати на стан свого власного існування дедалі важливішою стає власна моральна спрямованість її конкретних дій, чимраз більшого значення набуває те, якими саме цінностями керується людина у своєму бутті.

За концепцією лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, економічна культура особистості є економічним світом людини, що існує як єдність предметно-речового та психічного, в якому віддзеркалюється особистісний розвиток людини. Вона включає в себе такі економіко-психологічні властивості, завдяки яким особистість включається в економічну сферу суспільства в якості суб'єкта економічної діяльності. Економічна культура особистості визначає не тільки

рівень економічної активності людини, але й значною мірою – ступінь розвитку економіки, темпи її зростання [3, с. 5-34].

Економічна культура особистості формується в процесі її економічної соціалізації як послідовне, поетапне включення людини в різні сфери соціально-економічного простору, які відповідають її віковим потребам і можливостям. В сучасних умовах важливими її складовими є: моральність особистості, монетарна культура, уявлення про соціально успішну людину, ставлення до власності, визначення економічного статусу. Найважливішою складовою економічної культури особистості, на наш погляд, є її моральність. Адже термін «культура» означає моральне, гуманне, те, що спрямоване на розвиток сутнісно людського, родового. Економічна культура має підносити її носія – особистість. А це можливо тільки тоді, коли вона ґрунтується на гуманістичних, моральних основах і несе в собі конструктивне функціональне начало, а не деструктивне.

Кожне суспільство потребує певної регуляції, впорядкованості суспільного життя. Саме такими універсальними регуляторами виступають культура та мораль, а в умовах ринкової економіки дедалі більшої ваги набуває економічна культура, заснована на моралі. Мораль ще з часів античності відіграла велику роль у житті людства. Теорії моралі змінювалися відповідно до розуміння суспільством ролі та місця людини в ньому, її функцій та детермінант діяльності. З тих пір було створено багато етичних систем, теорій, парадигм та напрямів (абсолютизм, авторитаризм, гедонізм, ірраціоналізм, натуралізм, скептицизм, утилітаризм, макіавеллізм, волюнтаризм, етичний релятивізм, релігійна етика, дескриптивна етика, марксистсько-ленінська етика тощо). Їх виразники по-різному розуміють і тлумачать походження, сутність моралі, інші аспекти моралі, однак щодо питань нормативної етики (цінностей, норм, правил і приписів поведінки), її категорій (добро, зло, справедливість, обов'язок, совість, гідність, честь тощо) представники різних напрямів доходять згоди.

Зазначимо, що моральний стан суспільства – це одночасно: а) індикатор його загального стану; б) наслідок процесів, що відбувається в ньому; в) основа того, що очікує суспільство у майбутньому. Тому проблема моральної регуляції економічної поведінки особистості є науково актуальною і практично значущою.

Мораль здійснює свою регулятивну функцію з допомогою спільних для даного суспільства фундаментальних уявлень про добро і зло, правильне і неправильне, гідне і негідне, справедливе і несправедливе. Моральне регулювання передбачає: а) наявність ідеала, який виражає уявлення суспільства про моральну досконалість і на цій основі містить портрет «кращого Я» особистості; б) систему норм, виконання яких є засобом досягнення моральної цілі (ідеала); в) оцінку поведінки особистості; г) специфічні форми контролю, які забезпечують виконання норм [4, с. 26].

Мораль діє там і тоді, де і коли особистість проявляє вільний вибір поведінки, а, отже, несе особисту відповідальність за цей вибір.

Мораль спирається на спонукаючу силу соціальної психіки, вона дає людині інформацію про смисл, цінність речей, про необхідність діяти чи утриматися від дій в ім'я певних моральних цінностей. На певному етапі історичного розвитку принцип «вчиняй як інші», тобто колективного впливу, доповнюється новим – «ти повинен вчиняти так, тому що це добре». Моральна свідомість осмислює і фіксує суспільні відносини не у вигляді законів, а у вигляді ідеалів, цілей і норм поведінки. Мораль виконує дві основні соціальні функції: 1) дає зразок поведінки і критерій для її оцінки; 2) виховує у особистості потребу, бажання вчиняти відповідно зразка. Для моралі важливо не тільки дотримання норм, а те, щоб люди прагнули їх дотримуватися і отримувати внутрішнє задоволення, вчиняючи відповідно до норм. Цього досягти неможливо без морального мотиву.

Основною структурною одиницею етичного і соціально-психологічного аналізу є людська поведінка, яка детермінується і регулюється багатьма факторами – економічними, політичними, моральними, правовими тощо. В якості соціально-психологічного явища поведінка людини передбачає свідомо-вольовий вибір особистості, її здатність ставити перед собою соціально значущі цілі, вибирати засоби їх здійснення і відчувати свою відповідальність за результати діяльності.

Основною клітиною у структурі моральної системи є моральна норма, тому що вона: а) визначає вимоги суспільства до особистості в процесі її взаємодії з іншими людьми; б) слугує основою чи масштабом при оцінці поведінки; в) моральне регулювання характеризується більш широким масштабом суспільних відносин, ніж право, більш високим рівнем узагальнених у моральній нормі вимог; г) моральна норма є універсальною, «безособовою», оскільки вона спрямована не на строго визначену особу, а на всіх і кожного, хто в даний момент і в майбутньому (поки діє норма) опиниться в ситуації, яка відхиляється від тієї, що вимагається [5].

Усвідомлена особистістю моральна норма стає мотивом поведінки, основою і спонукою добровільних дій на користь суспільства та інших людей. Мораль вчить не лише тому, як повинна вчиняти людина, а й тому, якою вона повинна бути, щоб стати кращою. Основне у моральному регулюванні – це мотив, переконання, усвідомлене ставлення до нормативних вимог. Моральна необхідність – це не лише зовнішня влада над особистістю, але й внутрішній мотив та переконання. Моральне регулювання передбачає усвідомлення моральних цінностей і норм, внаслідок чого в ньому домінує внутрішній мотив поведінки, а не просто сила конформізму.

Особливістю моральної регуляції є те, що людина вільно і свідомо дотримується певних норм, що ці норми стають детермінуючим фактором поведінки шляхом усвідомлення цінностей, які вони виражають. Зовнішня необхідність «заломлюється» через особистісну сферу. Як наголошує В.

Малахов, «око» моралі спостерігає людину у всій неперервності її внутрішнього досвіду, у всьому розмаїтті її життєвих ситуацій, що повсякчас породжують нові, інколи цілком несподівані проблеми [6, с. 41-42].

Різні соціально-психічні утворення можуть підсилювати моральну поведінку особистості чи відхиляти її від дієвих моральних цінностей. Так, реклама вміло використовує закони масовидної психіки, насаджуючи у свідомість людей міфи про рівні можливості для всіх, про культ грошей, формує «задоволену свідомість» та «цінності індивідуалізму». Між регулятивами «вчиняй, як інші» та «вчиняй, як треба» має місце розрив та відмінності. Перший може спонукати людину вдягатися або вітатися так, як це роблять інші, однак при цьому мораль не зачіпається. Людина може соромитися того, що вона погано вдягнена чи є некрасивою, але це не зачіпає моральну сферу.

Моральна регуляція економічної поведінки особистості не є вторинною по відношенню до економічного інтересу та законодавчих обмежень. Як показали результати досліджень російських психологів, відносини моральності особистості значною мірою визначають вибір виду економічної активності, методів і засобів досягнення цілей, а також специфіку її відносин з партнерами по діловій взаємодії. Психологічне ставлення до дотримання моральних норм представлено у свідомості суб'єкта у вигляді мотивів, намірів і готовності здійснювати вчинки, пов'язані з моральною регуляцією [1, с. 53].

Кожне суспільство має одну (чи більше) систему цінностей і значень, які вказують, які моделі поведінки схвалюються і підлягають осуду, а серед загальноприйнятих – які найбільш схвальні і бажані. Вони активно поширюються закладами освіти та виховання, засобами масової комунікації, церквою, слугують провідною ниткою для законів і понять справедливості, що захищаються судами, поліцією, міліцією.

Мораль, моральність – ці слова не користуються великою популярністю у наші дні, водночас наголосимо, що норми моралі брали не меншу участь у розвитку людини, ніж праця. У буденному розуміння мораль – це норми поведінки, які прийняті у суспільстві, норми, яких повинні дотримуватися усі люди. Однак норми поведінки, мораль і моральність – це різні поняття. Найголовніша їх відмінність полягає в тому, що норми поведінки – це зовнішня складова моралі, а моральність – це внутрішня, особистісна для кожного окремого індивіда. Моральності особистість не можна навчити, як навчають, наприклад, правильно говорити, правильно поводитися за столом. Моральність – це межі, які особистість встановлює сама собі, і чим більше обмежень, тим людина є більш моральною. Моральність є однією із самих позитивних якостей у людини, вона повинна допомагати їй добиватися своїх цілей. Мораль, на відміну від моральності (російської «нравственности»), – це передусім певна форма свідомості, тобто сукупність вироблених і усвідомлюваних людьми принципів, правил, норм

поведінки. Мораль, як імперативно-оцінний спосіб ставлення людини до дійсності, є регулятором поведінки людей з точки зору принципового протиставлення добра і зла, справедливості і несправедливості.

Моральна культура, як і будь-яка соціальна культура, містить в собі два аспекти: 1) цінності і 2) регулятиви. Моральні цінності – це те, що давні греки називали «етичними добродіями». Античні мудреці головними такими добродіями вважали розсудливість, мужність, доброзичливість, справедливість. В іудаїзмі, християнстві, ісламі вищі моральні цінності пов'язуються з вірою в Бога і ревним поклонінням йому. В якості моральних цінностей у всіх народів шанують чесність, вірність, повагу до старших, працелюбність, патріотизм. І хоча в житті індивіди далеко не завжди проявляють подібні якості, але вони цінуються людьми досить високо, а ті, хто володіють ними, користуються повагою. Цінності, що представлені в абсолютно повному і довершеному вираженні, виступають як етичні ідеали.

Моральні регулятиви – це правила поведінки, які зорієнтовані на вказані цінності. Вони є різноманітними; кожен індивід обирає (свідомо чи підсвідомо) в просторі культури ті з них, які найбільш підходять йому. Серед них можуть бути такі, що не схвалюються оточуючими. Але в кожній більш чи менш стабільній культурі є система загально визнаних моральних регулятивів, які традиційно вважаються обов'язковими для всіх. Такі регулятиви є нормами моралі, їх вибір – це складна психологічна проблема для індивіда. А в умовах діалогу культур, глобальних взаємозв'язків вона ускладнюється ще більше, адже треба орієнтуватися не лише на цінності, норми своєї культури, а й іншої.

Розглядаючи процес формування і виховання особистості, важливо встановити, чим сповнений її духовний світ – якими ціннісним орієнтирами, намірами, настановами, моральними смислами. Адже моральні орієнтири як глибинні орієнтири, ціннісні орієнтації особистості вибудовуються і структуруються в процесі її взаємодії і взаємин з іншими людьми в певному соціокультурному просторі.

Моральність особистості – це здебільшого утілення певних моральних принципів, норм і правил поведінки у її реальній поведінці та стосунках з іншими людьми. Її сила полягає в тому, що суб'єкт повинен сам звертати їх до себе і лише через досвід власного життя пред'являти іншим. Моральність поведінки особистості, включеної у ринкові відносини, конкуренцію, не повинна визначатися мотивами, які передбачають бажання наживи, безпощадність, хитрість та інше з «букету» егоїзму, а тим, що вона обмежує свій егоїзм заданими суспільними рамками, морально санкціонованими правилами. В кожній більш чи менш стабільній культурі є певна система загально визнаних моральних регулятивів, які традиційно вважаються обов'язковими для всіх, оскільки несуть в собі загальнолюдський смисл.

Слова «мораль», «етика», «моральність» сприймаються в наш час неоднозначно. Зазначимо, що із соціально-економічними змінами в нашому

суспільстві змінювалося і саме розуміння моралі. Так, в 20-х рр. ХХ ст. вважалося, що нове суспільство взагалі може обійтися без моралі; в 30-50 рр. мораль ототожнювалася з політичною доцільністю, практичними потребами Радянської держави; в 60-70 рр. вона розглядалася в якості відносно самостійного духовного феномену, який визначається економічними інтересами, класовими цілями і включає в себе деякі загальнолюдські елементи; в період перебудови їй була відведена роль загальної програми життя. З утворенням незалежної Української держави моральні аспекти в суспільстві відійшли на задній план. На початку 2000-х рр. соціологи фіксували навіть аномічну деморалізованість в українському суспільстві як переважаючий фон масових настроїв у всіх вікових групах; а у 87% молодих респондентів був виявлений різний ступінь деморалізованості [7, с.21]. Сила моральних вимог, завжди безумовних за формою, строгих за змістом, полягає в тому, що суб'єкт повинен звертати їх до себе і лише через досвід власного життя пред'являти іншим. Для моральності внутрішньо (виходячи з власних настановлень особистості) важливою виявляється проблема тієї «орієнтації на поведінку інших», у якій класик німецької соціології М. Вебер вбачав суть соціальної дії. Категорію соціальної дії він розглядав «вихідною клітинкою» соціального життя. Виділяючи чотири види економічної поведінки, він акцентує, що ціннісно-раціональна дія базується на свідомій вірі у етичну, естетичну, релігійну чи іншу безумовно власну самоцінність певної поведінки, взятої незалежно від успіху [8]. М. Вебер дослідив роль зміни релігійної етики, обумовленої виникненням і розвитком протестантизму, її значення у становленні економіки сучасного капіталізму та проведенні в життя принципу раціоналізму.

Одним із перших в економіці та філософії взаємопов'язаність економічної та моральної свідомості розглянув А. Сміт [9]. Він сформулював концепцію «економічної людини» та «природного порядку». Сміт вважав, що основою суспільства є людина, і досліджував поведінку людини, її мотиви, прагнення до особистої вигоди. Природний порядок у нього – це ринкові відносини, в яких кожна людина засновує свою поведінку на особистих і корисливих інтересах, сума яких утворює інтереси суспільства. За уявленнями Сміта, саме такий порядок забезпечує багатство, благополуччя і розвиток як окремої людини, так і суспільства в цілому. Для існування природного порядку потрібна «система природної свободи», основу якої Сміт вбачав в існуванні приватної власності. У нього це поняття має подвійний смисл. З одного боку, це принцип і мета економічної політики, тобто політики *laissez faire*, з іншого – це теоретична конструкція, «модель» для вивчення економічної дійсності. Для мислителя *homo economicus* – це вираження відвічної людської природи, а сама політика *laissez faire* прямо витікає з його поглядів на людину і суспільство. Якщо економічна діяльність кожної людини в кінці кінців приводить до блага суспільства, то цю діяльність нічим не треба обмежувати. Головну причину спотворення

моральних почуттів він вважав у готовності людей захоплюватися багатими і знатними людьми і презирливо ставитися до людей бідних. Люди співпереживають радощам правителів і багатіїв, вважаючи, що їхнє життя є суцільним щастям. Сміт стверджує, що існування таких людей є необхідністю, так як вони є втіленням ідеалів пересічних людей.

Проблема моральної відповідальності в економічній діяльності людини неодноразово піднімалася у працях відомих російських та вітчизняних економістів другої половини ХІХ-початку ХХ ст. С.М. Булгакова, М.І. Туган-Барановського, І.І. Янжула та ін. Так, І.І. Янжул у статті «Економічне значення чесності. Забутий фактор виробництва» (1906) прямо стверджує, що моральна добросовісність є важливим фактором соціально-економічного розвитку: «І той народ, який є чесним, тим самим є сильним не лише морально, а й економічно» [10, с. 418].

У нарисі «Бережливі діти» він піднімає питання про необхідність всебічного розвитку у дітей звички до бережливості. Розглядаючи цю рису особистості у широкому соціальному контексті, він з боєм констатує, що «у нашому так званому освіченому суспільстві бережливість не знаходиться у фаворі» [11].

Український та російський економіст, історик, політик, міністр УНР М.І. Туган-Барановський не лише визнавав невідворотність етичної обумовленості політичної економії, а й керувався моральним критерієм при розробці важливих понять політичної економії.

За радянської доби поняття **«людини моральної»** і **«людини економічної»** набувало різних значень і відтінків: а) як людини, яка має доступ до матеріальних благ, бюрократичної кнопки, незвичайної професії; б) як односторонньої, однобічної людини, яка втратила повноту людських інтересів і можливостей (у побуті – це хапуга, барига, шахрай, користолюбець); в) як продукту нерівності і несправедливості; г) як «підпільної економічної людини» 70-х рр., яка діє переважно не в сфері виробництва (де вона незаконно, нелегально щось виробляє), а в сфері розподілу і бюрократії, де вона має доступ до предметів розподілу, до дефіцитних речей - книжок, спектаклів, виставок, концертів; її паразитична діяльність підкреслювалася місцем проживання; д) як трудової «економічної людини» - тямущого, дбайливого господаря, що знається у своїй справі, любить землю не пасивно-споглядальною любов'ю туриста чи поета, а активно-діяльно, зрощуючись з працею, господарством, природою. Насаджуваний ідеологією образу «економічної людини» Заходу, яка включена в гонку споживання, викликаною гонкою капіталіста за прибутком, безперервного відтворення виробництва заради виробництва, був мало схожий на образ «економічної людини» як в його «підпільному», так і в трудовому варіанті.

Економічну соціалізованість сучасної молоді людини, її моральність, треба аналізувати в поняттях певної системи цінностей. На наш погляд,

сьогодні в українському суспільстві існують два полюси, дві системи моральних цінностей і норм. На наш погляд, сьогодні в українському суспільстві існують два полюси, дві системи моральних цінностей і норм. Одна базується на загальнолюдських гуманістичних началах, де домінуючими виступають принципи свободи, особистої автономії, поваги до прав інших людей, самореалізації особистості. В основу іншої системи поставлені матеріальні блага, авторитет в суспільстві, досягнення престижу в очах інших, споживання і придбання, незалежно від того, якими засобами здійснюється досягнення мети. Відповідно до цієї системи моральних цінностей формується економічна культура особистості, започаткована на Заході в середині ХХ ст., яка тепер набуває дедалі більшого поширення на теренах нашої країни. Вона пов'язана з тим, що людство відкинуло на периферію суспільної свідомості питання духовності, моралі, натомість спрямувало свої помисли і сили на підвищення матеріального благополуччя, опинившись у його тенетах.

Сьогодні під впливом західного суспільства у вітчизняну систему моральних цінностей багатьма інформаційними засобами активно насаджуються три наступних системи: 1) індивідуалізм; 2) гедонізм; 3) конс'юмеризм, які суттєво впливають на економічну поведінку особистості.

Радикальний індивідуалізм став знаком сучасної системи цінностей. Він своїми настановами («займайся своєю справою», «шукай свою вигоду», «плюй на закон і мораль», «люби себе» тощо) спонукає особистість до абсолютизації своєї позиції і протиставлення суспільству, до переважання особистих інтересів над суспільними. Ці настанови заставляють людей думати, що вони можуть знайти своє щастя і реалізувати себе поза суспільством, замість того, щоб шукати його всередині суспільства.

Другою складовою нової системи цінностей є **гедоністична складова** сучасної моралі, в основу якої покладена концепція, що самодостатність і щастя людини базуються на задоволенні. Зовнішня привабливість, юність стають важливими цінностями. Споживання товарів також є джерелом задоволення, гарантом щастя на протигагу традиційній моралі, яка наполягає на виконанні обов'язків, на відповідальності, на роботі, конструктивних цінностях.

Третьою важливою складовою сучасної західної моралі є **конс'юмеризм**, який дедалі більше поширюється серед усіх верств нашого суспільства. Це ідеологія, яка стверджує вірність постійному споживанню товарів і послуг, мотивує нездорове задоволення від придбання предметів матеріальної культури. Найважливішими його механізмами є контроль над іншими через процеси володіння, панування і спокуси. Володіння матеріальними благами чи багатством вважається природною метою людських дій, єдиним джерелом престижу, поваги і становища у суспільстві. Все це насаджується з допомогою гучних рекламних кампаній, соціальних сіток, «універсальних посібників» успішних бізнесменів тощо, де моральна

основа відходить на задній план. Особлива ставка у просуванні конс'юмеризму робиться на молодь, у руках якої майбутнє країни.

Так, на думку бізнес-філософа, теле-радіоведучого Г. Балашова, щоб добиватися свого, «треба бути антисоціальною особистістю, плювати на правила поведінки у групі, соціальні норми і заборони»; «щоб заробити перший капітал, доведеться збрехати, навішати на себе зобов'язання, вплутатися у сумнівні справи, порушувати всі закони логіки і фізики, наплювати на податкове законодавство і закони, ризикувати, відбирати, перемагати конкурентів» [12, с. 129, 19].

Сьогодні ми, як і весь світ, зіштовхнулися з настирливими спробами нав'язати одноманітну, стандартизовану глобальну культуру західного походження (переважно англо-американську) зі своїми стандартами. Поширюються не лише елементи матеріальної культури споживання, а й універсального образу життя, мислення, світогляду, соціальної поведінки (комп'ютерні і комунікаційні технології, торговельні сітки і тренди, телепрограми, популярна музика, література, кінофільми, ігрові заклади, заклади сфери послуг і т.п.), розраховані на різну вікову категорію. Перш за все ці елементи культури стають привабливими для дітей, юнацтва, студентської молоді, оскільки сприймаються ними некритично, без урахування нашої ментальності, культури, моралі.

Основний принцип конс'юмеризму – твердження, що успішна людина весь час щось споживає, що всім іншим для досягнення успіху треба робити так само («бути такими, як усі»). На просування цього принципу активно працюють нові інформаційні технології, засоби масової інформації. Для обробки масової свідомості виробники товарів та послуг створюють і фінансують наукові школи, розробляють методики реклами і просування товарів. Сучасним споживачам навіюється переконаність у тому, що для того, щоб відповідати вимогам часу, вони повинні у заданому виробниками темпі купувати не лише предмети, а набувати навичок заробляння грошей; навичок переконувати роботодавців у тому, що вони вміють працювати; мати модний імідж; способи переконувати оточуючих у тому, що вони дійсно є такими, якими тепер виглядають; способи набуття нових потрібних друзів і позбавлення від старих, небажаних; способи отримання максимального задоволення від любові і уникнення залежності від коханого чи люблячого партнера [13, с. 78]. Особливих обертів набуває інформаційний конс'юмеризм, який став культурним трендом сучасності. Рівень якості життя став визначатися наявністю у людини певного набору засобів для комунікації з іншими людьми. Така парадигма формує нову людину – «людину сітьову», залежну від постачальників інформаційних послуг. Сьогодні у молодій людині немає потреби тримати в голові великий обсяг інформації, яку можна легко і просто отримати із Інтернету, з мобільних телефонів, телевізорів, радіо, яка не завжди підлягає моральній цензурі.

Якщо у докапіталістичних, доринкових суспільствах мораль і право визначали дії людей в економічній області, перш за все у сфері розподілу суспільного продукту, то в ринковій економіці дії людей стали визначатися переважно прагненнями до матеріальної вигоди і раціональними розрахунками. Тому в умовах конкуренції люди, які не рахуються з моральними приписами, мають більше шансів добитися успіху, про що зазначав відомий американський фінансист Дж. Сорос в книзі «Криза світового капіталізму» [14]. У суспільстві споживацтва головними постулатами конс'юмеризму є: «здатність продати і купити якомога більше», «після мене хоч повинь», принцип «халявності» (бажання отримувати все, не доклавши власних зусиль, власну працю). Як наслідок, накопичення матеріальних цінностей досягло найвищої за усі попередні часи точки, як і число людей, які відчують пустоту свого життя. Для обробки масової свідомості ідеологи конс'юмеризму створюють і фінансують наукові фінансові школи, розробляють методики реклами і просування на ринку товарів брендових марок і масового споживання. Поступове перетворення суспільства в конс'юмерне зробило необхідним панування ЗМІ. Це призвело до того, що зараз саме реклама, інфорномія («медіократія» - mediocrity, за терміном американського філософа Пола Куртца), а не мораль формує моральне обличчя людини, її смаки, образ поведінки, стиль життя. Інфорномія протистоїть і праву, і моралі. Комерційна реклама, рекламна індустрія знаходяться у стані війни із традиційними цінностями, продаючи не стільки товари, послуги, скільки збудження, бажання їх придбати. Виникнення і розвиток інфорномії неминуче призводить до уніфікації людей, тобто таких, яких можна штампувати згідно готових зразків, які все більше втрачають здатність до самостійного мислення.

На наш погляд, українській молоді бракує економічної культури для належної оцінки з точки зору моралі цих систем. Важливе значення має система ціннісних орієнтацій особистості, яка включає економічну свободу, конкуренцію, повагу до будь-яких форм власності, до комерційного успіху як великого соціального досягнення.

На наш погляд, високий рівень економічної культури, наповнення її моральною складовою, сформоване економічне мислення надають молодій людині можливість уникнути тенет вище вказаних ціннісних систем.

Поняття «економічна культура особистості» крім якісної характеристики соціальності, вкоріненої в економічних процесах, характеризує також здатність людини до трудової діяльності, без якої неможливе саме відтворення людського життя, особистості. Як зазначає Т. Єфременко, економічна культура людини базується на трьох «китах»: знаннях і цінностях, ґрунтованих на моральних, духовних засадах, та естетичних, що виявляються у розумінні й сприйнятті краси, почутті прекрасного. Знання як результат освоєння буття визначають предметний зміст і рівень культури; духовні засади – інтенціональність, спрямованість,

вищу мету культури та діяльності, в якій вона опредмечується; а естетичні цінності – форми її вияву [15, С. 129].

Суспільні трансформації в Україні за останні двадцять років, суттєві інституційні зміни, впровадження ринкових механізмів призвели до переосмислення та переоцінки молодими людьми соціально-політичної, економічної, правової ситуації в країні, поза її межами, до зміни їх ціннісних орієнтацій, мотивації поведінки. У рамках нової соціально-економічної парадигми розвитку суспільства відбувається зміна системи ціннісних орієнтацій особистостей. Економічний лібералізм, конкуренція, прагнення до отримання прибутку тощо неоднозначно впливають на моральність, на ціннісні орієнтації особистості. З одного боку, вони стимулюють ініціативу, розширюють можливості для розвитку здібностей і творчої активності людини. Разом з тим, розвиток економічного лібералізму та конкуренції заради прибутку, призводить до загального відчуження, до психічних фрустрацій, неврозів тощо. В умовах ринкових відносин особистість змушена постійно «переоцінювати» свої орієнтації, що посилює загрозу утворення екзистенціального вакууму.

В період реформування у суспільстві відбуваються відповідні перетворення в економічній свідомості особистості. Вони є суперечливими, оскільки з постійним ростом економічної грамотності часто поєднуються неадекватні варіанти економічної поведінки, спровоковані інертністю, довірливістю, орієнтацією на швидкий і непідкріплений ніякими зусиллями успіх, на ризик без розрахунку. Водночас із важливими зсувами у мотиваційно-вольовому блоці в бік активності поєднується автономність від моральності особистості. Економічні якості особистості і норми поведінки можуть бути як позитивними (підприємливість, бережливість, дисциплінованість), так і негативними (безгосподарність, марнотратність, горлохватство, шахрайство). За сукупністю цих економічних якостей можна оцінювати рівень економічної культури особистості.

У сучасному світі молода людина живе і розвивається у оточенні різноманітних джерел сильного впливу на неї як позитивного, так і негативного плану; щоденно ці джерела масовано впливають на поведінку, інтелект і почуття молоді, у якої сфера моральності ще тільки формується. А тому частина молоді вважає, що можна допускати аморальні засоби досягненні своїх економічних цілей. Вибір моральних еталонів поведінки в економіці, ефективність вирішення економічних задач багато в чому залежать від соціально-психологічних якостей особистостей як учасників економічної діяльності.

Економічна культура особистості є показником її інтегрованості в економічний соціум, можливості відчувати себе його повноцінним суб'єктом, економічно успішною людиною. Вона позиціонує окрему особистість по відношенню до інших взаємодіючих суб'єктів.

Моральність особистості, її взаємопов'язаність із економічною культурою – одна із тих проблем, до яких психологічна наука звертається нечасто і неохоче. Причин – багато. Вони полягають у тому, що психологи часто сприймають цю проблему як «закріплену» за філософією, етикою. А також у тому, що моральна проблематика погано піддається емпіричному дослідженню. Водночас при вивченні моральності частина психологів намагається абстрагуватися від цінностей, а без цього вивчати моральність особистості неможливо. Аналізувати і вивчати економічну культуру особистості, її моральні засади треба в рамках певної системи цінностей і моральних норм, поширених в суспільстві, та стану моралі.

Основна теоретична та емпірична задача у дослідженні ролі морального фактора в економічній культурі особистості полягає у побудові детермінант етичної поведінки особистості. Теоретичним підґрунтям цьому слугує концепція психологічних відносин, розроблена у роботах А.Ф. Мазурського, В.М. Мясичева, Б.Ф. Ломова, К.К. Платонова, О.В. Шорохової, П.Н. Шихирева, В.П. Познякова, І.Р. Сушкова та ін. [16, 17, 18, 19, 20, 21, 22].

Методологічними засадами дослідження виступають основні положення інтеріндивідуального та інтерсуб'єктного підходу до процесу економічної соціалізації особистості (В.О. Васютинський, В.В. Москаленко); структурно-функціонального підходу до вивчення процесу економічної соціалізації (Н.М. Дембицька, В.В. Знаков, І.К. Зубіашвілі, Б.Ф. Ломов, В.В. Москаленко, О.О. Міщенко, А.І Кітов); концепції соціальних репрезентацій (С. Московічі, М. Заваллоні) [23, 24, 25, 26, 27, 28].

За своєю сутністю економічна культура особистості являє собою систему психологічних знань і здатності їх використовувати відповідно до властивостей особистості, а також високих морально-етичних норм і духовних цінностей, психологічних відносин.

4.2. Емпіричне дослідження особливостей моральної орієнтації студентської молоді як складової їх економічної культури

Виявлення особливостей моральної орієнтації особистості як складової її економічної культури здійснювалось нами через вивчення в структурі економічної культури особистості системи психологічних уявлень про мораль і моральність; моральних стратегій; моральних орієнтацій; економічних ціннісних репрезентацій особистості.

Основними задачами дослідження було визначено:

1) На основі аналізу наукової літератури розробити та обґрунтувати концепцію дослідження моральних аспектів становлення економічної культури молоді. 2) Визначити роль і місце моральності у формуванні економічної культури особистості. 3) Визначити змістові характеристики структурних компонентів моральності особистості як основи сформованості

економічної культури студентської молоді. 4) Визначити економічні ціннісні репрезентації особистості, які зумовлюються економічними цінностями сучасного суспільства та моральними особливостями особистості.

На основі теоретичного аналізу етико-філософських робіт було виділено наступні змістові елементи, які можуть відображати суб'єкт-об'єктну сторону відносин моральності як складової економічної культури: а) ставлення до моралі та її місця в системі регуляторів життя суспільства (поряд із правом, звичаями, релігією тощо); б) ставлення до абсолютності та непорушності моральних норм; в) ставлення до меж норм; г) ставлення до джерел моральних санкцій: зовнішнього характеру (бог, правитель, держава, суспільство) чи внутрішнього (опора на саморегуляцію); д) ставлення до невідворотності покарання за порушення моральних норм і можливості спокути; е) ставлення до переліку найбільш важливих моральних норм; є) ставлення до ієрархії моральних норм; ж) ставлення до змісту окремих норм.

Кількісними показниками психологічного ставлення до дотримання моральних норм можуть слугувати: рівень відносин, гнучкість (ступінь диференціації рівня відносин при взаємодії з іншими людьми), і стійкість у часі.

За структурою психологічні відносини моральності включають в себе когнітивний, емоційний (афективний) і конативний (поведінковий) компоненти. А.Л. Журавльов, А.Б. Купрейченко визначають психологічні відносини моральності як емоційно забарвлені уявлення і оцінки об'єктів, явищ і подій, пов'язаних із моральністю і моральною регуляцією життя суспільства, групи чи особистості. Психологічне ставлення до дотримання моральних норм – один із компонентів психологічних відносин моральності, який тісно пов'язаний з моральною поведінкою, тобто з конативним компонентом [3, с. 53].

- На нашу думку, **когнітивний компонент** відношень моральності визначається знаннями і раціональною оцінкою моральної регуляції економічного життя суспільства, групи чи особистості.

- **Емоційний компонент** визначається емоційно забарвленими думками і оцінками особистістю об'єктів, подій і явищ моральності, зокрема у економічній сфері.

- **Конативний компонент** представлений у свідомості суб'єкта у вигляді мотивів, намірів і готовності здійснювати вчинки, пов'язані з моральною регуляцією своєї економічної діяльності та економічної діяльності інших людей.

Слід враховувати, що на моральну поведінку індивіда суттєво впливає ряд факторів і змінних: а) існуючі в суспільстві норми моралі, які мають культурно-історичну і соціально-групову специфіку; б) умови середовища. Сприйняття та інтеріоризація моральних норм залежить від особливостей особистості. Суттєвий вплив може здійснювати вік і життєвий досвід індивіда, тобто фактор часу. Специфіка поведінки визначається також

особливостями ситуацій, в які включені інші люди. Індивід може керуватися різними правилами поведінки по відношенню до різних груп зі свого соціального оточення. Між цими змінними існує певна складна система зв'язків та впливів; вони з часом можуть змінюватися.

У системі детермінант ставлень до дотримання моральних норм на рівні особистості важливу роль відіграє приналежність до певних соціальних груп. Значущими є також індивідуально-психологічні особливості особистості (зокрема, ціннісні орієнтації і вікові стадії морального розвитку). Однак поведінка людини в конкретних ситуаціях визначається більшою мірою іншими факторами, а саме характеристиками тих соціальних ситуацій, в яких відбувається моральний вибір.

Пілотажне дослідження ролі морального фактора в економічній культурі особистості здійснювалося на авторській анкеті. Респонденти пілотажного опитування – підприємці та менеджери різних форм власності (30 чол., віком до 35 років). Переважна більшість із них зазначили, що самими актуальними напрямками реформування нашого суспільства поряд із економічними реформами є падіння моралі в суспільстві, розвиток молодіжного підприємництва, боротьба з корупцією, криміналізацією суспільства. 80 % респондентів цікавляться станом моралі в суспільстві; контент-аналіз відповідей показав, що цей стан вони оцінюють як «низький» і «дуже низький». В основі моральної поведінки особистості лежать цінності, а не заборони, страх покарання. Найважливішими термінальними цінностями (цінностями-цілями), що дозволяють вирішити власні життєві проблеми, економічну стабільність, респонденти відзначили: чесність, моральність, вихованість, освіченість, відповідальність, ефективність у справах, тобто переважно ті цінності, які мають моральну основу. У п'ятірку найбільш важливих інструментальних цінностей поряд із такими традиційно важливими цінностями, як «здоров'я», «сім'я», «свобода», «впевненість у собі», увійшла «матеріальна забезпеченість», як один із елементів комплексу «економічних цінностей».

В оцінці ставлення більшості людей до аморальних відхилень у економічній сфері думки респондентів розділилися: 50% вважає, що «недоброзичливо, несхвально», а 50% - «нейтрально, байдуже». Заради досягнення бажаного результату в економічній діяльності серед чотирьох орієнтацій (егоцентрична, групоцентрична, гуманістична та світотворча) перевага віддана гуманістичній та світотворчій. З точки зору моралі закони, що визначають економічний розвиток нашої країни, на думку 30% фахівців-практиків, вони є «несправедливими щодо певних верств населення»; 30% - такими, що «нехтують інтересами тих людей, які хотіли б чесно вести свій бізнес», а 22% - такими, що «дають можливість олігархам ще більше збагачуватися». Як показав досвід спілкування з респондентами в процесі проведення дослідження, проблеми моральної регуляції економічної активності є досить актуальною темою для багатьох: 88% виявляють дуже

слабке бажання «йти на економічний ризик у будь-який аморальний спосіб (переступивши моральні норми) заради підвищення своїх доходів».

Моральність виступає важливою детермінантою економічної соціалізації особистості, її економічної культури. Психологічне ставлення до дотримання моральних норм є одним із структурних компонентів відносин моральності, а саме конативним (поведінковим) компонентом. Психологічне ставлення до дотримання моральних норм представлено у свідомості суб'єкта у виді мотивів, намірів і готовності здійснювати вчинки, пов'язані з моральною регуляцією.

Особливості ринкової економіки, безкарність, корупційні схеми збагачення за відсутності чи нехтування мораллю підштовхують молодих людей до протиправних дій в економічній сфері. Основною мотивацією таких вчинків, на думку респондентів, є: можливість отримання легких грошей (зазначили 25%), неможливість законним чином заробити гроші (21%), недовіра моральної перестороги всередині себе (25%), низький рівень доходів у сім'ї (20%).

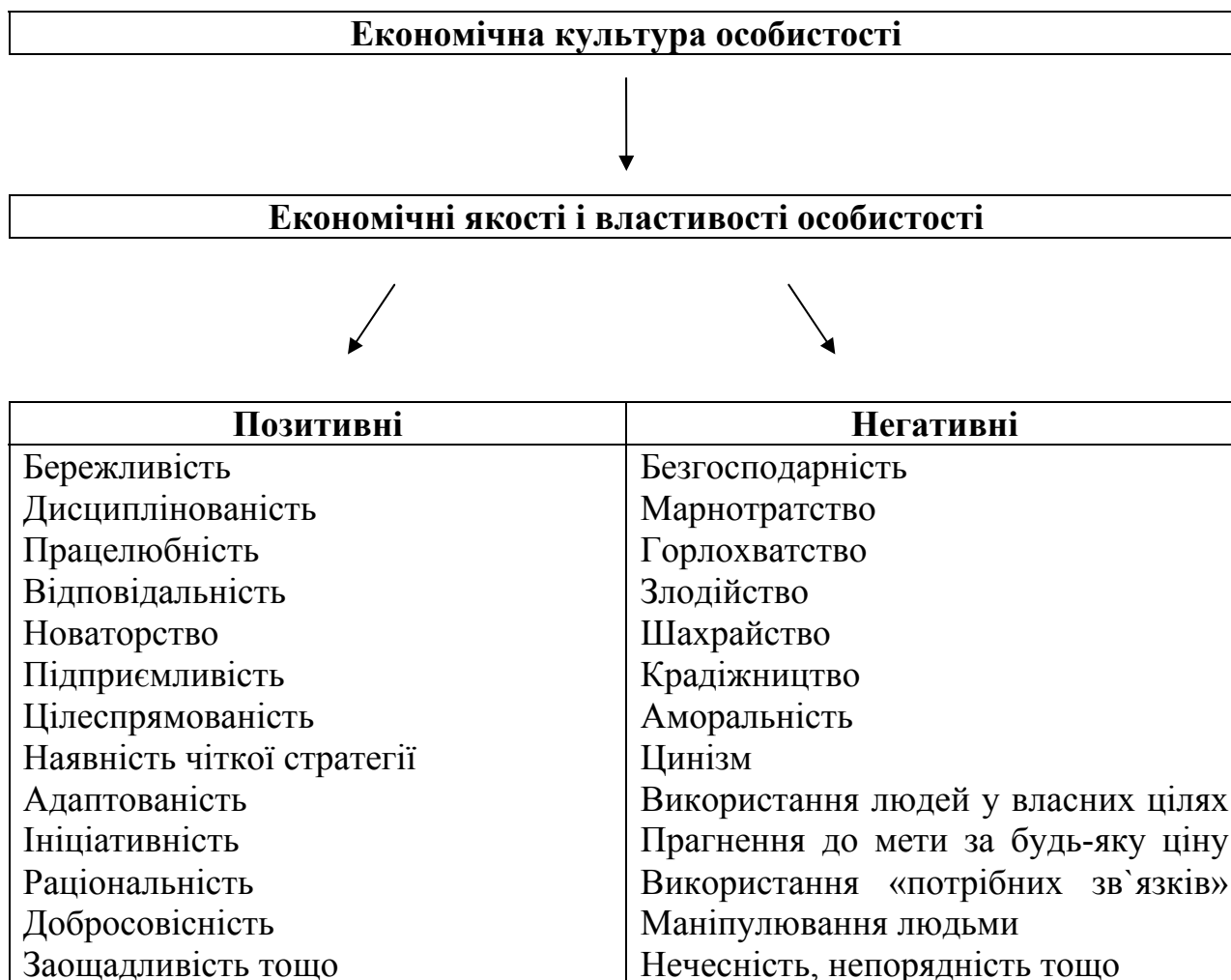
Для проведення емпіричного дослідження моральних аспектів становлення економічної культури студентської молоді використовувалось опитування (за допомогою авторської анкети, використовуючи окремі положення методики «Моральне самовизначення особистості» А.Є Воробйової та А.Б Купрейченко). Опитування здійснювалося на експериментальних майданчиках НДР, якими визначено вищі навчальні заклади м. Києва, інших міст у відповідності з укладеними договорами. **Вибірка** сформована із студентів Інституту соціальних наук і самоврядування імені Гейдара Алієва Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналу», кафедра загальної та практичної психології), а також студентів Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича; спеціалізація студентів – психологи та економісти.

У дослідженні взяли участь 64 особи – юнаки та дівчата у віці переважно 19-20 років. Вибірку склали студенти МАУП, факультет «Психологія», спеціалізація «практичний психолог» (21 особа), факультет «Міжнародна економіка і фінанси», спеціалізація «фінанси і кредит» (20 осіб) та студенти Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича, факультет «Педагогіки, психології і соціальної роботи», спеціалізація «практична психологія» (22 особи). Серед досліджуваних дівчат більше, ніж юнаків (61% - жіноча стать, 39% - чоловіча), що загалом відбиває тенденції статевого розподілу у закладах освіти. Вік – переважно 19-20 років (57%), 16% - 21-24 роки; 27% - 25 і більше років. Освіта – незакінчена вища; 78% - неодружені; 14% - одружені, є діти.

Економічна культура особистості – це органічна єдність свідомості та практичної діяльності, яка визначає творчу спрямованість економічної активності людини у процесі виробництва, розподілу та споживання. У

структурі економічної культури можна позначити найбільш вагомі її елементи: знання та практичні уміння, економічна спрямованість, способи організації і діяльності, моральні норми, що регулюють відносини та поведінку людини.

Основою економічної культури особистості є свідомість та економічні знання. Економічні знання – це сукупність економічних уявлень про виробництво, обмін, розподіл та споживання матеріальних благ, вплив економічного життя на розвиток суспільства, про шляхи, форми, методи, які сприяють стійкому розвитку суспільства. Ці знання є важливим компонентом економічної культури особистості. Вони формують уявлення про економічні взаємозв'язки у оточуючому світі, закономірності розвитку економічного життя суспільства. На їх основі розвивається економічне мислення і практичні уміння економічно грамотної, морально обгрунтованої поведінки, а також значущі у сучасних умовах економічні якості особистості.



Накопичені знання людина активно виокристовує у повсякденній діяльності, тому важливою складовою її економічної культури висуває економічне мислення. Воно дозволяє пізнавати сутність економічних явищ і

процесів, оперувати завоеваними економічними поняттями, аналізувати конкретні економічні ситуації.

Вибір моральних еталонів в економіці, ефективність вирішення економічних задач багато в чому залежить від соціально-психологічних якостей особистості як учасника економічної діяльності. Серед них важливим елементом економічної культури є економічна спрямованість особистості, компонентами якої виступають потреби, інтереси і мотиви діяльності людини в економічній сфері. Спрямованість особистості включає соціальну настановленість і соціально значущі цінності, на які орієнтується особистість.

Економічна культура особистості прослідковується через сукупність її особистісних властивостей і якостей, сповнених моральним змістом, які є певним результатом її участі в економічній діяльності. За сукупністю цих якостей можна оцінити рівень економічної культури особистості.

Моральність виступає важливою детермінантою економічної поведінки та культури особистості. Структуру психологічних відносин моральності можна представити так:

Психологічні відносини моральності як детермінанти економічної культури особистості					
Суб`єкт-об`єктні ставлення			Суб`єкт-суб`єктні ставлення		
Когнітивний компонент	Афективний компонент	Конативний компонент	Когнітивний компонент	Афективний компонент	Конативний компонент
Ставлення до моралі та її місця в системі регуляторів економічного життя суспільства	Ставлення більшості оточуючих людей до аморальних відхилень в економічній сфері	Зацікавленість станом справ в економіці, станом моралі нашої країни (міста)	Абсолютність/відносність моральності	Ставлення особистості до організації економічної діяльності в суспільстві, сприймання свого «Я» як суб`єкта економічної діяльності	Моральні орієнтації особистості в економічній діяльності Локус-контролю, мотивація досягнень, спрямованість на майбутнє, інтереси в економічній діяльності

Уявлення про мораль і моральність					
Уявлення про інтереси суспільства, про суб'єкта економічної діяльності					

Аналіз результатів дослідження

У ході опитування респондентам пропонувалось оцінити, які напрями реформування нашого суспільства вони вважають самими актуальними (табл.4.1).

Таблиця 4.1

Оцінка найбільш актуальних напрямів реформування нашого суспільства

Найбільш актуальні напрями реформування нашого суспільства	У % від загальної кількості опитаних
1) Економічні реформи.	78
2) Розширення демократії і розвиток самоуправління.	19
3) Розвиток національної культури (мова, література, мистецтво).	27
4) Боротьба з бюрократією.	37
5) Падіння моралі в суспільстві.	45
6) Політичні реформи, організація нових партій і рухів	3
7) Захист оточуючого середовища, благоустрій міста, району.	24
8) Розвиток засобів масової інформації, їх незаангажованість (телебачення, радіо, преса).	10
9) Реформи у сфері освіти.	27
10) Соціальний захист населення.	52
11) Поліпшення міжнаціональних відносин.	16
12) Реформування виборної системи.	10
13) Розвиток підприємництва, у тому числі молодіжного.	33
14) Боротьба з корупцією, криміналізацією суспільства.	71
15) Розробка соціальних програм, адресованих різним шарам населення, у т.ч. молоді.	17
16) Боротьба із злочинністю.	32

Дослідженням встановлено, що із 16-ти напрямів реформування нашого суспільства респонденти виділили 4 найбільш актуальних, у тому числі й моральний фактор: «економічні реформи», «боротьба з корупцією, криміналізацією суспільства», «соціальний захист населення», «падіння моралі в суспільстві» (від 78% до 45%). У той же час «розробка соціальних програм, адресованих різним шарам населення, у т.ч. молоді», «розвиток підприємництва, у тому числі молодіжного», «політичні реформи, організація нових партій і рухів», «розвиток засобів масової інформації, їх незаангажованість (телебачення, радіо, преса)», «розширення демократії і розвиток самоуправління», на думку респондентів, не є злгоденними.

Отже, хоч молодь переймається гострими проблемами суспільного розвитку, які заважають Україні стрімко розвиватися, однак вона ще недостатньо осмислює значення таких факторів, як розвиток молодіжного підприємництва, самоуправління, розширення демократії, незаангажованість засобів масової інформації, реформування виборної системи, боротьба з бюрократією тощо, без яких важко здійснити ефективні трансформації в суспільстві.

Встановлено, що студентська молодь проявляє середній інтерес до як до стану справ в економіці нашої країни, так і до стану моралі у суспільстві (зазначили 68% та 62% відсотків респондентів). При цьому показник «високий інтерес» є дещо вищим до стану моралі, ніж до стану економіки (32% проти 22%).

У конативному компоненті суб'єкт-суб'єктних ставлень особистості важливу роль відіграють **моральні орієнтації особистості в економічній діяльності**, мотивація досягнень, спрямованість на майбутнє, інтереси в економічній діяльності тощо. Із 4-х моральних орієнтацій (егоцентричної, групоцентричної, гуманістичної та світотворчої) суттєва перевага віддана *гуманістичній* («при прийнятті рішень треба керуватися загальнолюдськими цінностями»; «у вчинках завжди треба враховувати інтереси і права інших людей, навіть незнайомих») та *світотворчій* («в умовах глобальних змін на нас лежить відповідальність за формування нових етичних «кодексів»). Це зазначили відповідно 75 та 65% респондентів.

Можна стверджувати, що студентська молодь добре розуміє значущість та роль моралі у суспільстві. Для 68% - «суспільство обов'язково деградує без моральних норм», для 65% - «моральні норми є фундаментом суспільства, основою співробітництва людей»; 45% вважає, що саме «з допомогою моралі, моральних норм суспільство регулює поведінку своїх членів».

Разом з тим студентська молодь більш чи менш чітко усвідомлює аспекти абсолютності / відносності моральності, однак лише 14% опитуваних вважає, що «моральні норми створюються заможними, владними людьми, щоб управляти іншими», а 27% , що «не може бути ніякої «моралі для своїх» і «моралі для чужих».

Таблиця 4.2

Оцінка доцільності моральних норм у суспільстві

Доцільність моральних норм у суспільстві	У % від загальної кількості опитаних)
1) Моральні норми створюються заможними, владними людьми, щоб управляти іншими. (походження моралі як явища)	14
2) Моральні норми – це фундамент суспільства, основа співробітництва людей. (значущість моралі, моральності для суспільства)	65
3) Суспільство обов'язково деградує без моральних норм. (значущість моралі, моральності для суспільства)	68
4) Моральні норми з часом «старіють» і потребують заміни. (абсолютність/відносність моральності)	29
5) Моральні норми є відносними, кожен повинен мати свій «моральний кодекс». (абсолютність/відносність моральності)	30
6) Не може бути ніякої «моралі для своїх» і «моралі для чужих». (абсолютність/відносність моральності)	27
7) З допомогою моралі, моральних норм суспільство регулює поведінку своїх членів. (значущість моралі, моральності для суспільства)	45
8) Суспільство повинно регулюватися законами, а не моральними нормами. (значущість моралі, моральності для суспільства)	24

Когнітивний компонент економічної культури представлений уявленнями студентів про інтереси суспільства, про суб'єкта економічної діяльності (табл.4.3).

Переважає більшість опитуваних (87–76%) упевнена, що законодавча база, яка визначає соціально-економічний розвиток нашого суспільства є недосконалою, при її розробці лобіюються інтереси заможних верств населення, створюються сприятливі умови для ще більшого збагачення олігархів, нехтуються інтереси тих людей, які б хотіли чесно вести свій бізнес. Лише невелика частка респондентів (2-3%) вважає, що закони «захищають, враховують інтереси всіх верств населення», несуть в собі моральне підґрунтя.

Ще Цицерон стверджував, що закони повинні карати зло і заохочувати добро, тобто, закони з допомогою держави повинні заохочувати моральне у суспільстві. Адже мораль – це критерій, який показує, на якому рівні розвитку знаходиться суспільство; вона вносить в економіку своєрідний

«обмежувач» безмежних потреб. Якщо у економічних законів такого «обмежувача» немає, то одні верстви населення отримують переваги для свого економічного розвитку, укорінюється всепоглинаючий егоїзм кожного індивіда. Це призводить до паразитування окремих верств населення, до збільшення нерівності у суспільстві.

Таблиця 4.3

Оцінка з точки зору моралі законів, що визначають економічний розвиток нашої країни

З точки зору моралі закони, що визначають економічний розвиток нашої країни	У % від загальної кількості опитаних
1) Захищають, враховують інтереси всіх верств населення.	3
2) Засновані на засадах моральності.	2
3) Несправедливі щодо певних верств населення.	76
4) Дають можливість олігархам ще більше збагачуватися.	84
5) Нехтують інтересами тих людей, які хотіли б чесно вести свій бізнес.	87
6) Здебільшого є аморальними по суті.	46

Водночас, розуміючи недосконалість «морального обмежувача» законодавчої бази, 65% респондентів вважає, що більшість оточуючих людей ставляться недобррозичливо, несхвально до аморальних відхилень в економічній сфері, а 30% - нейтрально, байдуже; і лише 2% - доброзичливо, схвально.

В афективному компоненті економічної культури досліджувалося сприймання студентами суб'єктів економічної діяльності, враховуючи їхні статки та засоби їх досягнення. Розшарування суспільства, яке відбулося за часів ринкового господарювання, різними людьми сприймається по-різному. У буденній свідомості, на нашу думку, ставлення до заможних, успішних, процвітаючих людей поступово змінюється від різко негативного до більш терпимого, позитивного. Навіть можна стверджувати, що успішна підприємницька страта перетворюється в еталонну, референтну групу для значної частини молодих людей.

Про переважно нейтральне ставлення до економічно успішних людей свідчать відповіді респондентів (табл. 4.4):

При цьому 60 % респондентів допускають що багаті, заможні люди зажили своїх статків у нечесний спосіб (цілком впевнені у цьому 16%, непевнені – 6%, а не змогли визначитися у своїй оцінці 16%).

Таблиця 4.4

Оцінка ставлення до багатих заможних людей

Як особисто Ви ставитеся до багатих, заможних людей?	У % від загальної кількості опитаних, %
Доброзичливо	13
Нейтрально	71
Вороже	0
Важко відповісти	14

Бідність і багатство – це доволі «свіжі» поняття для соціологічного та психологічного сприйняття обивателя. Ще десять років тому вітчизняних громадян не прийнято було поділяти на полярні за матеріальним становищем групи. Сьогодні багатство із абстрактного поняття перетворилося у конкретну ціль і цінність, якими молоді люди оперують досить вільно. На відміну від попереднього покоління, яке виросло у суспільстві, де категорія багатства містила у собі негативний відтінок, а матеріальне благополуччя асоціювалося в основному із середнім рівнем життя («не бути бідними, нужденними»), сучасна молодь легко прийняла у свій ціннісний світ багатство, гроші як важливий показник життєвого успіху.

На цьому фоні прагнення сучасних молодих людей мати високий дохід, стати багатими може видатися аморальними. На наш погляд, тут більше проглядає зміщення інтересів у бік прагматизму. Гроші стають необхідною умовою самореалізації та повноцінного розвитку - фізичного, інтелектуального, культурного, духовного. Високий рівень достатку розглядається як передумова для підвищення самооцінки і входження в еталонну референтну групу, отримання хорошої освіти і заключення вдалого шлюбу.

На думку респондентів, важливими засобами досягнення цілей у житті є «уміння пристосуватися» (81%, зовсім не важливим це уміння вважають 5%); «гроші» (71% - не важливими 6%); «зв'язки з потрібними людьми» (73% - не важливими 0%); «освіта» (59% - не важливою - 6%) (табл.4.5).

До числа важливих якостей респонденти віднесли також «працелюбність» (78%), «ініціативність, винахідливість» (68%), «чіткі життєві плани» (68%), «здібності, талант» та «хороше здоров'я» (по 63%). Водночас «чесність і принциповість» як важливі моральні якості, що дозволяють досягти успіху у житті, не отримали такої ж високої оцінки, 37% вважають їх «не дуже важливими, а 13% - «зовсім не важливими».

Щодо ролі таких засобів, як «допомога батьків, родинні зв'язки», «удача, везіння», то думки опитуваних розділились майже порівну щодо їхньої важливості і неважливості.

Таблиця 4.5

**Оцінка якостей і засобів досягнення цілей,
які є важливими для успіху в житті
(у % від загальної кількості опитаних)**

	Якості, досягнення цілей	засоби	Важливо	Не дуже важливо	Зовсім не важливо	Важко відповісти
1	Здібності, талант		63	29	2	3
2	Працелюбність		78	21	2	0
3	Освіта		59	33	6	2
4	Допомога батьків, родинні зв'язки		49	40	8	3
5	Удача, везіння		46	40	8	6
6	Зв'язки з потрібними людьми		73	27	0	0
7	Чесність, принциповість		46	37	13	5
8	Ініціативність, винахідливість		68	27	2	3
9	Хороше здоров'я		63	30	3	2
10	Гроші		71	19	6	3
11	Уміння пристосуватися		81	10	5	5
12	Чіткі життєві плани		68	27	0	5
13	Уміння використовувати людей для досягнення своїх цілей		43	35	11	10

Проаналізовано також уявлення студентів про сучасну молодь як учасника економічних віносин (табл.4.6).

Серед якостей, які притаманні **більшій частині молоді**, респонденти відмітили; «надмірну турботу про розваги, зовнішній вигляд» (67%), «надмірний інтерес до придбання речей» (65%), «зловживання алкоголем» (54%), «зайнятість виключно своїм особистим благополуччям» (52%). Тобто, в оцінках опитуваних щодо ролі молоді прослідковується тенденція індивідуалістичного спрямування особистості.

Меншій частині молоді, на думку респондентів, притаманні такі якості моральної свідомості, як «принциповість, відповідальність» (67%); «чесність, порядність» (63%); якості, пов'язані зі ставленням до діяльності, до інших людей - «схильність до ризику, інновацій» (65%); «ініціативність» (67%); «чуйність, готовність прийти на допомогу» (65%); прагнення добре вчитися» (67%).

Таблиця 4.6

Оцінка якостей, притаманних сучасній молоді
(у % від загальної кількості опитаних)

		Притаманн і більшій частині молоді	Притаманн і меншій частині молоді	Не притаманн і	Важко відповісти
1	Прагнення добре вчитися	16	67	8	10
2	Ініціативність	19	67	10	3
3	Чесність, порядність	13	63	13	11
4	Принциповість, відповідальність	8	70	13	11
5	Схильність до ризику, інновацій	19	65	11	5
6	Чуйність, готовність прийти на допомогу	13	65	10	11
7	Оптимізм	44	40	5	6
8	Впевненість у завтрашньому дні	13	43	24	19
9	Прагнення своє особисте майбуття пов'язувати з майбутнім України	17	38	19	27
10	Агресивність, жорстокість	37	40	11	13
11	Надмірна турбота про розваги, зовнішній вигляд	67	25	3	3
12	Надмірний інтерес до придбання речей	65	25	5	3
13	Зловживання алкоголем	54	30	2	14
14	Вживання наркотиків	24	43	13	21
15	Зайнятість виключно своїм особистим благополуччям	52	30	5	11
16	Схильність до протиправних дій	8	56	14	22
17	Бажання заробити гроші з допомогою різних афер	25	44	11	19
18	Байдужість до того, що відбувається у суспільстві	30	44	17	8
19	Бажання виїхати за кордон	65	22	3	10

Майже порівну розділилися думки респондентів щодо наявності у сучасній молоді оптимізму (44% вважає, що оптимізм притаманний більшій частині молоді, а 40% - притаманний меншій частині молоді). Можливо, невпевненість у завтрашньому дні, недостатній оптимізм позначається на тому, що у молоді виникає бажання виїхати за кордон (на думку 65% опитуваних, така тенденція притаманна більшій частині молоді).

Процес формування економічної культури та економічної соціалізації, як відомо, розгортається в трьох сферах, які тісно взаємопов'язані: діяльності, спілкування, самосвідомості. І він багато в чому

залежить від того, які цілі ставить перед собою людина, яким способом вона їх досягає, яку стратегію життя вибирає особистість.

Дослідження конативного компоненту економічної культури включало в себе оцінку ступеня бажання респондентів йти на економічний ризик моральними чи аморальними способами та оцінку основних причин, які підштовхують молодих людей до протиправних, аморальних дій в економічній сфері. Аналіз відповідей показав, що 79% респондентів виявили середнє бажання йти на економічний ризик лише моральними засобами заради підвищення своїх доходів; 11% - дуже слабке бажання, а 5% - сильне бажання. Виявили сильне бажання застосовувати аморальні способи (переступивши моральні норми) заради підвищення своїх доходів в ситуаціях економічного ризику лише 2% респондентів, середнє – 35%, а основний масив (63%)– дуже слабке бажання. Отже, можна стверджувати, що основна маса студентів воліла б досягати економічного успіху, ризикувати, застосовуючи моральні способи і засоби, виявляючи при цьому середнє бажання.

Як вважають респонденти (табл.4.7), основними причинами які підштовхують молодих людей до протиправних, аморальних дій в економічній сфері, є: «можливість отримання легкої здобичі, легких грошей» (76%); «неможливість законним чином заробити гроші» (63%); «низький рівень доходів у сім'ї» (52%). Водночас менше половини опитаних (41%) вважає, що «недієвість моральної перестороги всередині себе» є тим чинником, що спонукає молодь до аморальних дій в економічній сфері, а майже третина (27%) зазначає чинник «безкарності правопорушень в економічній сфері».

Таблиця 4.7

Оцінка основних причин, які підштовхують молодих людей до протиправних, аморальних дій в економічній сфері
(у % від загальної кількості опитаних)

Причини	Кількість опитаних, %
1) Правова необізнаність	17
2) Безкарність правопорушень в економічній сфері	27
3) Можливість отримання легкої здобичі, легких грошей	76
4) Низький рівень доходів у сім'ї	52
5) Неможливість законним чином заробити гроші	63
6) Недієвість моральної перестороги всередині себе	41
7) Розваги	10
9) Важко відповісти	3

Викривлена операціями «купівлі – продажу» моральність людини наших днів активно культивується в суспільній свідомості надзвичайно ефективними технічними телекомунікаційними засобами масової інформації. Можна стверджувати навіть про справжню агресію глобальної аморальності на моральні засади людства, яка підкріплюється економікою загального обману споживачів матеріальних благ.

Економічна аморальність починається там і тоді, коли в економічній системі, економічних відносинах творча форма трудового присвоєння благ починає сприйматися як «вторинна», поступаючись місцем в економічному смислі більш «ефективним» розподільчим і перерозподільчим формам присвоєння цінностей. Як показала світова та вітчизняна практика, сьогодні не держава управляє ринком та економікою, а ринок «роз`ідає» державу, керуючись принципом «усе дійсне є розумним», у той час як моральна економіка повинна керуватися принципом протилежного смислу: «лише те, що є духовно-розумним і є дійсним».

Становлення економічної культури студентів в умовах вузу є процесом, що підлягає управлінню. Його успішність залежить як від вивчення теоретичних основ економіки, так і від використання економічних закономірностей при викладанні усіх спеціальних дисциплін. Це передбачає включення економічного аналізу і економічного обґрунтування у вивчення кожного технічного рішення. А це потребує, у свою чергу, оволодіння основами економічних знань, перш за все викладачами спеціальних дисциплін.

Для підвищення економічної культури студентів, у роботі з ними слід ширше і активніше впроваджувати творчі, рольові ігри на економічну тематику, практикуми («Економічне доміно», «Економіка і Я»), конференції, круглі столи, кросворди, ребуси та ін. Студенти легше засвоюють економічні поняття, якщо на заняттях використовуються програми «Комп`ютерні ігри в економіці», «1–С», «Економіка», «Моделювання економіки і менеджменту» тощо.

Метою економічного виховання та формування економічної культури є виховання особистих якостей суб`єкта ринкових відносин, його здатність поєднувати особисті інтереси з громадськими, способи їх реалізації. Саме ці якості виходять на перший план при досягненні особистого успіху у ринковій економіці. Ринкова економіка потребує активної, автономної особистості, яка відповідає за свою долю і вміє поєднувати особистий інтерес із економічним, особисті потреби із задоволенням потреб інших людей.

Найважливішою складовою економічної культури, її основним джерелом є мораль. Це пов'язано з тим, що в культурі, яка за своєю сутністю є всезагальними формами діяльності, втілюється не всякий зміст діяльності, а той, що сприяє єднанню і розвитку людської спільноти. Саме тому «культура» означає моральне, гуманне, те, що спрямовано на розвиток сутнісно людського, родового. Культура за своїм призначенням об'єктивно

втілює в собі можливість прогресивної діяльності. Тому важливо підкреслити, що в самих предметах економічної культури, які привласнює особистість в процесі економічної соціалізації, втілено не всі можливі, а ті, що мають прогресивну спрямованість (В.В. Москаленко).

У ході навчання у вузі студент повинен сформувавши переконання, що в умовах економічної свободи і конкурентних відносин значення етичного регулювання підвищується. Економічна культура весь час наповнюється новим знаннями, які відповідають новому етапу у розвитку економічної системи. І вона тільки тоді виконує свої функції, коли сповнена моральних орієнтирів. У процесі навчання у вузі студент повинен чітко засвоїти, що ринкове господарство за своєю суттю не може бути аморальним. Адже воно являє собою такий механізм виробництва і розподілу, який забезпечує отримання матеріальних благ для суспільства в цілому, а не для хижацького збагачення і розкошів окремих індивідів. Основою такого господарства є конкуренція і вільні ринки. Конкуренція стимулює підвищення продуктивності праці, а вільні ринки дозволяють подолати дефіцит товарів. Лише у такому поєднанні цих двох факторів стає можливим підвищення добробуту усього суспільства. Діючи в рамках ринкової економіки, люди прагнуть до власної вигоди, але досягти поєднання особистих та суспільних інтересів вони можуть лише тоді, коли спираються на загально визнаний етичний фундамент.

Моральні основи в економічній області передбачають, що:

- конкуренція повинна здійснюватися за чесними правилами;
- стартовим капіталом у ринкових відносинах є сама людина з її достоїнствами, вміннями і недоліками, яка не буде втягуватися у сумнівні з точки зору моралі оборудки;
- найвищі продуктивність і прибуток не повинні досягатися за рахунок руйнування оточуючого середовища, хижацької експлуатації природних багатств;
- створені суспільні блага повинні розподілятися так, щоб не сприяти зубожінню великих груп населення, масовій появі декласованих, маргінальних верств населення;
- для досягнення бажаного успіху та статусу індивід не повинен бути антисоціальною особистістю, тобто не повинен нехтувати законами, загальноприйнятими соціальними нормами і заборонами;
- техніка повинна слугувати людині, а не людина техніці.

Формування економічної культури, економічного мислення особистості відбувається у процесі навчання та вихованні у вузі. В процесі навчання вивчаються економічні теорії, ідеї, погляди, концепції, здобуваються знання, а в процесі виховання формуються економічні якості і норми поведінки особистості.

Ядром економічної культури особистості є її економічна свідомість. Формування високої свідомості, почуття відповідальності і дисципліни,

перетворення суспільних вимог у потреби особистості стає результатом послідовного виховного процесу.

Особистість, що володіє економічною культурою та економічним мисленням, повинна: а) вміти адекватно оцінювати процеси, що відбуваються в економічному житті та орієнтуватися в ньому; б) вміти оцінювати державну політику; в) вміти обґрунтовувати технічні рішення з точки зору їх економічної ефективності та морального аспекту; г) вміти грамотно організовувати свою справу та свій побут; д) не спокушатися на сумнівні обладнання, на принади конс'юмеризму.

Наше суспільство поступово перетворюється на суспільство споживання, свідомість пересічних громадян визначається ЗМІ та рекламою, тому питання моралі, моральності слабко турбують людей. А такі питання, як розшарування людей на багатих та бідних, ріст наркоманії, недоступна медицина, погіршення стану оточуючого середовища тощо, українські громадяни вважають вторинними.

Якщо моральні ідеали людиною не будуть засвоєні чи засвояться погано, то їхнє місце в якості детермінанти поведінки займуть інші якості, які можна охарактеризувати як «аморальні», включаючи сюди й соціально пасивну поведінку. Злочинна етика в економічній діяльності – найбільш соціально негативний прояв аморальності.

Сучасне суспільство вимагає високого рівня організації економічного життя і адекватного йому рівня професіоналізму всіх учасників соціально-економічного процесу. В цих умовах різко зростає роль економічної культури студентської молоді. Чи стане ця молодь адекватною сучасним задачам модернізації української економіки, розвитку українського суспільства, багато в чому залежить від того, яким буде рівень її економічної культури.

Оскільки в даний час у суспільстві розмиті моральні орієнтири, то студентську молодь начебто можна звинувачувати у бездуховності, безвір'ї, агресивності. Актуальність формування у неї економічної культури, що ґрунтується на засадах моралі, має бути пов'язана, принаймні, з наступними положеннями: наше суспільство конче потребує освічених людей, які володіють не лише знаннями, а й мають високі моральні якості. Щоб економічна поведінка особистості, що соціалізується в ринкових умовах, була наповнена моральними засадами, потрібні певні умови. По-перше, потрібні реальні економічні перетворення щодо формування цивілізованої ринкової економіки. Прозорість цих перетворень сприятиме формуванню у молодих людей адекватного економічного мислення і економічної поведінки, економічної культури, сповненої морального змісту.

По-друге, потрібна ґрунтовна економічна освіта молоді через шкільну, професійну, вищу освіту, засоби масової інформації. Однак сама по собі освіта не гарантує високого рівня духовно-моральної вихованості, оскільки вихованість – це якість особистості, яка визначає у повсякденній поведінці

людини її ставлення до інших людей на основі поваги, доброзичливості. Моральні імпульси не можна раціонально засвоїти шляхом лише освоєння знань; жодна сума наук сама по собі не в змозі замінити віру, співчуття, моральні засади. Особистість повинна сама визначитися з моральними орієнтирами.

По-третє, наявність у особистості моральних знань, орієнтирів важливо ще й тому, що вони не лише інформують молоду людину про норми поведінки в економічному середовищі, а й дають уявлення про наслідки їх порушення.

По-четверте, вибір еталонів поведінки в економіці, ефективність вирішення економічних задач багато в чому залежать від соціально-психологічних якостей особистостей як учасників економічної діяльності. Серед них важливе значення має такий елемент економічної культури, як економічна спрямованість особистості, компонентами якої виступають ціннісні орієнтації, потреби, інтереси і мотиви в економічній сфері, вміння йти на розумний ризик, не допускати готовність заради великих грошей переступити закон або взятися за роботу, пов'язану з порушеннями законодавства, тобто застосувати аморальні засоби досягнення економічних цілей.

По-п'яте, потрібне економічне виховання в сім'ї з урахуванням морального фактору, починаючи з дитячого віку (бережливе ставлення до речей, іграшок, сумісна участь у плануванні сімейного бюджету виховують у дітей, підлітків, юнацтва певне розуміння економічних і моральних цінностей, формують уміння економно користуватися грошми, не спокушатися на сумнівні з точки зору моралі пропозиції швидкого збагачення тощо).

Перехід до ринку неможливий без глибоких соціально-психологічних змін у свідомості особистості, переходу до нових сенсожиттєвих та інструментальних цінностей, без опори на мораль. В ринкових умовах саме молодь здатна успішно діяти, оскільки вона менше пов'язана з попередньою практикою, з традиційними нормами, більш мобільна, а тому здатна швидше побачити, що старі правила більше не потрібні і виробити іншу систему правил, норм, моральних пріоритетів, що ґрунтуються на загальнолюдських цінностях.

Економічна культура особистості визначає її мислення, вчинки, дії в економічній та іншій сферах суспільного життя. Вона є базисом для формування й апробації нових економічних ідей, спрямованих на підвищення економіки і усього суспільного життя. Економічна культура діалектично пов'язана з економічною реальністю і поведінкою людей.

Невизначеність і суперечливість економічного стану, зміни економічного курсу країни, нестабільність державної економіки, низький рівень життя українців, спотворена система їхніх цінностей, поглиблення економічної кризи українського суспільства на фоні глобальної економічної

кризи позначилися і на економічній культурі окремої особистості. Для динамічного розвитку економіки і суспільства важлива позитивна соціально значуща мотивація студентської молоді, її активна економічна поведінка, особливо на ринку праці, її здатність до інноваційної і адаптаційної професійної діяльності. Лише економічно і професійно освічена молодь здатна зробити помітний внесок у розвиток економіки, підвищення якості життя суспільства.

4.3.Співвідношення економічного і морального в економічній культурі особистості

Проблема співвідношення економічного і морального в економічній культурі особистості пов'язана, в першу чергу, з дослідженнями чинників виникнення «внутрішнього морального конфлікту» суб'єкта економічної діяльності в умовах ринкової економіки сучасного суспільства. Російський соціальний психолог О.П.Вяткін, досліджуючи трансформацію «Я-концепції» в умовах ринкової економіки, виявив існування дисонансу між етичним і економічним в актуальному «Я» суб'єктів економічної діяльності [29].

Науковцями Інституту психології Російської академії наук на основі дослідження особливостей образів морального «Я- ідеального» і «Я-реального» у представників бізнесу було доведено, що існує яскраво виражений дисонанс між етичним і економічним в актуальному «Я» особистості. Про це, зокрема, засвідчила виявлена ними невідповідність когнітивного і поведінкового компонентів відносин моральності особистості. [1, с.348] Ця невідповідність була визначена як «внутрішній моральний конфлікт», який розуміється як різниця між отриманими показниками «Я-реальне» і «Я-ідеальне». Підтвердили також існування дисонансу між етичним і економічним у свідомості підприємців А.Л.Журавльов та А.Б.Купрейченко. Ними проводилось опитування серед підприємців з метою виявлення того, яке значення вони надають етичним проблемам в своїй діяльності. В ході опитування респондентам потрібно було оцінити, які саме етичні проблеми ділової взаємодії є для них найбільш актуальними. Встановлено, що основні проблеми стосуються відносин всередині організації, відносин із партнерами і державою. Кількість згадувань про моральні конфлікти у взаємодії з державними структурами, конкурентами, споживачами є незначними. Повністю відсутні згадування про проблеми моральності, що виникають у взаємодії бізнесу і суспільства, бізнесу і оточуючого середовища, бізнесу і місцевого співтовариства, бізнесу і ЗМІ. Було відмічено, що сучасні підприємці мало задумуються про моральну сторону взаємовідносин зі споживачами, представниками суспільства та оточуючого середовища.

В результаті цього дослідження було зроблено висновок, що моральні конфлікти згадуються підприємцями рідко тому, що конфлікти

сприймаються як вимушений, постійно діючий негативний фактор із-за занадто великої психологічної дистанції з представниками суспільства, місцевого співтовариства, представниками ЗМІ. [1, с.336]. Крім того, відносини з цими спільнотами здійснюються як міжгрупова взаємодія, яка є знеособленою. Для такого рівня відносин є характерним психологічне явище, що називається «дифузією відповідальності». Це явище виникає у разі колективного прийняття рішення і розподіленої відповідальності (менеджер може порушити власні моральні норми, виконуючи розпорядження директорів або діючи у відповідності з етичною політикою конкретної фірми), коли особистість діє від імені та за дорученням і в інтересах деякої групи. Загалом, для підприємців більш значимими є моральні проблеми на рівні міжособистісних відносин. Між тим, вони часто опиняються у ситуації, коли їх економічна діяльність розходиться з власними моральними переконаннями, що спричиняє стресогенний фактор. Ці стресогенні фактори визначаються особливостями економічної діяльності, пов'язані з великою відповідальністю за прийняті рішення і з ситуацією невизначеності.

На думку дослідників, дисонанс між етичним і економічним в свідомості суб'єктів економічної діяльності зумовлено, в першу чергу, новими економічними реаліями – новими цінностями, пріоритетами поведінки, новими економічними ролями. Ці нові реалії випереджають розвиток особистості, зокрема й свідомість. Як індивідуальна, так і суспільна свідомість зберігає старий світогляд, цінності і пріоритети, що призводить до когнітивного дисонансу.

Питання зв'язку «економічності» і «моральності» в поведінці сучасних суб'єктів економічної діяльності має широкий аспект вивчення. Співробітниками Інституту психології Російської академії наук було розроблено методика вивчення змістовної сторони відношень суб'єктів економічної активності з групами їх соціального оточення [1].Справа в тім, що суб'єкти економічної активності в процесі своєї діяльності взаємодіють з представниками різних соціальних груп (сім'я, родичі, друзі, колеги, клієнти, представники державних структур і суспільства в цілому, а у етиці бізнесу їх називають «зацікавленими сторонами»), які розрізняються соціально-економічним становищем і статусно-рольовими характеристиками. Для визначення сукупності цих відмінностей соціологи та психологи використовують поняття «соціальна дистанція». Психологія має справу з відображенням цих відмінностей у свідомості особистості і для суб'єктивного сприймання соціальних, економічних і статусно-рольових характеристик використовує поняття «психологічна дистанція». На основі теоретичного та експериментального дослідження російські науковці довели, що саме ця психологічна дистанція визначає особливості відношення до представників різних соціальних категорій і, зокрема, особливості дотримання моральних норм. Зокрема, було доведено, що моральних норм,

здебільше, дотримуються по відношенню до тих, хто знаходиться до більш близької психологічної дистанції.

Одним із аспектів вивчення співвідношення економічності і моральності в свідомості суб'єктів економічної діяльності є змістовний аналіз моральних норм у представників різного рівня і форм економічної активності. В цьому ключі Л.А. Журавльовим та А.Б. Купрейченко здійснено дослідження ставлення до дотримання моральних норм представниками груп, які мають різний рівень економічної активності [1]. В якості груп високого рівня економічної активності було виділено групи підприємців недержавних установ, а в якості менш економічно активних – підприємці державних підприємств. Такий розподіл зумовлено припущенням, що підприємці недержавного сектору більшою мірою втілюють в собі характеристики типу особистості ринкової економіки, тобто рівень «економічності» у них є вищим порівняно з підприємцями державних установ. Це припущення було підкріплено даними індивідуально-психологічних характеристик, отриманими за методикою Р.Кеттела. До уваги брались фактори F,G,N,J,Q2,Q3, які за Т-критерієм Стюдента значно відрізнялись у двох груп підприємців. За показниками цих факторів отримано наступні психологічні портрети двох груп підприємців.

Особистість керівника державних підприємств є контрольованою, соціально пунктуальною, владною (переважання фактора Q3); у професійній діяльності виявляє обережність (фактор N- переважає); самовпевнена, спокійна, до всього ставиться серйозно і обережно, відчуває себе в більшій безпеці, ніж керівники недержавних підприємств. Проте, ця особистість менш активна і енергійна порівняно з керівниками недержавних підприємств (відмінності за фактором F – серйозність - імпульсивність).

Особистість керівника недержавних підприємств характеризується незалежністю, агресивністю, завзятістю, відповідальністю, терпимістю.

Порівняння соціально-психологічних портретів підприємців державних і недержавних установ дає підстави стверджувати про вищий рівень економічної активності (підприємливості) у підприємців недержавних установ.

Особливо цікавим є аналіз відмінностей між групами державних та недержавних підприємців за фактором G. В літературі цей фактор називають «моральна нормативність» або «впливовість почуттям – висока нормативність поведінки», «групова конформність», «сила Супер-Его». Частіше людина з високими оцінками за фактором G характеризується як високоморальна, традиційна, ригідна. Переважання цього фактору показує демонстрацію прихильності до дотримання моральних норм. У дослідженні А.Б.Купрейченко цей фактор є вищим у представників державних підприємств, що дає підстави стверджувати, що « моральність» у керівників державних підприємств відповідає рівню їх економічної активності («економічності») [1].

Керівники недержавних підприємств відчують внутрішній моральнісний конфлікт. Про це свідчить співіснування показників низького рівня факторів G (демонстрація дотримання моральних норм) та високого показника фактору O (відчуття провини). Такі висновки показують відносність категорій «моральність» та «економічність» і ставлять завдання змістовного дослідження цих феноменів.

Для змістовного дослідження ставлення суб'єктів економічної активності до дотримання моральних норм співробітниками Інституту психології Російської академії наук розроблено методика, яка оцінює відношення респондентів різних груп до дотримання норм *правдивості, справедливості, відповідальності, принциповості, терпимості*. [1, с 406-411] За допомогою цієї методики здійснено дослідження особливостей ставлення керівників державних і недержавних підприємств до дотримання норм правдивості, справедливості, відповідальності, принциповості, терпимості. Встановлено, що представники групи керівників недержавних підприємств порівняно з представниками державних підприємств більшою мірою прагнуть дотримуватись таких етичних якостей як справедливості, відповідальності і терпимості. Це пояснюється тим, що у сфері бізнесу досягнення високого економічного ефекту передбачає глибоку залученість керівника у відносини всередині організації і за її межами, а без дотримання моральних норм можна втратити довіру, що негативно вплине на економіку. Отже, представники недержавних підприємств у ділових стосунках пред'являють більш високі вимоги до дотримання норм відповідальності, справедливості і терпимості. В той же час у існуючих умовах економічної діяльності такий високий рівень дотримання норм досягти неможливо. Ця невідповідність призводить до виникнення «внутрішнього морального конфлікту».

Представники груп керівників державних підприємств більш прагнуть дотримуватись норм принциповості, вони частіше проявляють такі якості як дисциплінованість, обов'язковість, прагнення до дотримання соціальних норм. Цим пояснюється більш високий рівень ставлення до дотримання норм принциповості у керівників державних підприємств. Між тим, принциповість означає деяку жорсткість, ригідність у прагненні до дотримання норм. Керівники державних підприємств «Я-ідеальне» і «Я-реальне» за фактором правдивості оцінюють дуже близько, тобто моральнісний конфлікт за якістю «правдивість» у них відсутній. У керівників недержавних підприємств за якістю «правдивість» рівень ідеального значно нижче. Можливо це тому, що керівники недержавних підприємств мають уявлення про нечесний бізнес, бо вважають, що у ділових відношеннях допускається низький рівень правдивості, але себе вони оцінюють досить високо. У них теж є відсутнім внутрішній моральний конфлікт, але він має негативне значення («Я-Реальне» перевершує «Я-ідеальне»). Ставлення до дотримання норм правдивості і принциповості вписується у існуючі у керівників уявлення про

нечесний бізнес. Це впливає з таких даних. Правдивість у керівників недержавних підприємств «Я-реальне» перевершує «Я-ідеальне». Вони вважають, що у ділових відносинах може бути достатньо низький рівень правдивості. Однак власний рівень «реальної правдивості» керівники недержавних підприємств оцінюють досить високо, як і представники другої групи [1, с.351].

Виходячи із представлених досліджень, можна представити наступні психологічні портрети «моральності» особистості підприємців різних форм власності.

Особистість керівника державних підприємств можна охарактеризувати як особистість контрольовану, соціально пунктуальну і успішну в професіях, що пред'являють високі вимоги обережності, вона є такою, що виявляє прихильність до сильної влади. Керівники державних підприємств є більш самовпевненими, спокійними, відчують себе у більшій безпеці, ніж бізнесмени. Вони мають більш чітко виражені моральні переконання. В той же час вони менш активні і енергійні, менш винахідливі і ініціативні.

Керівників недержавних підприємств можна охарактеризувати як більш незалежних, агресивних і хватких, і в той же час вони більш схильні до почуття провини. Для них є характерним внутрішній моральний конфлікт.

Висновки до розділу

Гостро постаючи перед окремим соціумом і людством в цілому етична проблема за своєю суттю лишається передусім проблемою конкретної особистості, вибір якої становить основу не тільки її морального самовизначення, а й суспільства, нації, людства в цілому. Він значною мірою залежить від того, які моральні орієнтири та цінності слугують чинниками економічної поведінки індивіда.

Сучасний етап розвитку нашої країни викликає особливий інтерес до проблеми морально-психологічної регуляції економічної соціалізації та активності молоді. Це пов'язано з підвищенням ролі людського фактора і посиленням значення моральності в умовах ринкової економіки, видозмінами характеру міжособистісних стосунків в умовах нових економічних реалій.

Морально-економічна соціалізація особистості перетворює її суспільно корисну діяльність у звичну потребу. Моральна поведінка об'єктивно обумовлюється економічними відносинами. Економічна культура особистості пов'язана тісно з її моральними інтересами, потребами, переконаннями.

Економічні відносини в суспільстві визначають соціальне становище людей, а значить і їхні потреби, інтереси. А задоволення інтересів породжує усі інші відносини, у тому числі й моральні.

Моральний компонент особистості є її важливим стрижнем. Моральність особистості проявляється не лише в тому, що вона узгоджує

свою поведінку з іншими людьми у суспільстві, не лише в здатності регулювати свої вчинки, діяльність, а в тому, що вона є способом духовного буття людини, єдино можливим способом бути людиною. Нехтування мораллю згубно позначається на всіх сферах діяльності особистості, зокрема, на її економічній культурі.

Моральність є важливим компонентом і чинником економічної культури особистості. Особистісна економічна культура залежить від стану економіки, економічної культури усього суспільства. За своєю структурою економічна культура особистості являє собою систему психологічних знань і здатність їх використовувати відповідно до властивостей особистості, високих морально-етичних норм і духовних цінностей, психологічних відносин і є трикомпонентною. Когнітивний компонент відношень моральності визначається знаннями і раціональною оцінкою моральної регуляції життя суспільства, групи чи особистості. Емоційний компонент визначається емоційно забарвленими думками і оцінками особистістю об'єктів, подій і явищ моральності. Конативний компонент представлений у свідомості суб'єкта у вигляді мотивів, намірів і готовності здійснювати діяльність та вчинки, пов'язані з моральною регуляцією.

Економічна культура особистості вбирає в себе різноманітні моральні, релігійні, естетичні цінності, переломлює їх у просторі соціально-економічних відносин, пов'язаних із виробництвом, розподілом, обміном і споживанням матеріальних благ і послуг, «переплавляючи» у цілісну економічну свідомість, що є ядром цієї культури.

Література до розділу

1. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности / А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003 – 436 с.
2. Турбан В.В. Психологія етичної свідомості: Монографія./В.В. Турбан – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2012 – 372 с.
3. Москаленко В.В., Шайгородський Ю.Ж., Міщенко О.О. Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект [монографія] / В.В. Москаленко, Ю.Ж. Шайгородський, О.О. Міщенко. – К.: Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2012. – 348 с.
4. Вичев Васил Мораль и социальная психика /Пер. с болг. под общ. ред. Ю.А. Шерковина / Васил Вичев – М. «Прогресс». – 1978. – 357 с.
5. Момов В. Нравствената норма и нейната реализация./В. Момов – «Наука и изкуство», София. – 1969.
6. Малахов В.А. Етика: Курс лекцій: Навч. посібник. /В.А. Малахов – К.: Либідь, 1996. – 304 с.
7. Панина Н. Молодежь Украины: структура ценностей, социальное самочувствие и морально-психологическое состояние в условиях тотальной

аномии /Н. Панина//Социология: теория, методы, маркетинг.– 2001. - № 1. – С.5-26.

8. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. /Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова. /М. Вебер; [пер. с нем. Ю.Н. Давыдова] – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.

9. Смит А. Теория нравственных чувств./ А. Смит М.: Республика, 1997— 351 с.

10. Янжул И.И. Экономическое значение честности. Забытый фактор производства/ И.И. Янжул //Избранные труды. – М.: Наука, 2005. – 547с.

11. Янжул И.И. Между делом: очерки по вопросам народного образования, экономической политики и общественной мысли. СПб., 1904. Лиферов А. П., Страхов В.В. Педагогика №6 (.2006)

12. Геннадий Балашов и Полина Кудиевская. Как стать авантюристом? Размышления миллионера /Геннадий Балашов и Полина Кудиевская. – К., 2012. – 276 с.

13. Билан Н.И. Консьюмеризм как проблема этики и экономики в эпоху постмодернизма /Н.И. Билан //Філософсько-антропологічні виміри глобальних трансформацій: Монографія колективу авторів /Наук. ред. Власова Т.І. /Т.І. Власова, І.М. Грабовська, В.П. Кравець, О.М. Кікінежді, Т.В. Філат. – Дн-ськ: Вид-во Маковецький, 2012. – с. 77- 84.

14. Сорос Джордж Кризис мирового капитализма / Джордж Сорос – М.: ИНФРА, 1999. – XXVI. – 262 с.

15. Єфременко Т. Економічна культура як соціологічне поняття/ Тетяна Єфременко //Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. - № 3. – с. 123- 141.

16. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б.Ф Ломов. – М.: Наука, 1984. – 444 с.

17. Мясищев В.Н. Психология отношений / Под ред. А.А Бодалева /В.Н. Мясищев. – М.: Изд-во «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1995

18. Платонов К.К. О системе психологии / К.К. Платонов. – М.: Мысль, 1972. – 216 с.

19. Позняков В.П. Психологические отношения субъектов экономической деятельности /В.П. Позняков. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2000. – 220 с.

20. Сушков И.Р. Психология взаимоотношений / И.Р. Сушков. – М.: Академический проект, ИП РАН, 1999. – 228 с.

21. Шихирев П.Н. Современная социальная психология / П.Н. Шихирев. – М.: ИП РАН; КСП+; Академический проект, 1999. - 448 с.

22. Шорохова Е.В. Социальная психология (проблемы и задачи)/ Е.В. Шорохова. – М.: Наука, 1975. – С. 3-16.

23. Васютинський В.О. Інтеракційна психологія влади / В.О. Васютинський. – Київ, 2005. – 492 с.
24. Китов А.И. Экономическая психология / А.И. Китов. – М.: Экономика, 1987. – 303 с.
25. Москаленко В.В. Економічна соціалізація особистості: концептуальна модель / В.В. Москаленко // Соціальна психологія . – 2006. - № 3 (17). – С. 3 – 16.
26. Москаленко В.В. Особливості дослідження соціалізації особистості в інтерсуб'єктній парадигмі / В.В. Москаленко // Соціальна психологія. – 2009. - № 5. – С. 5-16.
27. Московичи С. Социальные представления; исторический взгляд / С. Московичи // Психологический журнал. – 1995. – Том 16, № 1. – С. 3-18.
28. Московичи С. Социальные представления; исторический взгляд / С. Московичи // Психологический журнал. – 1995. – Том 16, № 2 . – С. 3- 11.
29. Вяткин А.П. Психология экономической социализации личности в условиях изменяющегося общества. / А.П.Вяткин// Диссертация на соискание учёной степени доктора психологических наук. Специальность 19.00.05 – социальная психология. Санкт-Петербург. 2011. 420 с.

РОЗДІЛ 5. ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНІХ ЧИННИКІВ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ

Внутрішні чинники - це чинники, які визначають внутрішню сутність а також джерело розвитку досліджуваного феномену. Згідно з методологією системного аналізу, розкриття внутрішніх чинників економічної культури особистості потребує визначення її структурних складових. Багатогранність феномену економічної культури особистості зумовлює його існування і функціонування через безліч взаємопов'язаних елементів. Принциповим і суттєвим як для теорії, так і для психологічної практики становлення економічної культури особистості є не тільки констатація цього феномену як структурного цілого і його елементів, а й усвідомлення їх як дійсних психологічних чинників, що визначають існування (функціонування і розвиток) особистості. Процес становлення економічної культури особистості відбувається як формування певного способу взаємозв'язку компонентів її структури. Жоден окремий компонент структури не може розвиватись окремо, поза цілісністю. Бо структура розвивається, змінюється тільки цілком, тільки як цілісність і змінюється за окремими лініями. «Лінія розвитку,-пише С.Д.Максименко, –це не розвиток окремої підструктури, складового елемента – це лінія спрямування, в якому розвивається вся цілісна структура» [20, с.149]. Це не означає, що можна відкинути наявність унікальних і специфічних механізмів розвитку окремих підструктур (компонентів), проте ці специфічні механізми здатні діяти виключно у складі єдиного механізму, що забезпечує процес становлення економічної культури особистості, який відбувається через активне включення особистості у всі види взаємодій її життєвого простору. Кожен структурний компонент економічної культури особистості виникає закономірно в результаті зіткнення з реальними суспільними відносинами. В результаті взаємозв'язку між структурою як системним утворенням і зовнішнім світом людини виникають особливості структурної цілісності феномену економічної культури особистості, які зумовлено ціннісно-мотиваційною системою особистості. Отже, «внутрішнє» особистості (структурні складові феномену) пов'язано із «зовнішнім» (соціально-економічний простір) у єдину цілісність – економічну культуру особистості. Механізмом цього зв'язку є ціннісно-мотиваційна система особистості, яка, з одного боку, визначається надіндивідуальними цінностями-нормами, а з іншого, - цінностями - потребами.

Різноманітність прояву економічної культури особистості, унікальність її функцій визначаються наявністю особливої структури, яка є втіленням цих функцій, їх органом.

Цінності-норми як надіндивідуальне утворення виконують функцію детермінації як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівні.

Тому економічну культуру особистості по суті потрібно розглядати як соціально-психологічний феномен.

5.1. Ціннісно-мотиваційна система особистості як детермінант її економічної культури

Як відомо, цінності тісно пов'язані з нормами. В літературі висловлюються різні точки зору на співвідношення понять «цінності» і «норми». В соціологічній літературі норма виступає соціальною характеристикою поведінки особистості. Найчастіше вони навіть ототожнюються (коли мова йде про соціальні норми). У такому випадку норма розглядається як різновид цінності і тлумачиться як надіндивідне утворення, як цінності-норми, що виконують функцію детермінації як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівні.

В зв'язку з детермінацією економічної культури особистості нами підкреслюється значення таких цінностей-норм як економічний досвід спільноти, що супроводжує особистість з дня її народження. Засвоєння економічного досвіду, яке відбувається в процесі економічної соціалізації індивіда, впливає на особливості економічної культури особистості. Останнє пов'язано з потребою системою особистості, яка здійснює вплив на вибір нею цінностей-норм (економічний досвід спільноти). Це можна пояснити наступним чином: економічні цінності суспільства як економічні умови життя особистості не завжди співпадають з тими цінностями, що мають реальне значення для особистості. Це підтверджується дослідженнями з проблем невідповідності декларованих і реальних цінностей (С. Насиновська, І. Попова, М. Кунявський, В. Моїн). Така невідповідність пояснюється тим, що економічні цінності як „умови життя” репрезентуються свідомістю індивіда через його внутрішню мотиваційно-потребову систему. Це означає, що детермінуючу і регулюючу функцію по відношенню до особистості виконують лише ті цінності-норми, які інтеріоризовані нею і трансформовані в її внутрішній ціннісний рівень. Внутрішній ціннісний рівень – це цінності, які певним чином пройшли крізь свідомість особистості і стали її власними цінностями, тобто цінностями- потребами.

Отже, можна виділити ціннісно-мотиваційну систему особистості як важливий чинник становлення економічної культури особистості, який поєднує два рівні детерміністських функцій відносно економічної культури особистості: зовнішній і внутрішній. Саме тому ми вважаємо ціннісно-мотиваційну систему особистості «місточком», завдяки якому забезпечується зв'язок внутрішніх структурних одиниць феномену економічної культури особистості із зовнішнім життєвим простором особистості, єдність яких забезпечує процес становлення економічної культури особистості. Через ціннісно-мотиваційну систему особистості здійснюється зв'язок зовнішнього, предметного об'єктивного світу економіки з внутрішнім суб'єктивним світом особистості, в результаті чого формуються певні соціальні параметри людини, зокрема й економіко-психологічні її властивості.

5.1.1. Значення економічних ціннісних репрезентацій в становленні економічної культури особистості

Як уже зазначалось, економічні цінності трансформуються в процесі їх інтеріоризації особистістю. Деякі цінності залишаються для особистості цінностями суспільства, тобто вони загалом чужі для неї. Інші економічні цінності певною мірою стають власними цінностями особистості. Існує й категорія цінностей, що виробляється самою особистістю (економічне самовизначення, економічна ідентичність, економічна само актуалізація тощо). Людина завжди перебуває у ситуації вибору, і цінність виступає основою особливої визначеності серед існуючих альтернатив. Економічні ціннісні репрезентації – особливий компонент духовного світу людини, який є наслідком вільного обрання ціннісних переваг. На відміну від економічних цінностей суспільства, що існують як надіндивідні сутності, економічні ціннісні репрезентації є засобом залучення індивіда до загального, пов'язаного з формуванням його прихильності до певних ідеалів, духовних пріоритетів, суспільних вимірів буттєвості.

Економічні ціннісні репрезентації як феномен свідомості індивіда мають різне походження: одні з них за механізмом свого утворення належать до „соціальних уявлень” в концептуальному значенні цього поняття, а інші є результатом індивідуальної рефлексії. Не дивно, що в соціально-психологічній та соціологічній літературі ці індивідуальні форми репрезентацій надіндивідуальних цінностей відрізняються за назвою. Залежно від форми, в якій репрезентуються надіндивідуальні цінності, вони визначаються як атитюди, ціннісні уявлення, соціальні настанови, ціннісні орієнтації, ідеали, стереотипи тощо. М. Рокич, наприклад, називає переконання, які діагностуються за допомогою методу ранжування, цінностями, від так у вітчизняній літературі ті ж самі дані інтерпретуються в поняттях ціннісних орієнтацій. Д. Леонтьєв пропонує замість поняття „ціннісні орієнтації” поняття „ціннісні уявлення” як усвідомлені уявлення суб'єкта про власні цінності, про цінне для нього [17]. Та все ж найбільш поширеним для визначення цих видів цінностей є поняття „ціннісні орієнтації”. Маючи на увазі існування у свідомості індивідів різних форм інтеріоризації системи економічних цінностей суспільства і попри всю різницю між ними, будемо вживати поняття „економічні ціннісні репрезентації” як спільне для всіх цих форм, в якому виявляється механізм взаємозумовленості „зовнішніх” (соціально-економічні цінності суспільства) і „внутрішніх” (мотиваційно-потребова система особистості) детермінант процесу становлення культури особистості.

Поняття «репрезентації» частіше вживається в соціальній психології. Як підкреслює С. Московічі та представники його школи, соціальні (економічні) репрезентації є специфічною формою знання, а в більш широкому плані – це якості практичного мислення, які спрямовані на освоєння і осмислення соціального матеріалу і ідеального оточення.

Економічні репрезентації – це є перш за все репрезентування економічного об'єкту, актуалізація його у свідомості у всій сукупності і доступності сприйняття суб'єктом. Як реконструкція реальності репрезентації зовнішньо схожі на сприйняття, однак, як підкреслює Московічі, його перцептивна данність ілюзорна, оскільки у “знятому” вигляді вона містить концептуальну переробку того, що репрезентується. Нова інформація про економічний об'єкт підлягає категоризації в когнітивному світі суб'єкта, що утворює економічну репрезентацію. В результаті становлення економічної ціннісної репрезентації відбувається смислова трансформація образу економічного об'єкта, співвідношення його із низкою понять, яка була сформована раніше. Образ, значення і смисл нерозривно зв'язані в економічних ціннісних репрезентаціях: будь-якому значенню відповідає образ, будь-якому образу – значення. Саме ця осмисленість образу економічного об'єкта надає йому активності, яка полягає в тому, що об'єкт в економічних ціннісних репрезентаціях перемодельовується і реконструюється. А тому економічні ціннісні репрезентації не є пасивним відтворенням зовнішнього у внутрішньому. Репрезентації є продуктом і процесом активного соціально-психологічного відтворення дійсності. Саме завдяки економічним ціннісним репрезентаціям економічний суб'єкт є активним в своїй економічній діяльності. Так він (суб'єкт) за допомогою економічних ціннісних репрезентацій відтворює, ніби знову створює об'єкти, відношення з іншими людьми, події оточуючого світу. Отже, структура економічних ціннісних репрезентацій – це єдність перцептивного і концептуального. С. Московічі вважає, що ця єдність виступає тим протиріччям, яке є основним джерелом розвитку економічних ціннісних репрезентацій.

Спираючись на результати досліджень сутності та особливостей ціннісних репрезентацій, які існують в науковій літературі, ми розглядаємо економічні ціннісні репрезентації як конкретизацію економічних цінностей спільноти в свідомості індивіда, яка визначається його позицією в сфері економічної життєдіяльності. Економічні ціннісні репрезентації особистості виступають основою її цілепокладання, визначають її економічні інтереси і потреби. Активний характер економічних ціннісних репрезентацій виявляється не тільки в тому, що в них реконструюються елементи зовнішнього світу. Активність економічних ціннісних репрезентацій виявляється також в тому, що вони надають смисл поведінці, інтегрують людину в систему економічних відносин, тобто орієнтують і направляють діяльність людини. Отже, основною функцією економічних ціннісних репрезентацій є регулювання поведінки як усвідомленої дії у певних соціальних умовах.

Особливості формування у особистості економічних ціннісних репрезентацій детермінуються належністю її до певної соціальної спільноти, яка характеризується відповідною ціннісно-нормативною системою. Соціальна група не просто пропонує особі ті чи інші цінності, але

й певним чином впливає на особу, орієнтуючи її на ці цінності. В умовах соціально-економічних перетворень у суспільстві зміна значимості економічних цінностей у суспільній свідомості відбувається поступово і нерівномірно в різних соціальних групах людей. Динаміка економічних ціннісних репрезентацій опосередковується тим, представником якої соціальної групи є конкретна особа. Існують соціальні групи, які є більш стійкими до соціально - економічних змін, що виражається у збереженні їх ціннісних пріоритетів. Є також більш динамічні соціальні групи, які в історичному часі скоріше змінюють свої ціннісні орієнтації.

Н.А.Журавльовою у 1994-2001рр. було здійснено масштабне дослідження динаміки орієнтацій на економічні цінності представників різних соціально-демографічних груп російського суспільства [13] Для вивчення ціннісних орієнтацій особистості застосовувався адаптований В.О.Ядовим, А.Гоштаутасом, А.А. Семеновим варіант методики М.Рокича «Ціннісні орієнтації», модифікований Д.О.Леонтьєвим і В.О.Хащенко, у списки термінальних і інструментальних цінностей якого було спеціально включено «багатство» і «власність». Таким чином до групи економічних цінностей було віднесено термінальні цінності «матеріальна забезпеченість», «багатство» и «власність», а також «багатство» і «власність» як інструментальні цінності. Для вивчення динаміки ціннісних орієнтацій особистості використовувався метод поперечних зрізів, який дозволяє фіксувати стан ціннісних орієнтацій особистості в конкретний історичний період і через порівняння результатів різних «зрізів» оцінювати їх зміни. Дослідження «зрізів» відбувалось через 2-3 роки у відносно спокійні в соціально-економічному плані періоди. У плануванні емпіричного дослідження враховувався фактор інтенсивності змін соціально-економічних умов життєдіяльності. Аналіз результатів цього дослідження показав, що у представників різних соціальних груп динаміка орієнтацій на економічні цінності в умовах соціально-економічних змін є різною і специфічною для кожної групи. Дослідження структури орієнтацій різних соціально-демографічних груп на економічні цінності показало наступне.

Цінності матеріального забезпечення і багатства як життєві цілі частіше зустрічаються у чоловіків, ніж у жінок. З віком в структурі цінностей-цілей особистості більш значимими стають матеріальна забезпеченість і власність, проте знижується значимість багатства.

На економічні цінності впливає сімейний статус. Для тих, хто перебуває у шлюбі, мають дітей, більше, ніж для особи з іншим сімейним статусом, значимою є цінність багатства як життєва ціль.

Відмінності між структурами ціннісних орієнтацій респондентів, що мають і не мають дітей, стосуються також значимості власності як термінальної цінності: для тих, хто має дітей, вона є більш значимою. Ті, що перебувають у шлюбі, на відміну від тих, що не перебувають у шлюбі вищою є цінність власності як інструментальна цінність.

Вивчення впливу рівня освіти на ціннісні орієнтації показало, що на економічні цінності найбільш орієнтуються респонденти зі середньою спеціальною освітою, а найменше – ті, що мають декілька вищих освіт. Як показали результати дослідження, з підвищенням рівня освіти особистості відбувається зниження значимості термінальної цінності багатства.

Виявлено також, що респонденти з вищою технічною та вищою гуманітарною освітою відрізняються різними пріоритетами в структурі орієнтацій на економічні цінності. Так, для опитуваних з технічною освітою високо значимим є матеріальне забезпечення, а низько значимою є інструментальна цінність багатства. Для опитуваних з гуманітарною вищою освітою, навпаки, високо значимою є орієнтація на багатство як інструментальну цінність і відносно низько значимою - на термінальні цінності матеріального забезпечення і власності.

Отже, різні групи людей породжують, підтримують і розповсюджують різні ціннісні уявлення, зразки поведінки. Не тільки окремі особи, але й великі і малі соціальні спільноти мають характерні їм цінності, соціальні уявлення, ціннісні орієнтації, моральні оцінки певних норм і вчинків. Те, що вважається цінним в одній соціальній групі, може не мати цінності у іншій. Крім того, система цінностей особистості є мінливою.

5.1.2. Мотиваційно-потребова система особистості як чинник її економічної культури

Репрезентації, які є феноменом свідомості, за своїм змістом не збігаються повністю з економічними цінностями, які репрезентуються особистістю. Це зумовлено тим, що детермінація процесу соціалізації економічними цінностями суспільства опосередковується внутрішніми психологічними особливостями людини. Тому, попри все, у визначенні поняття „економічні ціннісні репрезентації особистості”, головним є їх відповідність внутрішній мотиваційно-потребовій системі індивіда.

Потреби людини – це стан нестачі чогось, який стимулює діяльність, що спрямовано на заповнення цих прогалін. В цьому відношенні стає важливим дослідження потребової системи особистості як ендопсихологічного комплексу (внутрішніх умов), що опосередковує репрезентування у свідомості цінностей економічної інституції. Відтак, процес економічної соціалізації відбуватиметься тим успішніше, чим більше форма економічних репрезентацій відповідатиме узгодженості вимог суспільства (експектацій) з потребовою системою індивіда. Інакше кажучи, успішність інтеріоризації економічних цінностей індивідом залежить, з одного боку, від усвідомлення ним цих цінностей як своїх потреб, а також здатності їх інтеріоризувати, а з іншого боку – від тих вимог, які висуває суспільство до рівня економічної соціалізованості цих індивідів (від економічних експектацій). В зв'язку з цим стає важливим дослідження потребової системи індивіда як фактора, що опосередковує інтеріоризацію

ним економічних цінностей і перетворення їх на певну форму економічних ціннісних репрезентацій (економічні уявлення, економічні ідеали, економічні настановлення), тобто у ті внутрішні умови, які складаються в результаті зовнішніх впливів.

Потреби – це стан індивіда, який створюється нуждою в об'єктах, яких він відчуває нестачу. Якби будь-яка потреба суб'єкта задовольнялась автоматично, сама собою, то ціннісного відношення не виникло б: добро цінується тому, що є зло; істина є цінністю тому, що є брехня; чарівне є цінністю тому, що є спотвора; життя і здоров'я є цінністю тому, що існують смерть і хвороба.

Ціннісне відношення не виникає доти, доки суб'єкт не виявить (з'ясує) для себе проблематичність задоволення актуальної потреби. Чим проблематичніше можливість задоволення певної потреби, тим більшу цінність має предмет або спосіб її задоволення. Потреби лежать в основі активності особистості та утворення системи її цінностей.

Усвідомлення потреби та її задоволення передбачає взаємодію з соціальними ситуаціями та їх перетворення з метою досягнення адаптації. Останнє означає ніщо інше, як вибір особистістю певних цінностей.

Дослідники виділяють два етапи у житті кожної потреби (Х.Мюррей): період до першої зустрічі з предметом задоволення цієї потреби, та період після цієї зустрічі. В поведінці такий стан виявляється у пошуках, виборі різних предметів. В цьому пошуку відбувається зустріч потреби з її предметом, чим завершується цей перший етап існування потреби і перехід її до етапу опредметненої потреби, яку можна визнати як певну цінність. Отже, цінність з'являється в акті опредметнення потреби як її визначеність саме у даному предметі. Можна сказати, що завдяки опредметненню відбувається конкретизація потреби у цінності. В цьому акті з'являється мотив і змінюється тип поведінки індивіда – вона набуває спрямованості в залежності від мотиву. В процесі опредметнення виявляються наступні особливості потреб: первісно дуже широкий спектр предметів, які можуть задовольняти дану потребу і швидка фіксація на першому предметі, що її задовольнив. В зв'язку з цим в аспекті формування економічної культури особистості виникає проблема ціннісного зумовлювання вибору/невибору суб'єктом типу економічної поведінки. Найбільш універсальним регулятором економічної активності особистості виступає ціннісно-сміслова раціональність. Цей вид активності полягає в тому, що суб'єкт вважає розумним приймати рішення і поводитись відповідно з найбільш значимими для неї життєвими принципами і смислами, цінностями і ідеалами, цілями і домаганнями. Зокрема, «економічний інтерес» є випадком такої раціональності, тобто тим випадком, коли основні життєві цілі і цінності суб'єкта тісно пов'язані у його свідомості з матеріальними благами і економічними ресурсами. Така близькість і навіть тотожність, наприклад, матеріальних благ (грошей) і життєвих цінностей фактично є аксіомою або

основним постулатом багатьох досліджень економічної поведінки. До недавня «максимізація корисності» вважалась основним принципом прийняття суб'єктом економічних рішень. Поведінка, що не відповідає цьому принципу вважалась нераціональною. Д. Каннеман і А.Тверські здійснили переворот у цих поглядах, показавши, що прийняття економічного рішення не зумовлено прямо принципом корисності, а опосередковується особливостями сприйняття, мислення, пам'яті, емоцій тощо. Вони запропонували підхід до пояснення прийняття рішення в умовах ризику, виходячи з аналізу суб'єктом цінності і імовірності існуючих альтернатив. А.Л. Журавльов показує, що вибір економічної активності відбувається з опорою також не тільки на економічне цілепокладання або оцінку своїх можливостей і потреб, але й на смисловиті і ціннісно-моральні орієнтири. Якість соціальних цінностей – бути мірилом оцінок – пов'язано з тим, що в будь-якій системі цінностей можна виділити, по-перше, те, що має переваги в найбільшій ступені (акти поведінки, що наближаються до ідеалу); по-друге, те, що вважається нормальним, правильним (як поступають у більшості випадків); по-третє, те, що не схвалюється, засуджується і - на крайньому полюсі - вважається аморальним, злочинним.

В історії людства потреби особистості як реалізація певних цінностей є результатом її соціалізації.

Людина своєю діяльністю змінюють об'єкти, пристосовуючи їх до своїх потреб і створюючи таким чином систему цінностей, яка стає елементом світу, певних сфер життєдіяльності, зокрема й економічної. Отже, історія, культура, виробництво пов'язані з суб'єктом не безпосередньо, а через потреби і цінності. Останні виступають як такі характеристики особистості, завдяки яким здійснюється регулювання поведінки, визначається спрямованість почуттів і волі. Потреби виявляються в мотивах, прагненнях, бажаннях тощо як певних ціннісних формах, які виконують регулюючу та детермінуючу функцію в процесі економічної соціалізації особистості.

В зв'язку з цим стає зрозумілим зв'язок цінностей особистості з її цілями і метою. Основою близькості цих феноменів є те, що в них міститься діалектика взаємозв'язку суб'єкта і об'єкта, відбивається активна роль свідомості. З одного боку, як форма відображення дійсності «мета є відображенням бажаного майбутнього, тобто усвідомленого предмета потреби» [42, с.23].

З іншого боку, мета – це усвідомлення об'єктивної можливості діяльності та її передбачуваних результатів. Як пише А. Яценко: «Мета є ідеальний образ (наочно-почуттєвий або абстрактно-уявлюваний) об'єктивної дійсності відповідно до усвідомлених потреб» [42, с.8].

Діалектична єдність цілей і цінностей саме й полягає в життєвих (або термінальних) цілях особистості, що зберігають якості і функції цілей діяльності та одночасно є цінностями людини. Якась частина цінностей може

трактуватися (і в більшості досліджень трактується) як цілі. Але тільки як термінальні цілі, цілі життєдіяльності людини, які надають їй сенсу. Самі цілі є до певної міри продуктами цінностей, тобто цінності відіграють роль цілезбудників. Таке трактування цінностей зближує їх з поняттям смислоутворюючих мотивів. Різниця лише в тому, що мотиви співвідносяться з діяльністю, а цілі – з життєдіяльністю в цілому. Термінальні цінності (цінності-цілі) є провідними щодо інструментальних (цінностей-засобів).

Отже, детермінація економічної культури особистості системою надіндивідних економічних цінностей опосередковується внутрішніми психологічними особливостями людини, її потребою системою.

Серед інших мотивацій людської поведінки ціннісні репрезентації завжди домінантні, хоч міра їх розвинутості та наповненості ними індивідуальних мотивацій завжди має власний вираз. Економічні ціннісні репрезентації особистості залежать від особливостей економічних цінностей суспільства. Останні періодично потребують переоцінки. Засвоюються цінності принципово індивідуально. Тому важливим питанням в зв'язку з цим стає створення умов ефективності інтеріоризації індивідом економічних цінностей в процесі її економічної соціалізації.

Особливості потребової системи індивіда, з одного боку, визначаються культурно-історичною системою економічних цінностей суспільства і зумовленими нею експектаціями, а з іншого – визначають можливості індивіда інтеріоризувати ті чи інші елементи цієї системи. У свою чергу, особливості потребово-мотиваційної системи індивіда зумовлюють певну форму інтеріоризації цих цінностей. Звісно, що дитина інтеріоризує, скажімо, цінності економічної інституції в іншій формі, ніж дорослі. Це ж саме можна сказати й про інтеріоризацію особистістю цінностей інших інституцій, які можуть мати у свідомості індивіда такі форми виявлень, як образи-взірці, ідеали, уявлення, настановлення, ціннісні орієнтації, атитюди, стереотипи тощо. Відтак, процес економічної соціалізації відбуватиметься тим успішніше, чим більше форма економічних репрезентацій відповідатиме узгодженості вимог суспільства (експектацій) з потребою системою індивіда. Інакше кажучи, успішність інтеріоризації економічних цінностей індивідом залежить від усвідомлення ним цих цінностей як своїх потреб, а також здатності інтеріоризувати такі цінності, а з іншого боку – від тих вимог, які висуває суспільство до цих індивідів (економічних експектацій).

Так, домінування в ендопсихічній системі підлітка потреби „в дорослості” не може не позначитись на системі його економічних репрезентацій. Нами, наприклад, були виявлені суттєві відмінності між підлітками і молодшими школярами у ставленні до грошей і розумінні їх функції, що зумовлено особливостями їх потребової системи. Якщо для дитини визначальним у розумінні грошей є їх споживацька функція, а простором економічної поведінки – місце купівлі-продажу (магазин), то

підліток розуміє функцію грошей по-іншому, вбачаючи в них, перш за все, забезпечення матеріального добробуту. Ці зміни у розумінні підлітками функції грошей позначаються на зміні їх місця в економічній реальності, переході в простір виробничої діяльності. Цей новий простір економічної поведінки підлітків, який відображається, перш за все, у поведінковому компоненті системи економічних репрезентацій, відповідає основній потребі цього вікового етапу розвитку особистості – потребі у дорослості. Саме ця потреба впливає на форму економічних ціннісних репрезентацій, яка визначається конфігурацією їх когнітивного, афективного і конативного компонентів, що зокрема, позначається на рівні економічної культури особистості. Отже, оскільки детермінація економічної культури особистості опосередковується внутрішніми психологічними особливостями людини, її потребою системою, остільки формування певного рівня економічної культури особистості вимагає узгодження потреб індивіда і вимог суспільства (нормативної системи).

5.2. Особливості структурних складових економічної культури особистості як внутрішніх детермінантів її становлення

Виявлення внутрішніх чинників становлення економічної культури особистості потребує аналізу структурних складових цього феномену. Різноманітність прояву економічної культури особистості, унікальність її функцій визначаються наявністю особливої структури, яка є втіленням цих функцій, їх органом. Визначення структурних складових досліджуваного феномену є важливим питанням науки. Складність та багатоманітність феномену зумовлює його існування і функціонування через безліч взаємопов'язаних елементів. В цьому питанні ми керуємось методологічними принципами генетичної психології, які стосовно дослідження особистості розроблено в працях С.Д.Максименко [20].

Різноманітність прояву економічної культури особистості, унікальність її функцій визначаються наявністю особливої структури, яка, втілюючи ці функції, відображає внутрішні її процеси, їх логіку і підпорядковується їй. Разом з тим, вона є результатом діяльності цих процесів. Таким чином, структура економічної культури особистості тісно пов'язана з процесом становлення особистості, вона є результатом становлення, його умовою і фактором подальшого розвитку. Динаміка економічної культури особистості як цілісності визначається співвідношенням її структурних компонентів, які утворюють своєрідну конфігурацію на кожному етапі розвитку особистості. Своєрідність етапу соціалізації а також тенденції його розвитку визначаються домінуючим компонентом в цій конфігурації. В зв'язку з тим, що структура економічної культури особистості складається з декількох різних за змістом одиниць, виникає питання відносно особливостей взаємозв'язку між ними, а

також особливостей взаємовідносин кожної з одиниць і цілісної структури. С.Д.Максименко формулює тут провідний принцип такого взаємозв'язку як принцип зв'язаності [20, с.140-142]. Кожна структурна складова повинна втілювати в собі і відображати всю структуру як цілісність. Вона повинна розвиватись як самостійно, так і в складі цілісності. Тому неможливо оперувати терміном «частина», коли це стосується структури цілого (соціалізації). Л.І.Божович, досліджуючи проблеми розвитку, вживала поняття не «частина», а «лінії» розвитку, які в її тлумаченні є релевантними окремим структурним елементам.[5,с.227]. Одиниця структури повинна бути рухливою, мінливою, динамічною і всіма своїми зв'язками втіленою у явищі, яке є більш розвинутим. С.Д.Максименко, розглядаючи питання виділення структурних одиниць в аналізі психічних явищ, наголошує на тому, що структурні одиниці повинні відповідати наступним вимогам: одиниця повинна бути специфічною і самостійною, але існувати і розвиватись вона буде в складі цілісності; в ній повинна відображатись вся цілісність в її реальній єдності, але відображатись «поглиблено-спрощено» у вигляді сутнісного протиріччя; дана одиниця не є схожою на «будівельний блок» - вона динамічна і здатна як до власного розвитку, так і до гармонійної участі у становленні цілісності; одиниця повинна відображати певний сутнісний ракурс існування цілісності і відповідати всім сутнісним ознакам цієї цілісності [20, с.139].

Процес становлення економічної культури особистості відбувається як формування певного способу взаємозв'язку компонентів її структури. Жоден окремий компонент структури не може розвиватись окремо, поза цілісністю. Бо структура розвивається, змінюється тільки цілком. Тільки як цілісність і змінюється за окремими лініями. «Лінія розвитку,-пише С.Д.Максименко, –це не розвиток окремої підструктури, складового елемента – це лінія спрямування, в якому розвивається вся цілісна структура»[20, с.149]. Це не означає, що можна відкинути наявність унікальних і специфічних механізмів розвитку окремих підструктур (компонентів), проте ці специфічні механізми здатні діяти виключно у складі єдиного механізму, який забезпечує процес становлення економічної культури особистості, який відбувається через активне включення особистості у всі види взаємодій її життєвого простору. Рівень розвитку економічної культури особистості визначається змістовим наповненням структурних складових процесу соціалізації.

Визначення структури досліджуваного феномену у науці не є таким простим, як здавалося б на перший погляд. У вітчизняній психології ця проблема найбільш розроблена Л.І.Божович, Б.Ф.Ломовим, С.Д.Максименко, К.К.Платоновим. Розглядаючи структуру особистості як складну відкриту систему, що саморозвивається, К.К. Платонов вживає поняття «функціонально-динамічна система», тим самим наголошуючи на тому, що цілісність структури утворюється в результаті особливостей взаємозв'язку і взаємовідносин елементів структури між собою, а також між елементами і самою цілісною структурою. Взаємодія цих різних одиниць структури

(підструктур) визначає особливості цілісної функціонально-динамічної структури. Акцент на розумінні структури особистості як цілісності, яка відображає внутрішньо особистісні процеси, тобто процеси виникнення, існування і розвитку, зроблено також С.Д.Максименко в його генетичній психології. З позиції генетичної психології структурна цілісність економічної культури особистості є динамічним процесом, який розуміється не тільки як поетапні зміни особистості в онтогенезі та філогенезі, але й як зміни всередині кожного етапу, всередині структурної цілісності, а також в кожному структурному її компоненті. Становлення і розвиток економічної культури особистості відбувається як формування певного способу взаємозв'язку її структурних компонентів. Індикатором економічної культури особистості як цілісності є домінуючий компонент в системному зв'язку її структурних компонентів, він же визначає тенденції її розвитку.

Визначення структурних складових досліджуваного феномену є важливим питанням науки. Складність та багатоманітність феномену зумовлює його існування і функціонування через безліч взаємопов'язаних елементів. Маючи на увазі цю складність, Е.Фромм зауважує, що «економічні, психологічні і ідеологічні фактори взаємодіють наступним чином: людина реагує на зміни у зовнішній обстановці тим, що змінюється сама, а ці психологічні фактори в свою чергу сприяють подальшому розвитку економічного і соціального прогресу. Тут діють економічні сили, але їх потрібно розглядати не як психологічні мотивації, а як об'єктивні умови; діють і психологічні сили, але їх основою є вся психологічна структура членів певної соціальної групи. Не дивлячись на взаємозалежність економічних, психологічних і ідеологічних факторів кожен з них має також деяку самостійність...» [40, с.246-247.] Тому не дивно, що теорія і методологія дослідження структури психічних феноменів характеризується багатоманітністю поглядів вчених на це питання.

Різні дослідники виділяють різну кількість структурних елементів економічної культури та по різному визначають їх зміст.

«Батько» культурології Леслі А.Уайт, вивчаючи систему культури, виділяв декілька рівней-підсистем. Перший рівень характеризує взаємовідносини людини з природою, використання ним технічних засобів і знарядь праці, типу житла тощо; другий – соціальні відносини, включаючи систему економічних, політичних і військових відносин; третій – ідеологічний – ідеї, вірування, звички, різного виду знання. Головним з них він вважав технологічний. Сучасний російський дослідник В.К.Корольов виділяє три групи структурних елементів економічної культури: соціально-психологічну, культурологічну та гносеологічну групи, та у відповідності з ними такий ряд функцій як адаптивна, інноваційно-перетворююча, організаційно-регулятивна, аксіологічна, комунікативно-інтегративна та трансляційна.

Враховуючи складність та багатоманітність культури як системно-структурного утворення з ієрархічними рівнями, доцільним є у виділенні структурних компонентів враховувати ракурс, в якому дослідник розглядає культуру. Прикладом такого підходу є концепція російського вченого Я.І.Кузьміна, який досліджує структуру економічної культури в ракурсі її суб'єктів, в якому виділяє такі її структурні компоненти як певні прошарки (суб'єкти економічної культури).

Верхній прошарок – академічне співтовариство дослідників і викладачів. Вони володіють певними економічними знаннями і економічним мисленням у більшій мірі, ніж інші суб'єкти економічної культури. Тому модифікувати економічну культуру на цьому рівні найлегше.

Другий прошарок включає економістів-практиків, керівників, підприємців, робітників державного сектора. В роботах з економічної психології здійснюється аналіз цього прошарку суб'єктів економічної культури. Зокрема, дається характеристика економічної культури керівників підприємств, підприємців. Так, російською дослідницею О.Ю.Янбулатовою у 2000 році було здійснено дослідження, результати якого відображають особливості економічної культури керівників підприємств не тільки російського суспільства, але й всіх пострадянських країн перехідного періоду до ринкової економіки, зокрема, це стосується наступних характеристик економічної культури керівників підприємств.

1. Низький рівень загальних економічних знань (директор та його заступники мають технічну освіту)

2. Питання, які пов'язані з економічними проблемами, передаються виконавцям-економістам і юристам не самого високого рівня. Таким чином, процес виробки і прийняття рішень розподіляються на дві частини-між виконавцями економістами та директором.

3. Насторожене ставлення до інновацій в сфері господарського механізму.

4. Феномен «власності на робочому місці» і прагнення максимізувати особистий прибуток ведуть до таких управлінських рішень, які суперечать інтересам підприємства.

До другого прошарку економічної культури входять також підприємці, для яких характерним є сумісництво ролі та статусу власника і управлінця.

Головною їх характеристикою є схильність до ризику. Разом з тим в їх економічній культурі існують такі суперечності: низька підприємницька етика, з одного боку, і орієнтація на вищі досягнення світової підприємницької культури - з іншого; асиметричність інформованості (знання про події, що наступають і незнання поточної інформації); орієнтація на престижне споживання; низька довіра до державних інститутів і правових норм, з одного боку, і прагнення використати державні інститути в конкурентній війні – з іншого; в інноваційній політиці перевага віддається короткостроковим проектам, які пов'язані зі швидкою окупністю, а з іншого

боку – об'єктивна необхідність здійснювати повномасштабні інвестиційні проекти; нехарактерним є використання запозиченого капіталу; частіше за все відсутня економічна освіта, в той же час існує підвищений попит на спеціалістів з самим сучасним рівнем економічної підготовки.

Третім прошарком, так би мовити фундаментом цієї піраміди з рівнів економічної культури, є все населення. Це найбільш інертна частина системи. Тут велике значення мають традиційні цінності, стереотипні установки, які змінюються повільно, переважно через стихійні форми соціалізації. Аналізуючи цей прошарок економічної культури, Я.І.Кузьмінюв кваліфікує його як масову культуру, яка в сучасних умовах пострадянської ринкової економіки характеризується амбівалентним ставленням людей до ринку. Дослідник відмічає характерні риси цієї масової економічної культури. Перша її риса – стихійний релятивізм. Це означає тяжіння до входження в певну групу, боязнь діяти ризиковано. Серед носіїв цієї культури розповсюдженими є зрівняльні стереотипи, недоброзичливе ставлення до чужого економічного успіху. Друга риса - завищений рівень соціальних очікувань при незадоволеності змістом і оплатою праці. Третя - незнання реалій ринкової економіки на практичному рівні (позитивна реакція на «абстрактну ринкову економіку: поняття «риннок», «приватна власність», «підприємництво» і негативна реакція на ринок реальний - далекий від західного.). Зміни в масовій економічній культурі відбуватимуться дуже повільно. Основними факторами, що впливають на ці зміни, є насамперед економічні умови життя суспільства: рівень розвитку макроекономіки, характер власності, економіко-правове регулювання суспільних відносин тощо.

Існування великої чисельності концепцій структури економічної культури свідчить про складність цієї проблеми.

Оскільки економічна культура особистості розглядається як цілісність, що визначається системою соціальних відносин, то, спираючись на традиції психології, нами виділено трикомпонентну її структуру з такими компонентами як когнітивний, афективний та конативний .

Кожен з цих компонентів має свої особливості в залежності від місця його, як в системі цінностей інституційованого соціального середовища, так і у внутрішній структурі самого феномена економічної культури особистості. Взаємозв'язок компонентів всієї структури економічної культури особистості, утворюючи певну конфігурацію компонентів, визначає її загальну характеристику, внутрішнє джерело її динаміки. Саме тому дослідження особливостей структурних складових економічної культури особистості є важливим у плані вивчення внутрішніх чинників її становлення, якими виступає певна конфігурація цих складових. Дослідження змістовних характеристик структурних компонентів економічної культури особистості є важливим також для побудови програм економіко-психологічного навчання, спрямованих на розвиток економіко-

психологічних характеристик особистості, які пов'язані зі змістом структурних складових її економічної культури.

Когнітивний компонент економічної культури особистості, який є відображенням індивідом різних сторін економічної реальності, пов'язаний з усвідомленням і раціональною осмисленістю суб'єктом різних сторін економічної реальності. Цей компонент включає в себе загальні економічні знання, економічні норми і цінності, які особистість засвоює в процесі соціалізації. Він являє собою уявлення, знання особистості про економічні об'єкти (гроші, власність, майно, бідність-багатство, споживання, виробництво тощо) та суб'єктів економічної діяльності і економічних відносин (економічне «Я», партнерство, конкуренція, безробіття тощо), зміст яких зумовлено конкретно-історичними відносинами «людина-економічний світ».

Важливим питанням у дослідженні когнітивного компоненту є характер відображення економічної реальності в свідомості людини, який визначається не тільки особливостями економічних об'єктів, але й особливостями суб'єкта відображення. Як нами уже зазначалось, економічне відображення відрізняється від нейтрального тим, що його вибірковість зумовлено орієнтацією особистості на особистісну корисність об'єкта відображення, що робить цей об'єкт економічно значимим для суб'єкта. Здатність відображення визначати економічний смисл об'єкта відображення характеризує сутність економічного мислення особистості. В зв'язку з цим стає важливим вивчення особливостей економічного мислення з метою розробки технологій формування економічної свідомості особистості в процесі економічної соціалізації.

Афективний компонент економічної культури особистості – це здатність індивіда переживати та оцінювати свою позицію в системі економічної реальності, що представлена сукупністю суб'єктивних емоційно забарвлених думок і оцінок різних сторін економічної реальності, які зумовлено конкретно-історичною системою відносин «людина - економічний світ». Цей компонент являє собою емоційне ставлення людини до економічної реальності і може бути як позитивним, так і негативним.

В деяких дослідженнях емоціям відводиться ключова роль в економічній культурі особистості (Д.Канемана і А.Тверські, Дж.Лумса і Р.Сагдена тощо). В них доводиться, що емоційна сфера людини має безпосередній вплив на формування функції корисності економічного суб'єкта. В літературі розглядається цілий спектр емоційних виявлень (заздрість, здивування, розчарування, радість, гордість, щастя тощо) у зв'язку з економічною культурою особистості. В плані дослідження афективної складової економічної культури особистості цікавим є розкриття соціально-психологічної детермінації емоційної складової в умовах різких трансформацій, коли виникають тенденції швидкого і радикального руйнування позитивних, високо значущих цінностей на користь негативних. Коли особистість не встигає адаптуватися до умов, які швидко змінюються,

руйнування стереотипів, установок, які склались, супроводжується «культурним шоком», який зумовлено незвичними, незвичайними нормами і стандартами поведінки, дискомфортом від відмінностей між «своєю» та «чужою» культурою. Різні люди з різною ступеню гостроти переживають культурний шок.

Російська дослідниця Журавльова Н.А., аналізуючи динаміку ціннісних орієнтацій особистості в сучасних умовах, відмічає, що структура провідних цінностей особистості ХХІ ст. відрізняється орієнтацією на прагматизм (підприємливість, ефективність у справах), професійну самореалізацію (робота). Менш значимими стають – орієнтація на цінності мудрості, самоконтроля і незалежності. Орієнтація на споживання стає важливим компонентом ціннісної структури особистості і входить як в термінальну, так і інструментальну підструктури [13].

Конативний компонент економічної культури особистості являє собою систему так званих психологічних феноменів «інтенції», які виконують функцію стимулювання певних форм економічної поведінки, спрямовуючи особистість на активізацію економічної діяльності. Конативний (поведінковий) компонент економічних репрезентацій представлено у свідомості суб'єкта у вигляді мотивів, цілей, спрямувань, намірів і готовності суб'єкта до здійснення економічної діяльності. Поведінковий компонент відображає зразки економічної поведінки, які людина засвоїла і присвоїла на даному етапі життєдіяльності.

Економічна спрямованість базується на системі економічних установок, які акумулюються в економічних ролях. Економічна роль визначає вид поведінки (споживання, виробництво, розподіл), який задається певним стандартом. Економічна роль впливає на особливості економічної культури особистості, бо культура визначається взаємодією з людьми, які виконують цілу низку економічних ролей, а економічна культура особистості, в свою чергу впливає на участь суб'єкта економічної діяльності у певному рольовому репертуарі.

Для аналізу економічних ролей доцільним є застосування критеріїв, якими визначаються соціальні ролі (Т.Парсонс), а саме: масштаб, спосіб отримання, емоційність, формалізація, мотивація. Оскільки діапазон економічних ролей є широким, то масштаб економічної ролі виходить за рамки конкретної професії. Чим більше економічних ролей здатна відтворити людина, тим більшою мірою вона включена в економічну сферу, в економічну культуру. Спосіб отримання економічної ролі залежить від того, наскільки необхідною є дана роль для людини. Наприклад, роль споживача є необхідною для кожної людини. Інші ролі можуть засвоюватись в процесі навчання і діяльності. Кожній виробничій ролі відповідає певна професія, яку людина обирає, навчається, виконує в професії, суміщає з іншими економічними ролями. Експектації оточуючих, соціальні норми, звички або мода можуть визначати певні особливості емоційного виявлення економічної ролі людини в певній

ситуації. Різні економічні ролі супроводжуються різними мотивами. Провідним мотивом економічної діяльності є оптимізація вигоди або корисності в процесі розпорядження обмеженими ресурсами. Іноді рольова поведінка стає самомотивованою, тобто саме виконання ролі є її мотивом.

Зміст компонентів економічних ціннісних репрезентацій детермінуються потребою системою індивіда на різних вікових етапах людини має свої особливості. Це показала О.В.Козлова у дослідженні особливостей економічної соціалізації дітей [15]. Наприклад, когнітивний компонент економічних репрезентацій дітей молодшого віку визначається мінімальним розумінням економічних об'єктів, але на подальших вікових етапах економічна реальність починає усвідомлюватися спочатку як взаємодія окремих подій в економічній системі, а згодом економічна взаємодія починає розглядатися як система. Якщо у дітей молодшого віку емоційний компонент виявляється через панування позитивного сприйняття економічної реальності, то згодом в судженнях про економічну реальність у власному досвіді починають з'являтися негативні оцінки. Інші складові економічних ціннісних репрезентацій теж мають суттєві відмінності у дітей різного віку.

Особливості економічних ціннісних репрезентацій детермінуються також конфігурацією їх компонентів, яка своєрідно складається на певному віковому етапі економічної соціалізації індивіда в залежності від домінування одного з компонентів. Домінуючий компонент системи феноменів економічних ціннісних репрезентацій визначатиме форму в якій найбільш ефективно здійснюватиметься інтеріоризація індивідом економічних цінностей. Так, в конфігурації когнітивного, афективного і конативного компонентів економічної соціалізації підлітків домінуюче місце починає посідати конативний компонент з інтенціями, що визначають його прагнення бути включеним до економічної сфери суспільства в якості суб'єкта економічної діяльності. Це відповідає вимогам економічної інституції суспільства та потребам особистості підліткового віку. В процесі економічної соціалізації відбувається їх узгодження.

Дослідження економічної культури особистості в зв'язку з процесом економічної соціалізації, розглядання її, з одного боку, як інтеріоризації загальної системи економічних цінностей, а з іншого – як такої, що зумовлена індивідуально-психологічними особливостями індивідів, дозволяє побудувати модель економічної культури особистості (рис.5.1), завдяки якій можливо проаналізувати наступне: особливості ціннісної системи економічної інституції, в межах якої здійснюється інтеграція індивідів в економічну сферу суспільства; значення форми ціннісних репрезентацій, в якій найкраще узгоджено систему цінностей економічної інституції з внутрішньою потребою-мотиваційною системою індивіда; особливості конфігурації компонентів структури ціннісних репрезентацій, як такої форми зв'язку зовнішніх економічних цінностей з внутрішньою мотиваційно-потребовою

системою індивіда, що визначає особливості формування його економічної культури.

Згідно з нашим розумінням культури, як такого феномена, який імпліцитно несе в собі нормативний образ людини, культурна сторона в системі економічних цінностей визначатиметься нормативним законом «людини економічної». Відповідно до вимог сучасної ринкової економіки «людина економічна» характеризується параметрами підприємливості.



Рис. 5.1. Структурна модель економічної культури особистості

Визначена нами теоретична структурно-функціональна модель економічної культури особистості покладена в основу емпіричної програми дослідження соціально-психологічних закономірностей становлення економічної культури особистості.

5.3. Ставлення до особистої власності як чинник економічної культури школярів

Становлення основ економічної культури особистості школяра – багатогранний і складний процес. Найбільш продуктивним для розкриття детермінації цього процесу, на нашу думку, є системний підхід [12; 14; 20]. Згідно з підходом, питання про детермінацію економічної культури особистості має вирішуватись аналізом змісту і способів взаємодії чинників у конкретній ситуації. Так, в контексті нашого дослідження маємо враховувати психологічні особливості обставин і стадій психічного розвитку школяра, оскільки він охоплює три вікові етапи соціалізації особистості – молодший шкільний, підлітковий та юнацький вік. Отже, особливості становлення економічної культури школяра будуть відрізнятись залежно від специфіки взаємодії і співвідношення зовнішніх умов, становлення економіко-психологічних якостей школяра на різних вікових етапах, оскільки способи і зміст взаємодії цих детермінант на різних вікових етапах різне. Різним є обсяг, складність взаємин у тому соціально-економічному просторі, в який включається школяр.

Окрім того, особливості досліджуваного явища зумовлюються й внутрішніми чинниками, специфічними на кожному з етапів соціалізації. Будь-який результат становлення та розвитку економічної культури школяра (когнітивний, афективний чи конативний), досягнений на тій чи іншій його стадії, включається у сукупну детермінацію цього процесу, виступаючи в ролі внутрішніх факторів, передумов, чи опосередковуючих ланок стосовно результату наступної стадії [14, с. 33].

Згідно зі структурно-функціональним системним підходом економічна культура особистості показана у дослідженнях лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України [22-24] як результат економічної соціалізації. Визначено, що він детермінований двома основними зовнішніми стосовно системи економічної культури особистості чинниками [22-24]: 1) суспільними, а саме особливостями економічних цінностей суспільства, 2) особистісними, а саме

- особливостями мотиваційно-потребової системи особистості,
- соціально-економічним простором особистості,
- репрезентаціями відносин власності в економічній свідомості особистості,
- її монетарними репрезентаціями,
- економічними настановленнями,
- суб'єктивно-економічним статусом.

Провідними внутрішніми чинниками становлення економічної культури особистості ми вважаємо ті внутрішньоособистісні утворення, які формуються в результаті інтеріоризації особистістю економічних цінностей суспільства. Йдеться про систему ставлень особистості до власності, зокрема,

до особистої, як таку форму прояву інтеріоризованих цінностей суспільства, яка найбільш влучно виражає змістові зв'язки особистості школяра з економічною дійсністю.

Згідно з системним підходом до економічної культури особистості, співвідношення когнітивних, конативних та афективних складових ставлення школяра до особистої власності особливе на різних вікових етапах. Відповідно, і соціально-психологічний простір відносин особистої власності з віком у школярів змінюється. Отже, розглянемо особливості ставлення школярів до власності, прослідкувавши розвиток економічної культури особистості учня від молодшого шкільного до раннього юнацького віку та покажемо закономірності змін у його соціально-психологічному просторі відносин особистої власності.

Опитування проводилось у 2-х загальноосвітніх київських школах: спеціалізованій школі «Логос» з поглибленим вивченням англійської мови та гімназії № 274 з поглибленим вивченням іноземних мов. Вибір навчальних закладів був випадковим. В обох закладах навчаються діти з місцевих мікрорайонів. На момент опитування школа «Логос» спеціалізувалась переважно на посиленому вивченні англійської мови, гімназія 274 – на вивченні англійської та німецької мов.

В опитуванні взяли участь 80 учнів 3-х класів (віком 9-10 років – молодші школярі), 80 учнів 6 класів (віком 12-13 років – підлітки) та 80 учнів 9-10 класів (віком 15-16 років – юнацтво).

5.3.1. Аналіз когнітивного компоненту економічної культури школярів

Проаналізуємо результати пізнання школярами економічних цінностей в системі особистої власності на різних вікових етапах навчання у школі. При цьому індикатором пізнання школярами економічних цінностей в системі особистої власності обґрунтована нами співвіднесена з етичними цінностями когнітивна складність образу особистої власності, уявлень про особисте та чуже майно, ідеї; про себе та інших як учасників відносин споживання, праці, купівлі-продажу, виробництва, підприємництва, інвестування, благодійницької діяльності.

В ході опитування за розробленою нами анкетною отримано наступні дані. Аналіз відповідей на питання «що в своєму житті ти називаєш особисто своїм, про що можеш сказати: «це - моє»?» показав велику статистично значущу різницю в образі «моє» в трьох досліджених вікових категоріях учнів. Так, виявлене зростання з віком когнітивної складності образу «особисто моє» (234 характеристики у молодших школярів, 423 - у підлітків та 659 - у юнаків, табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Смислові одиниці образу «особисто моє» в усіх групах порівняння

Смислові одиниці	Кількість у групі порівняння		
	Молодші шк.	Підлітки	Юнаки
1. Матеріальні речі:	234	327	316
1) апаратура	15	89	64
2) Побутові речі	51	45	30
3) «мої речі»		3	30
4) Шкільне приладдя, книги	85	42	18
5) Особистий одяг		37	40
6) Речі віртуальні		2	28
7) Тіло, частини тіла		48	24
8) Спортивне приладдя		2	8
9) Те, що заробив власною працею			4
10) Іграшки	40	10	
11) Їжа (смачне, цукерки, торт, тістечка)	5		
2. Економічні цінності:	38	49	45
12) Нерухомість	38	45	9
13) Гроші		4	36
3. Психологічні ресурси:		96	224
14) Соціальні навички, зв'язки з іншими			4
15) Соціальна ідентичність :	20		
16) В т.ч. ідентифікація з економічними ролями		38	92
17) Психологічні процеси		21	84
18) Особисті уміння, таланти		25	44
4. Трансцендентні цінності		12	67
Всього :	254	423	652

З таблиці 5.1 видно, що уявлення про особисту власність ускладнюються з кожним віковим етапом.

Уявлення молодших школярів про особисту власність

(збір емпіричних даних на вибірці молодших школярів здійснено за участі Новосядлої О.М. і Сухаревської О.О.)

Серед молодших школярів, для кого характерне домінування наочно-дієвого мислення з переходом до абстрактно-логічного, в описах особистого майна переважає перелік матеріальних речей (254 характеристики), представлених в основному предметами повсякденного вжитку (шкільне приладдя й книги – 85 характеристик, предмети побуту, як-то стіл, стілець, шафа, чашка – 51, іграшки, в т.ч. ігрові приставки – 40). Виявлені в описах і згадування про соціальні зв'язки з іншими, серед яких переважно домашні улюбленці - 20.

Особливістю образу особистої власності для молодшого віку порівняно з іншими двома періодами є те, що в образі «мое» в даній вибірці серед об'єктів, що символізують економічні відносини, лише 38 згадувань (це переважно нерухомість - квартира, кімната, дім, сад). Це спонукало нас до уточнення, чи насправді особисте майно і сам його господар в уявленнях молодшого школяра мало пов'язані з економічними категоріями.

Тому наступним запитанням передбачалось більш точно з'ясувати, чи пов'язані уявлення про особисту власність з господарською діяльністю людини. Економічний контекст був заданий для молодших школярів у наступній інструкції (дод.А1-2, пит.1): «Уяви собі казкового героя, який живе у світі, веде своє господарство і про який говорить «це мій світ». Напиши, з чого складається світ нашого героя, про що він каже «це мое»?». Відповіді показали, що такий зв'язок існує: в описах дітей з'явилися економічні категорії (табл.5.2).

Образ особистої власності школяра в контексті господарської діяльності є більш складним порівняно з образом «особисто мое». У молодшому шкільному віці цей образ конституюється більшою кількістю категорій, які ми відносимо до економічних. Так, на високому рівні статистичної значущості виявилось, що пізнання світу економічних відносин тісно пов'язане з формуванням в свідомості дитини таких категорій, як

1) світ матеріальних речей:

- складові власного тіла як втілення власної тілесності і фізичного потенціалу ($p \leq 0,001$),

- складові живої природи ($p \leq 0,001$),

- нежива природа, склад, обсяг та протяжність природних об'єктів як втілення власної територіальності ($p \leq 0,01$),

- «друга природа» як створені людством матеріальні об'єкти в тому числі й економічні блага (різні види нерухомого й рухомого майна, гроші ($p \leq 0,01$) та коштовності ($p \leq 0,05$)),

2) свій внутрішній світ

- розширення соціально-економічного простору (зростання соціально-психологічних зв'язків з найближчим оточенням через ідентифікацію з

сім'єю, друзями, родиною ($p \leq 0,001$), сусідами, школою ($p \leq 0,01$)), його ускладнення за рахунок пізнання в загальних рисах окремих категорій трудових (робота при $p \leq 0,01$, «забезпечення»), фінансових та інвестиційних (банк, $p \leq 0,01$), виробничих/підприємницьких (бізнес, власний ресторан, власний магазин, власний готель, приватна ділянка землі, при $p \leq 0,01$) відносин.

Таблиця 5.2

**Смислові одиниці в образі особистої власності молодших школярів
в контексті господарської діяльності власника**

Смислові одиниці	Кількість одиниць
1. Матеріальні речі:	323
1) Речі природні (дерева, квіти, вода)	61*
2) Територія (поля, ліси, планета, космос, Крим, рідний край)	37
3) апаратура	5
4) Побутові речі	24
5) «мої речі»	15
6) Шкільне приладдя, книги	10
7) Особистий одяг	25
8) Речі віртуальні	1
9) Тіло, частини тіла	2
10) Спортивне приладдя	-
11) Іграшки	13
12) Їжа (смачне, цукерки, торт, тістечка)	14
13) Економічні цінності :	116
- Нерухомість (дім, осіля, хатинка, замок)	44
- Бізнес-нерухомість (власний ресторан, власний готель, транспорт, магазин, земля)	18
- Рухоме майно (мотоцикл, машина, ракета)	28
- Гроші (гроші, гаманець, зарплатня)	19
- Коштовності, багатство (скарб, алмази, золото, діаманти)	6
- Те, що заробив чесно	1
2. Психологічні ресурси:	120
14) Соціальні навички, зв'язки з іншими	76
15) Бізнес-відносини (бізнес, своя справа, господарство)	6
16) Інвестиційні / фінансові відносини (банк)	3
17) Трудові відносини (робота, слуги)	7
18) Психологічні процеси	10
19) Особисті уміння, таланти	7
20) Моральні якості (доброта, відвага, щирість, турбота)	11
3. Трансцендентні цінності (життя, свобода)	5
Всього :	564

- усвідомлення власних здібностей та талантів, цінностей (через ідентифікацію з особистістю, усвідомлення власних досягнень та здобутків, здоров'я як цінності ($p \leq 0,01$)),

- пізнання окремих психічних процесів та ресурсів (розум, сила, знання ($p \leq 0,01$), освіта ($p \leq 0,01$)),

- усвідомлення окремих позитивних моральних якостей (доброти ($p \leq 0,001$), відваги, щедрості ($p \leq 0,01$), турботливості ($p \leq 0,05$)).

З метою з'ясувати більш детально, як пов'язане пізнання молодших школярів особистої власності з окремими видами економічних відносин (споживання, трудовими, благодійництво чи фінансування/інвестування), ми попросили виконати таке завдання (дод.А1-2, пит.2): «Покажіть, які з тих речей, що казковий герой назвав би «особисто своїми», обов'язково йому знадобилися б (1) *в магазині*, щоб купити щось, (2) *у школі*, щоб там успішно навчатись, (3) *в кінотеатрі*, щоб подивитись фільм, (4) *для допомоги бідним або стареньким людям, чи покинутим тваринам*, (5) *на майбутній роботі*, (6) *у банку*, щоб зберегти і накопичити гроші. Для цього потрібно з'єднати стрілками потрібні речі з відповідними записами у кубиках. Звісно, що одна й та ж річ може знадобитись героєві в кількох випадках, тоді від неї буде йти кілька стрілок. Якщо потрібно, то можна дописати у список героя додаткові речі».

Виявилось, що для *відносин споживання* товарів (у магазині), а також розважальних послуг (в кінотеатрі) потрібні гроші, гаманці (75 характеристик), батьки (51 характеристика), одяг (9 характеристик), телефон (34 характеристики).

У школі (*споживання освітніх послуг*) потрібні знання, «думки» (7 характеристик), домашнє завдання, зроблені уроки, освіта (43 характеристики), шкільне приладдя (168 характеристик), їжа (бутерброди, цукерки, вода – 147 характеристик), гроші (названі суми 10 грн., 20 грн.), парти чи столи (76 характеристик). Отже, споживчі відносини молодші школярі уявляють адекватно: споживання товарів та розважальних послуг опосередковане у їхніх уявленнях грошми. Можемо припускати, що через усвідомлення своєї фінансової несамотійності діти потребують і підтримки дорослих у реалізації ролі споживача. Побіжно це підтверджується й тим, що в отриманні освітніх послуг дитина не потребує присутності родичів. Зате уявляє собі, що в ході навчання вона оперує знаннями.

Для *інвестиційних/фінансових відносин* (банк) потрібні батьки (92 характеристики), гроші (50 характеристик), одяг, взуття. Те, що участі батьків діти потребують у здійсненні банківських операцій, свідчить про їх загально адекватну оцінку своєї некомпетентності і несамотійності у прийнятті фінансових рішень. З іншого боку, діти й усвідомлюють, що основним інструментом у таких операціях є гроші.

Майбутні трудові відносини молодші школярі уявляють собі досить конкретно як такі, що пов'язані з комфортно влаштованим робочим місцем (кабінет – 45, комп'ютер, планшет – 136, телефон – 89, їжа (бутерброди, вода – 129), канцелярське приладдя (ручки, папір, олівці) - 167, електронні книги – 5, одяг, взуття – 73, «квіти, щоб пахло в кабінеті» - 7, зарплатня - 3). Отже, трудові відносини молодші школярі уявляють досить буквально, пов'язуючи їх переважно з організацією робочого місця. Мала кількість зв'язків з грішми (зарплатнею) та іншими економічними благами вказує на те, що діти поки що мало усвідомлюють сутність, сенс трудових стосунків.

Благодійництво в уявленнях молодших школярів найбільшою мірою серед інших відносин власності опосередковане позитивно-моральнісними і дієвими (сказали б, вчинковими) характеристиками. Так, дітям знадобились турботливі дії («забрав би додому», «нагодував би», «дав би їсти», «купив би щось»), любов (до тварин) - 54, гроші - 87, їжа – 76, одяг – 35 характеристик відповідно.

На питання «Хто наш герой у майбутньому?» (дод.А1-2, пит.3) більшість опитаних (92%) називала різні професії, переважно пов'язані з найманою працею. Невелика кількість (9%) опитаних дітей назвали професії бізнесмена, співака з своєю групою, «свою справу». Результати свідчать про те, що дитячі проєкції планів по зайнятості в майбутньому є цілком адекватними, оскільки майже всі вони вже в молодшому шкільному віці орієнтуються на вимоги економічної ролі працівника (в усякому разі, не утриманця) – суб'єкта матеріального самозабезпечення. Особливістю таких орієнтацій є переважання ідентифікацій з найманим працівником.

Таким чином, в уявленнях молодших школярів особиста власність представлена переважно матеріальними об'єктами особистого володіння. Серед них переважають ті речі, які діти напряду не пов'язують з економічними відносинами. Економічні характеристики (гроші, інші матеріальні цінності, знання, освіта) в образі «особисто моє» з'являються в умовах рефлексії дітьми особистої власності у конкретному економічному контексті. Це свідчить про те, що зв'язок особистої власності з економічними ціннісними орієнтаціями опосередкований економічним контекстом. Відносини, що передбачають добровільне відчуження дитиною свого майна на користь інших (благодійництво), прямо пов'язані з позитивними моральними цінностями добра, турботи, піклування.

Уявлення підлітків про особисту власність

(збір емпіричних даних на вибірці підлітків та старшокласників здійснено за участі Новосядлої О.М.)

Уявлення про «особисто моє» у підлітків (табл.1, дод.А.3-4, пит.1) закономірно в когнітивному плані складніші, ніж у молодших школярів. Слід підкреслити те, що ці уявлення насичені економічними категоріями. Це

відбувається за рахунок ускладнення образу матеріальних особистих речей (переважно через усвідомлення своєї тілесності, віртуальних речей, економічних цінностей), ідентифікації з більш широким колом соціального оточення та усвідомлення власних психологічних ресурсів.

Наступним завданням передбачалось більш точно з'ясувати, як трансформується образ особистої власності в уявленнях підлітків у контексті відносин, пов'язаних з господарською діяльністю. Таким чином, був заданий економічний контекст у наступній інструкції (дод.А3, пит..2): «Спробуйте пофантазувати і напишіть невеличку казку про особисті речі, майно, гроші людини, яка має своє господарство».

До контент-аналізу були взяті ті показники особливостей пізнання опитаними особистої власності в економічному контексті, запропоновані А.Купрейченко та О.Горбачовою для інтерпретації казок про гроші [12], а саме уявлення про економічні блага у житті особистості: їх джерела, форми існування; уявлення про головного героя казки як проекція уявлень про себе як власника. Окрім того, для з'ясування уявлень підлітків про особисту власність як системне явище проводився контент-аналіз метафоричних моделей власності, які виділялись з текстів казок. Особиста власність вивчається нами як системне явище, а не як сукупність окремих феноменів (власника, об'єкта привласнення, інших суб'єктів). Останні мають аналізуватись якомога комплексно, у всіх їх взаємозв'язках і взаємозалежностях. Тому для системного погляду на особисту власність ми звернули увагу на її метафоричне представлення в текстах учнів. Метафоричні моделі особистої власності вивчались як загальне тематичне поле однорідних понять, яке застосовували учні для характеристики відносин особистої власності.

Контент-аналіз текстів казок дозволив виявити суттєві зміни в пізнанні підлітками соціально-економічного простору особистості як суб'єкта господарської діяльності, в уявленнях про економічні блага у його житті (їх джерела, форми існування), в образі головного героя казки як проекції уявлень про себе як власника (табл. 5.3).

Так, переважну більшість (408 характеристик) смислових одиниць в образі власності людини, що має своє господарство, становлять ті, що стосуються психологічних ресурсів особистості. Хоча слід зауважити про майже співставний з попереднім показник згадування матеріальних речей (361), більшу частку якого становлять економічні блага і цінності (304).

Таблиця 5.3

Смислові одиниці в образі особистої власності підлітків в контексті господарської діяльності власника

Смислові одиниці	Кількість одиниць
1. Матеріальні речі:	361

1) Територія (королівство, планета, країна, місто щасливих людей, Україна)	56
2) Економічні цінності :	116
- Нерухомість(дім, хатинка, схованка, великий замок, палац, печера, підземелля)	16
- Бізнес-нерухомість (земля, володіння, магазин)	17
- Рухоме майно(машина, ракета)	21
- Гроші, активи (останні гроші, особисті гроші, дохід, відсотки, курс валюти, рослинні метафори – «заплатити лимонами», «розрахунок капустою»)	115
- Побутові речі як місце локалізації, джерело благ (скриня, гаманець, під подушкою, чарівний горщик, чарівна кишенька, скарбничка)	12
- Таємничі джерела особистих благ (грошове дерево, таємниця)	12
- Скарб	5
2. Психологічні ресурси:	408
3) Ідентифікація з економічною роллю:	43
- Банкіра, власника (володарка Приватбанку, власниця Райфайзен Банку Аваль)	4
- Споживача (гульвіса, покупець)	6
- Працівника (працівник, слуга)	6
- Бідняка, невдахи	3
- За шкалою «бідний-багатий»(бідний чоловік, дуже бідна людина, олігарх, багатий, дуже багатий)	17
- Політичний статус (король, принц, королева)	12
- Самоідентичність (я)	12
4) Ідентифікація з роллю в родині (дитина, сирота, бабуся, дідусь, мама, жінка «1 грн.», чоловік «500грн.»)	8
5) Ідентифікація зі статтю (хлопчик, дівчинка, гарна дівчина)	9
6) Типи економічних відносин:	18
- Фінансові відносини (банк)	2
- Трудові відносини (робота, праця)	7
7) Способи оперування матеріальними цінностями:	108
- Накопичення (заощаджувати, берегти, не витратити)	17
- Утриманство (отримувати, просити, гроші самі з'являються)	20
- Знахідка (знайшов, підібрав)	4
- Витрачання грошей(купив-5, витратив-6, віддав гроші-1, поділився-6)	18
- Крадіжка	2
- Отримання винагороди	1

- Насильницьке привласнення чужого («відібрати»)	5
- Заробіток (заробив, працював, продав)	8
- Отримання відсотків, позичання	3
- Обмін (купівля, продаж)	6
- Подарунок комусь (рідним)	2
8) Моральні якості (добро, дружелюбність, щедрість, піклування)	11
9) Моральнісна оцінка матер.благ	27
- Позитивна	21
- Негативна	6
10) Емоційне ставлення до матер.благ:	80
- Позитивне	15
- Негативне	2
- Невизначене	63
11) Орієнтованість на соціально-економічні зв'язки (наявність діалогів - 1, наявність живих істот - 1)	73
Всього :	848

Отже, природно, що підлітки порівняно з молодшими школярами більш поінформовані про сутність, розмаїття тих економічних благ, якими оперує суб'єкт господарської діяльності. Але привертає увагу той факт, наскільки підлітки просуються у пізнанні власних, специфічних для суб'єкта господарювання, економіко-психологічних ресурсів (ідентифікації з основними економічними ролями ($p \leq 0,001$), знання основних типів економічних відносин ($p \leq 0,01$) і способів оперування економічними благами ($p \leq 0,001$), моральнісній оцінці економічних благ ($p \leq 0,01$) та орієнтованості на соціально-економічні зв'язки ($p \leq 0,001$)).

Виявлено, що підлітки приблизно з однаковою частотою обмірковують і джерела надходження економічних благ (грошей, багатства, своєї справи, бізнесу) (в 59% згадувань), і сфери їх витрат (у 50%). На фоні цих результатів цікавими і неоднозначними є висновки О.Горбачової та А.Купрейченко про виявлену на вибірці дорослих тенденцію: більш, ніж 50% асоціацій присвячені тому, як витратити матеріальні блага (гроші), і лише 15% стосуються способів їх отримання [12, с. 457]. У той же час окремі дослідження економічних психологів [Уєблі, Голдри] свідчать про те, що у 13-14 років система уявлень школярів про світ економіки майже відповідає системі уявлень дорослої людини.

Щоправда, виявилось таке: переважна більшість (окрім згадувань про заробіток та посилення на нечесні способи привласнення благ) джерел надходження – це батьки і загадкові магичні обставини («чарівний гаманець», «грошове дерево», чарівна поличка в шафі» і т.п.). Припускаємо, що поінформованість підлітків про економіку є недостатньою, багато явищ в

економіці є чи незрозумілими, чи такими, що не потрапляють у поле уваги учнів середньої школи й не є предметом осмислення.

Перейдемо до аналізу використання у казці опитуваними метафоричних моделей власності. Він дозволяє судити про певні способи представлення ними останньої як позамовної дійсності і про відповідні дії, що можуть бути засновані на такому представленні. Метафорична модель [16, с.387] взята як один із засобів системної репрезентації результатів мовленнєвого конструювання картини світу особистої економіки. При цьому, слідом за авторами наукового видання «Спілкування та пізнання», будемо користуватись терміном «метафорична модель» [26, с. 374] для характеристики когнітивних, а не лінгвістичних, засобів (уявлень, репрезентацій, понять тощо), за допомогою яких дійсність особистої власності осмислюється, категоризується і концептуалізується підлітками.

Проводився контент-аналіз усіх згадувань-метафор щодо власності, які потім групувались відповідно до використовуваних метафоричних моделей. Підраховувалась частота слів та словосполучень за кожною моделлю і робився висновок щодо особливостей економічного мислення і репрезентацій власності в свідомості підлітків. Пізніше проведене порівняння частоти згадування тих чи інших метафоричних моделей у економічному дискурсі служило індикатором змін у способах концептуалізації економічної дійсності від підліткового до старшого шкільного віку.

Отже, зупинимось детальніше на текстах казок. У казках підлітків було зафіксоване використання наступних 19 метафоричних моделей особистої власності (частота використання – у % до загального числа згадувань – 479 використань) (табл.5.4):

Таблиця 5.4

**Частота використання метафоричних моделей в казках підлітками,
у % до загальної кількості використання**

Метафорична модель	Частота використання
1. Монетаризація	24
2. Темпоральність	17
3. Дії	14
4. Рух	11
5. Вмістилище	6,4
6. Містика	5,5
7. Розмірність, порохваність благ	3,6
8. Персоніфікація	3,5
9. Війна, боротьба	2,9
10. Живі істоти	2
11. Споруди	2
12. Фінансові прагнення	1,8

13.Сім'я	1,5
14.Адміністративні одиниці	1,2
15.Таємничість	1
16.Прагматизм	1
17.Благодійність	1
18.Природні стихії	0,6

1. Монетаризація – опис особистого майна казкового героя чи опис самого героя у більшості казок в термінах грошових одиниць. Той факт, що монетаризація економічного змісту казок становить найбільшу частку серед інших метафоричних моделей, підтверджує припущення багатьох економічних психологів [1;4;11;15;24;31;38;41] щодо провідної ролі кишенькових грошей у соціалізації підлітків як суб'єктів господарської діяльності.

2. Темпоральність казкових подій, пов'язаних з особистою економікою - характеристика казкових подій у термінах часу: ретроспективні характеристики (*з далеких часів; у дитинстві; бувало; жила-була дівчинка-сирітка, я отримував гроші від батьків, вона мовчала про свою скарбничку* – становлять 8%), характеристики теперішнього часу (*є, маю, дають гроші* – 6,2%), проспективні характеристики (*буде рости, дасть, роздам, допоможе, піклуватимусь* – менше 1%). Бачимо, що підлітки спираються на економічний досвід, який уже мають, оскільки схильні більшою мірою аналізувати економічні події, які вже мали місце чи тривають тепер, ніж прогнозувати їх, отже спиратись на інтуїцію, власну креативність та ініціативу.

У підлітків у цій метафоричній моделі досить помірно, порівняно з старшокласниками, виражена ідея регулярності надходжень благ (регулярність витрат взагалі у підлітків не розглядається): *кожен день, одного разу, часто, іноді* (менше 1%). Таким чином, метафорична модель темпоральності особистої економіки у підлітків пов'язана з нерегулярністю надходжень, отже, з залежністю особистої економіки підлітка від зовнішньої допомоги.

3. Дії - характеристика складових особистої економіки героя як таких, що здійснюють певні дії. Оскільки метафорична модель дії передбачає завершений окремий акт діяльності, то її представленість в казках підлітків означає, що їх особиста економіка характеризується спрямованістю на досягнення усвідомлюваної мети, довільність і навмисність економічної активності. Метафоричну модель дії слід відрізнити від імпульсу або звички, що визначаються поточною ситуацією безпосереднього поведінкового акту. Отже, така метафорична модель задає цілеусвідомленість та цілеспрямованість економічної дії. Остання завжди припускає використання культурних засобів, в якості яких можуть виступати різні знаряддя, знаки,

цінності, норми, ролі. Метафорична модель дії стосується у підлітків переважно активних дій героїв казки (*узав, накупив, зріс курс*), пов'язаних з свідомим докладанням зусиль для досягнення певної економічної мети. Переважання метафори способів надходження особистих благ (7%) порівняно зі способами їх витрат, відчуження свідчить про категоризацію себе як суб'єктів привласнення та примноження економічних благ. При цьому слід відзначити суперечливість цього процесу у підлітків, оскільки серед способів як найбільш реальні й адекватні поряд з економією (3.3%) і заробітком своєю працею (1,5%) осмислюється містична поява благ «ні з відкіля» (1,6%) Метафорична модель дії у підлітків включає в себе і метафори витрат (4%). Останні також є досить суперечливими, оскільки передбачають і «швидкі трати», і «купівлю хати, машини», і «благодійну допомогу».

4. Рух – характеристика складових особистої економіки героя як таких, що здійснюють певний рух в системі відносин привласнення-відчуження. Багаторазове (11%) застосування підлітками метафоричної моделі руху акцентує і підкреслює осмислення ними ролі учасників відносин власності як активної, перетворюючої та пов'язаної з контролем і змінами. Так, серед прикладів метафори руху підлітки згадують захист (особливо яскраво це видно у зв'язку з метафоричними моделями боротьби, війни), накопичення і обмін (купівля-продаж).

5. Вмістилище – осмислення особистих благ як таких, що поміщені в ємність, призначену для їх збереження та накопичення. Серед зразків метафоричної моделі вмістилища у підлітків переважають такі, що пов'язані з побутовими речами (*скарбничка, чарівний горщик, чарівний гаманець, моя/чужа кишеня*). Вони відповідають звичним кліше, мовним штапам, використовуваним у побутовому спілкуванні. Отже, ними задаються формальні, передбачувані, отже, контрольовані й зрозумілі для підлітків складові відносин особистої власності. Останні, очевидно, у підлітків пов'язані з накопиченням та збереженням, економією благ. При цьому слід констатувати і наявність таких складових даної метафоричної моделі, як природні (*печера*) та штучні (споруди, будівлі: *підземелля, школа, стара хатинка, схованка, ворота, палац*) вмістилища. Використання метафоричної моделі споруди – символу нерухомої штучної структури порівняно великих розмірів - у описах казкових подій, як на нашу думку, надають статичності, масштабності ідеї вмістилища. Згадування підлітками таких більш масштабних вмістилищ ми схильні розглядати як спроби виходу за межі безпосередньо сприйманого і осяжного світу особистої економіки, розсування її меж, виходу поза межі буденних взаємин накопичення і збереження, спроби пізнання більш широких відносин власності. Або, навпаки, - до бажання уникнути конкретизації у відносинах особистої власності.

6. Містика – уявлення про події в особистій економіці як про казкові чари (*добра чаклунка щоранку забезпечує нас грішми; чарівна паличка – це справжня знахідка для нас, чарівний гаманець поповнюється після кожної витрати, грошова фея кожної ночі кладе монети під подушку*). Використання даної метафоричної моделі, з одного боку, зумовлене самою інструкцією, з іншого, свідчить про спроби усвідомлення та знайти способи єднання із потаємними силами незалежно від умов простору, часу та фізичної причинності. Наявність метафори містичного в текстах підлітків підтверджує відсутність в уявленнях про особисту економіку чіткості і визначеності, свідчить про неоднозначність, прихованість, непроявленість окремих економічних явищ. Оскільки ця метафорична модель стосувалась переважно головних героїв та джерел надходження і зберігання особистих благ, то слід констатувати, що актуальними в підлітковому віці є проблеми економічного самовизначення та пов'язаний з цим вибір способів матеріального самозабезпечення, які і розв'язуються зазвичай на наступному віковому етапі.

7. Розмірність, поракхованість благ – застосовування певної кількості незалежних числових параметрів, необхідних для опису стану об'єктів у казці. Такими об'єктами в казках підлітків були блага. Застосовувались переважно вартісні характеристики щодо благ (*останні гроші, 1, 2 долари, євро, 200 грн., 500 грн., 2 грн.*). Оскільки найбільш згадуваними були купюри невисокої вартості (1-2 долари та від 1 до 50 грн.), можемо судити про переважно невисокі монетарні домагання опитаних підлітків.

8. Персоніфікація – приписування економічним явищам, подіям рис та властивостей, притаманних людині, олюднення, оживлення їх (*балакучі гроші; самотня гривня, жив самотній долар; тепер витрачені гроші живуть у чужій кишені; гроші роблять все; жили-були гроші; у королівстві грошей королем був долар, а королевою-євро; грошове дерево турбується про мою сім'ю; гривня присвоєна рублем*). Використання цієї метафоричної моделі підтверджує, на нашу думку, те, що сучасні підлітки цілковито адекватно переживають епоху суспільного споживання, усвідомлюючи набуття особистою річчю особливого статусу. Остання осмислюється ними вже не просто як предмет побуту чи корисний гаджет. Річ стає символом, частиною способу життя, втілення бажань. Володіння річчю інколи замінює живе спілкування, а прив'язаність до неї може виявитися сильніше дружніх зв'язків. Річ, яка ожила - це молодший друг, що вимагає до себе особливого ставлення. Останнє реалізується передусім, уважністю до речі, не допускає її розуміння як «безнадійно» чуттєвої, принципово бездуховної і готовністю побачити в речі потенції духовного начала, побачити її «своєю». Отже, персоніфікацією економічних об'єктів у казках підліток підкреслює їх цінність. Завдяки цьому метафоричному засобові вони стають рівними авторові, який їх застосовує. Вони не залишаються безликими, «чіймись».

Вони психологічно привласнюються, стаючи «своїми»: членами родини, друзями, позитивними героями казки. Отже, персоніфікацією опитувані роблять спроби відчутти власність на рівні переживань, проникнути в сутність економічного блага, яке оживляється, досягти таких комунікативних ефектів, як надання явищу певного емоційного відтінку, акцентування уваги на його освоєності, приналежності авторові.

9. Війна, боротьба – осмислення казкових подій як військових, як протиборства і конфліктної взаємодії, в якій конкуруючі групи мають досить рівні сили, щоб зробити результат бою невизначеним. Припускаємо, що підлітки демонструють готовність як до захисту своїх інтересів і благ (*облога, захист, оборона, охорона*), так і до активного їх відстоювання та до перемоги в конкурентній боротьбі (*зброя, війна, битва, повстання, перемога*). Про те й інше свідчить використання метафори війни для означення подій в економічній казці.

10. Живі істоти (рослини, тварини) – це представлення особистої власності у термінах з життя світу живих істот, уявлення про рух власності як про процеси, притаманні рослинам чи тваринам (*виростила грошове дерево, піклувалась, доглядала, поливала деревце, гроші ростуть на чарівній полиці; скарбничка-свиня; скарби з'їв злий дракон*). Ця модель є досить близькою до персоніфікації. Ми виділили її окремо з тією метою, щоб підкреслити ту влучність, з якою підлітки осмислюють особисту економіку як рухливі процеси зростання, розвитку, змін, метаморфоз, метафорично означуючи їх притаманними живим істотам.

11. Фінансові прагнення – осмислення подій в казці через потреби, мотивацію героїв (*щоб було грошей, скільки забажаєш; захотілось витратити все; загадав бажання, щоб постійно сипались гроші; дістати грошей, скільки треба; хотів заробляти достатньо; хочу власну скарбничку, яка б сама поповнювалась; хочу бути олігархом; вийду заміж за олігарха і не буду працювати*). Така метафорична модель свідчить про вмотивованість підлітків до покращення свого матеріального становища, про прагнення добробуту і матеріального благополуччя.

12. Сім'я, сімейне життя – уявлення про життя казкових героїв у сімейних зв'язках і взаєминах (*жили дружною сім'єю; оженились; вийшла заміж за олігарха; чоловік і жінка, дитина-сирота*). Така метафорична модель свідчить про тісні зв'язки особистої економіки автора казки з життям його сім'ї, про її інкорпорованість у сімейну економіку.

13. Адміністративні одиниці – представлення подій в казці як таких, що відбуваються на певній компактній території чи її частині. Ця метафорична модель є дещо близькою моделі вмістилища, якщо розуміти і те й інше як спосіб обмеження простору. Виокремлення ж адміністративних одиниць в окрему модель дозволяє помітити акцент підлітків на усвідомленні зв'язку економіки і політики. Оскільки адміністрування території є просторовою основою для організації і діяльності органів влади та

самоврядування (*Україна, країна Грошанія, країна Золотомонетія, місто щасливих людей*). Отже, підлітки «схоплюють», можливо свідомо, можливо інтуїтивно, пов'язаність економічних процесів з владою, в тому числі політичною.

14. Таємничість - характеристика подій в казці як прихованих, таких, що вимагають обмеженості інформації (*нікому не казали, звідки беруться мільйони; мовчали про те, де взяли*). Очевидно, використання даної метафоричної моделі дозволяє підліткам, з одного боку, уникнути необхідності докорінно розкривати для себе (та й інших) про сутність економічних явищ. З іншого боку, натяк на примусове обмеження інформування широкого загалу про джерела надходження благ – це свідoctво розуміння опитаними самої такої інформації як блага і конкурентної переваги відносно інших суб'єктів власності. І, як варіант, - спосіб уникнути невдачі через можливість розголошення про суспільно неприйнятні способи привласнення.

15. Прагматизм – раціоналізм в кінцевих цілях, на які спрямовані економічні зусилля, діяльність героїв казки (*витрачу на випускний, на книги, на фільми, концерти, купівлю синтезатора*). Лише в одній казці раціоналізм поступився романтизмові (*на щастя*). Використання цієї метафоричної моделі підлітками свідчить про схильність оцінювати економічні явища з точки зору їхньої здатності задовольнити людські потреби та інтереси у соціальний спосіб. Підлітки схильні розуміти роботу особистої економіки так: система «працює» на задоволення різних потреб людини. Лише тоді і лише настільки, наскільки вона це робить, вона є цінною та істинною.

16. Благодійність як соціоцентризм, добродійність, альтруїзм у цілях діяльності героїв (*на добрі діла, піклуватись про бідних, віддала у дитбудинок, зробити щось приємне близьким, куплю гостинець дітям, бабусі, для перемоги народу*). Така метафорична модель свідчить про схильність підлітків до безкорисливого надання допомоги потребуючим, до схильності слідувати моральним нормам добра і добросердя.

17. Природні стихії - характеристика подій в казці з використанням характеристик стихій (*гроші бере з повітря, дощ монет, море грошей, спустив на вітер*). На нашу думку, використання цієї метафоричної моделі влучно підкреслює осмислення підлітками певної міри фаталізму, неконтрольованості і випадковості, які трапляються як в природі за умов втрати пильності і обережності, так і в економічному житті.

Уявлення старшокласників про особисту власність

Уявлення про особисту власність у юнацтва також вивчались методом контент-аналізу відповідей на питання «що в своєму житті ти називаєш особисто своїм, про що можеш сказати: «це - моє»?». Результати свідчать про те, що з віком ці уявлення (табл.5.1, 5.5) стають в когнітивному плані складніші, ніж у підлітків, за рахунок зростання ваги віртуальних

матеріальних цінностей (сторінки в інтернеті, наявності власних проєктів, інстаграм, особистих смс, особистого простору). Це побіжно вказує на тенденцію у зміні чи оновленні самих видів особистої власності, активнішому, ніж підлітки, включенні старшокласників у суспільні відносини, оскільки софтизація, віртуалізація речей [7] визнається ознакою сучасного інформаційного суспільства. Окрім того, результати свідчать і про зростання ваги економічних цінностей (грошей, активів) та таких психологічних ресурсів, як складна система соціальної, в тому числі економічної, ідентичності, уміння контролювати рух особистих благ та орієнтованість на соціально-економічні зв'язки.

Виявились також зміни в пізнанні старшокласниками свого соціально-економічного простору та в уявленнях про економічні блага, їх джерела, форми існування (табл. 5.5). Так, переважно більшість (648 характеристик) смислових одиниць в образі особистої власності старшокласників у контексті господарської діяльності, становлять ті, що стосуються психологічних ресурсів особистості. Старшокласники згадують про матеріальні блага вдвічі рідше (176) порівняно з підлітками (361), більшу частку з них становлять джерела економічних благ (107).

Таким чином, для старшокласників порівняно з підлітками більш актуальною є поінформованість про джерела тих економічних благ, якими оперує людина. Привертає увагу те, що кількість смислових одиниць менша у відповідях старшокласників, але їх завантаженість більша. Так, серед психологічних ресурсів привласнення-відчуження в когнітивному компоненті старшокласників майже в 4,5 рази (з 43 у підлітків до 180 у юнацтва) зростає вага економічних ідентичностей. Серед них на першому місці – ідентифікація з живими істотами, які інтерпретуються як суб'єкти переважно здобуття економічних благ і матеріального забезпечення. Зростання економічної суб'єктності на рівні розвитку системи ідентичностей особистості підкреслює й те, що на другому місці по використанню стоїть самоідентичність старшокласників, яка мало зустрічалась у підлітків, та додається ідентичність лідера. Отже, порівняно з підлітковим віком ($p \leq 0,01$), у ранній юності для особистості гостро стоїть питання пізнання і реалізації себе як суб'єкта господарської діяльності.

Окрім того, виявилось, що на фоні усвідомлення старшокласниками своєї пасивної ролі утриманця вони ідентифікують себе в більшій мірі, ніж підлітки, з ролями благодійника та ощадливої, економної, що переймається своїми накопиченнями, людини, яка вже може забезпечити собі заробіток, певний прибуток власною працею. Серед способів привласнення старшокласники не орієнтовані на деструктивне відбирання грошей та визнають за собою вміння контролювати рух особистих економічних благ (захист їх та розподіл). На відміну від підлітків, моральнісна оцінка старшокласників стосується переважно не самих героїв, а їхніх дій та вчинків.

Таким чином, зміст уявлень старшокласників про «особисто мое» поза спеціальним введенням економічного контексту (як це було здійснено для молодших школярів) свідчить про те, що відносини особистої власності пізнаються та осмислюються ними в економічних категоріях.

Таблиця 5.5

Смислові одиниці в образі особистої власності старшокласників в контексті господарської діяльності власника

Смислові одиниці	Кількість одиниць
3. Матеріальні блага:	176
12) Джерела благ :	107
- Природні (на дорозі, під кущем, на вулиці, з неба, грошове дерево)	32
- Побутові (з крану течуть монети, чарівна паличка, кейс, принтер, чарівна шафа, поличка, чудо-скарбничка, гаманець)	75
13) Економічні цінності :	69
- Майно, в т.ч. віртуальне (сторінки в інтернеті, наявність власних проєктів, інстаграм, особисті смс, особистий простір), багатство	6
- Рухоме майно(машина)	2
- Гроші, активи (гроші, дохід, необхідна сума, відсотки)	61
4. Психологічні ресурси:	648
14) Ідентифікація з економічною роллю:	180
- Живі істоти як суб'єкти здобуття благ (домовик, чародій, гном, Барак Обама)	99
- Самоідентичність (я)	65
- За шкалою «бідний-багатий» (найбагатша людина в світі, бідна дівчина, багатий, мільйонери)	9
- Споживач (покупець, продавець)	2
- Крадій	2
15) Ідентифікація з роллю в родині (тато,бабуся, дідусь, мама, дружина мільйонера)	9
16) Ідентифікація зі статтю (хлопчик, дівчинка)	9
17) Ідентифікація з роллю лідера	3
18) Способи оперування матеріальними цінностями:	193
- Утриманство (отримувати, гроші самі з'являються)	52
- Накопичення (заощаджувати, берегти, не витратити)	37
- Заробіток (заробив, працював)	27
- Витрачання грошей(купив-11, витратив-2, поділився-2, подарував – 1, позичив комусь – 2,	20

втратив - 2)	
- Знахідка (знайшов, підібрав)	19
- Благодійництво (поділився, віддав у дитбудинок, пожертвувала, дала на добрі діла)	13
- Обмін (купівля, продаж)	12
- Крадіжка	3
- Бандитизм	2
- Подарунок комусь (рідним)	2
- Винагорода	1
19) Вміння контролювати рух благ:	5
- Захист (захищати, боронити, ховати)	4
- Розподіляти (вмію правильно розподіляти, вділив грошей, видав)	1
20) Моральнісна оцінка матеріальних благ	16
- Позитивна	14
- Негативна	2
21) Емоційне ставлення до матер.благ:	81
- Позитивне	5
- Негативне	3
- Невизначене	73
22) Орієнтованість на соціально-економічні зв'язки (наявність діалогів - 1, наявність живих істот - 1)	160
Всього :	829

Наступним завданням передбачалось все ж таки більш точно з'ясувати, як трансформується образ особистої власності в уявленнях юнаків в контексті відносин, пов'язаних з господарською діяльністю. Таким чином, для старшокласників був заданий економічний контекст у наступній інструкції (дод.А3, пит..2): «Спробуйте пофантазувати і напишіть невеличку казку про людину, яка має своє господарство».

В казках старшокласників порівняно з підлітками було зафіксоване (табл.5.6) використання меншої кількості (11) метафоричних моделей, але частота використання кожної з них (697 використання) значно вища. Змінились також рангові місця окремих моделей. Окрім того, для концептуалізації дійсності, пов'язаної з особистою власністю, старшокласники користуються дещо іншими метафоричними моделями: в дискурсі з'являються моделі ефектів від привласнення та моральності дій, зникають моделі природних стихій, прагматизму, сім'ї, війни, споруд, живих істот адміністративних одиниць.

Таблиця 5.6

Частота використання метафоричних моделей в казках старшокласниками, у % до загальної кількості використання

Метафорична модель	Частота використання
1. Дії	35
2. Темпоральність	26
3. Розмірність, порахованість благ	8,4
4. Вмістилище	8
5. Рух	7,5
6. Монетаризація	4,6
7. Містика	4
8. Ефекти від привласнення	3,3
9. Фінансові прагнення	1,2
10. Персоніфікація	1
11. Моральність дій	1

1. Темпоральність як характеристика подій у термінах часу представлена в економічних казках старшокласників у більшому обсязі, ніж у підлітків. Частота використання характеристик часу є найбільшою серед інших моделей, що свідчить про зростання значущості для старшокласників плинності та послідовності подій в особистій економіці. При цьому переважають метафори теперішнього часу (20%) та ретроспективні (8,7%). Бачимо, що старшокласники усвідомлюють важливість практичного включення у економічні відносини вже сьогодні, формування власного економічного досвіду, при цьому й схильні спиратись на той досвід, який уже мають. Превалювання характеристик теперішнього часу в метафоричній моделі темпоральності, на наш погляд, є свідченням того, що особиста власність як явище особистого досвіду осмислюється як реальне, таке, що вже має місце в житті особистості в ранній юності. Окрім того, виявлено, що два рази частіше, ніж підлітки, старшокласники використовують і проспективні характеристики. Отже, старшокласники більшою мірою, ніж підлітки, схильні прогнозувати і планувати особисту економіку, спиратись на власну інтуїцію, креативність та ініціативу. На відміну від підлітків, у цій метафоричній моделі старшокласників досить чітко (майже в кожній казці) виражена ідея регулярності надходжень благ: *кожен день, щотижня, кожного ранку, раз на тиждень, весь час, завжди, часто* (5%). Таким чином, метафорична модель темпоральності особистої економіки у старшокласників свідчить про більш регулярні, порівняно з підлітками, надходження матеріальних благ, про зростання орієнтованості старшокласника на матеріальне самозабезпечення.

2. Дії – серед характеристик складових особистої економіки героя як таких, що здійснюють завершений окремий акт переважають способи надходження (привласнення), порівняно з відчуженням від себе, особистих благ (в два рази частіше - 20%, ніж у підлітків – 7%). Це свідчить про більш стійку, порівняно з підлітками, категоризацію себе як суб'єкта примноження економічних благ. Однак суперечливість цього процесу також спостерігається, як і у підлітків. Так, виявлено, що серед таких способів найчастіше згадуються поряд з економією (12%), знахідкою (2,7%) і заробітком своєю працею (2,2%) магичні способи їх примноження (збираю з дерева, беру з чарівного гаманця – 1%). Метафорична модель дії у старшокласників також включає в себе і метафори втрат благ (відчуження) (6,1%). Всі такі приклади супроводжувались заявами про «швидкі витрати», що означає не просто втрату благ, а добровільну відмову від них.

3. Розмірність, порахованість благ – застосовування певної кількості незалежних числових параметрів, необхідних для опису стану об'єктів у казці. Такими об'єктами в казках підлітків були блага. Застосовувались переважно вартісні характеристики щодо благ (*мількі гроші, великі купюри, згадувались купюри різної вартості - 1,2,5 200, 500,5000 грн., 100 доларів*). Оскільки старшокласники називають ширший спектр грошових знаків з вищою вартістю, можемо говорити про зростання монетарних домагань.

4. Використання метафоричної моделі вмістилища у старшокласників також пов'язані з побутовими речами (*чудо-скарбничка, чарівне відерце, чарівний гаманець, чарівна кишеня чарівна скриня*). Таким чином, опитувані адекватно інтерпретують особисту власність як таку, що потребує накопичень та збереженням. Відсутність моделей, які б означали масштабні споруди, на нашу думку, свідчить про конкретизацію у осмисленні власності, про реалістичність економічних уявлень старшокласників.

5. Рух – наступна за частотою використання характеристика складових особистої економіки героя. Свідчить вона про осмислення цих складових старшокласниками як таких, що перебувають у постійному русі, змінах, потребують активної, перетворюючої участі та контролю з боку суб'єкта привласнення-відчуження. Як приклад метафори руху старшокласники згадують накопичення (6%) і обмін (1,5% - торгівля, купівля-продаж).

6. Монетаризація – опис особистого майна казкового героя чи опис самого героя у більшості казок в термінах грошових одиниць. Той факт, що монетаризація економічного змісту казок вже не становить великої частки серед інших метафоричних моделей, порівняно з тим, яку провідну роль вона відіграє у підліткових казках, свідчить про зміну ролі кишенькових грошей у економічній соціалізації старшокласників і включення їх у більш широкі економічні відносини.

7. Зменшення магічності і містицизму в казках старшокласників (до 4%), порівняно з підлітковими оповідями, свідчить, на наш погляд, про набуття з віком і досвідом більшої реалістичності економічних уявлень та покладання на власні сили. Оскільки магія згадувалась у зв'язку з джерелами надходження благ, при цьому головними героями казок виступали переважно самі автори (в більшості казок використовувався займенник «я»), то припускаємо, що для юнацтва ще «не проявленими», маловідомими є способи матеріального самозабезпечення.

8. Ефекти від привласнення як характеристики, що стосуються результатів та наслідків економічної діяльності. Ця метафорична модель дещо подібна до моделі прагматизму, виявленої в казках підлітків. Однак різниця полягає в тому, що цілі та прагнення старшокласників є не суто раціональними, а ще й благодійними. Якщо у казках підлітків благодійництво було виділене як окрема метафорична модель готовності до відповідної діяльності, намір планувати, ставити перед собою прагматичні цілі, то старшокласники сповіщають про вже вчинене, про результат прояву свого альтруїзму (віддав на добрі діла; пожертвувала бідним; віддала в дитячий будинок; організувала свято близьким; віддала на благодійництво – 1,7%).

9. Фінансові прагнення як осмислення подій в казці через потреби, мотивацію героїв (*потрібно стабілізувати ціни; прагне підвищення зарплатні; грошинка хотіла бути потрібною; хочу стати лідером у своїй справі; потрібно цінувати те, що є; треба не втрачати надію і прагнути кращого*). Така метафорична модель свідчить про вмотивованість старшокласників до покращення свого матеріального становища, про прагнення добробуту і матеріального благополуччя.

10. Персоніфікація в казках старшокласників менш виражена, ніж у підліткових текстах (*жили-були гроші; гроші люблять губитись; гроші схильні рватися і потрапляти в погані руки; гроші – підступні, бо витрачаються дуже швидко*). Очевидно, з віком особистість знаходить інші способи заявляти про свої права на речі, утверджувати їх особливий статус «своєї». Хоча наявність даної метафоричної моделі в казках старшокласників також свідчить про усвідомлення цінності благ, які присвоюються.

11. Моральність дій – ті характеристики, які з'являються в казках старшокласників вперше з молодшого шкільного віку (там вони стосуються, очевидно, зовнішньої, заданої дорослими, моральної оцінки суб'єкта вчинку) і пов'язані з моральною оцінкою дій та вчинків героїв (*поганий вчинок хлопця; добрі справи; справедливо розділив знахідку; чесно поділився; добре повіся з бідолахами*).

Отже, слід констатувати, що в старшому шкільному віці для концептуалізації економічної дійсності учні використовують майже ті ж метафоричні моделі, але зі зміною їх значущості. Так, порівняно з підлітками, більш актуальним для старшокласників стає зростання

значущості плинності та послідовності подій в особистій економіці; практичне включення у економічні відносини вже сьогодні, формування власного економічного досвіду; осмислення особистої власності як реальної, такої, що вже має місце в житті особистості в ранній юності; прогнозування і планування особистої економіки, опора на власну інтуїцію, креативність та ініціативу; категоризація себе як суб'єкта примноження економічних благ; зростання монетарних домагань; інтерпретація особистої власності як такої, що потребує накопичень та збереження; осмислення ефектів від привласнення з точки зору вже здійсненого вчинку, як результат прояву свого альтруїзму та моральнісна оцінка своїх дій.

Порівняння частоти згадування тих чи інших метафоричних моделей у текстах економічних казок служить індикатором змін у способах концептуалізації економічної дійсності від підліткового до старшого шкільного віку. Так, «вихід» у старшокласників на перші рангові позиції метафоричних моделей темпоральності й дій, падіння рейтингу моделі монетаризації свідчить, на наш погляд, про те що в ранній юності відбувається:

- усвідомлення реальності особистої власності як динамічного явища, через категорії плинності та послідовності;
- осмислення її як процесу, що потребує прогнозування та планування, отже підлягає особистому контролю і потребує навичок управління;
- осмислення досвіду відносин особистої власності як необхідного вже сьогодні;
- апробація власної інтуїції, креативності та ініціативи як особистих психологічних ресурсів в управлінні особистою власністю;
- усвідомлення потреби у матеріальному самозабезпеченні і своїх для цього ресурсів;
- категоризацію себе як суб'єкта примноження економічних благ;
- включення у більш широкі економічні відносини.

Загальною особливістю розвитку пізнавального компоненту ставлення школярів до особистої власності виявилась тенденція до зростання з віком превалювання в уявленнях про те, що належить особисто опитуваним, об'єктів невідчужуваної (різні особистісні потенціали та психологічні ресурси) над об'єктами відчужуваної (особисте майно, земля, активи тощо) особистої власності. Це свідчить про те, що в онтогенезі дитини повторюється основна закономірність походження відносин власності: від творчої, навчальної та дослідницької взаємодії з оточуючим світом (основи для формування трудового, інтелектуального, духовно-моральнісного потенціалу самої суб'єкта взаємодії як об'єктів невідчужуваної особистої власності) до привласнення як освоєння відносин речового, матеріального світу (основи для формування системи матеріальних об'єктів відчужуваної особистої власності). Наочно виявлена і закономірність у розвиткові

основних функцій власності. Так, на основі формування потенційних психологічних ресурсів власника (завдяки соціалізації у відносинах невідчужуваної особистої власності), а також одночасно на основі апробації цих ресурсів, їх реалізації у відносинах привласнення (відносини особистої власності збагачуються функцією відчуження особистого майна) дитина пізнає різні аспекти функцій власності – неделегуючий та делегуючий.

Осмислення першого аспекту, відповідно, освоєння неделегуючої функції (пов'язаних з контролем і дохідністю особистих благ [2]) відкриває для дитини масштабність та ефективність власності з точки зору задоволеності нею. Це становить глибинну психологічну основу для вмотивованості включатись в економіку, усвідомлюючи себе власником, для долання «властивої для ринкової епохи відчуженості від суспільства» [2]. Осмислення ж другого аспекту власності, відповідно, освоєння іншої, її делегуючої функції (пов'язаних з управлінням, розпорядженням та користуванням благами) відкриває окремі види культури відносин власності.

5.3.2. Аналіз афективного компоненту економічної культури школярів

Проаналізуємо особливості афективного компоненту становлення економічної культури школярів у системі особистої власності. Індикаторами стало співвіднесене з етичними цінностями (моральнісна оцінка) емоційне ставлення до особистої власності. Бланки для опитування для молодших школярів відрізнялись проєктивністю завдань, які більшою мірою відповідали віковим опитуваних. Так, дітям пропонувалось поміркувати, яке ставлення до себе як до господаря свого світу склалось у їхнього казкового героя? (дод.А.1., пит.4). Після проведення контент-аналізу відповідей до остаточного переліку індикаторів емоційного ставлення включені ті, що згадувались 5 і більше разів (табл.5.7-8):

Таблиця 5.7

Особливості емоційного ставлення молодших школярів до себе як суб'єкта особистої власності

	Індикатори емоційного ставлення	Частка індикатора у сумі усіх індикаторів емоційного ставлення
1.	Гарно, добре (позитивно)	21/35%
2.	Бережливо	9/12%
3.	Лагідно	4/5%

Таблиця 5.8

Особливості емоційного ставлення молодших школярів до об'єктів особистої власності

	Індикатори емоційного ставлення	Частота використання індикатора/ частка індикатора від суми усіх індикаторів емоційного ставлення
1.	Гарно, добре (позитивно)	35/26%
2.	Бережливо	26/20%
3.	Охайно	25/20%
4.	Обережно	15/11%
5.	Дбайливо	11/9%
6.	Лагідно	8/6%
7.	Весело, радісно	5/4%
8.	Спокійно	5/4%

Привертає увагу позитивне ставлення молодших школярів до себе та до об'єктів власності. Щоправда, більш емоційно насиченими виявились уявлення і оцінки молодших школярів щодо об'єктів особистої власності, а не стосовно самого себе як власника. Очевидно, це пояснюється особливостями економічної соціалізації в цьому віці, коли емоційно-ціннісне ставлення щодо власного Я ще несформоване. У цьому віці актуальним для дитини є посилення когнітивного компоненту соціалізації, а саме розширення сфери його усвідомлення себе [30, с.281, 314], в тому числі – економічного. Особливістю даного етапу соціалізації власника є те, що в процесі розгортання спілкування дитини з більш широким соціальним оточенням інтенсифікується ідентифікація з економічним оточенням. В соціально-економічному просторі це відбувається з приводу володіння, користування та розпорядження не тільки особистими речами та іншими матеріальними ресурсами (це період скарбничок, колекціонування та тайників). Відбувається розширення особистих контактів. В цьому віці набувають розвитку і апробації найцінніші в цьому віці особисті потенції власника – інтелектуальні здібності, соціально-психологічні якості, освоєння та осмислення яких набуває нового витку в учбовій діяльності та в налагодженні більш широких міжособистісних взаємин.

І навпаки, для учнів 1-4 класів характерне співвіднесення з моральними цінностями уявлень, в першу чергу, про себе як суб'єкта особистої економіки (табл.5.9). На нашу думку, це зумовлене формуванням просоціальної поведінки, мотивованої моральними цінностями соціальних зобов'язань, альтруїзму [30, с.313], джерелом і носієм яких є саме особистість.

Таблиця 5.9

Співвідношення індикаторів емоційного та моральнісного ставлення молодших школярів до особистої власності, частка індикатора у загальній кількості використання індикатора по образу

Ставлення до суб'єкта власності (герой казки)		Ставлення до об'єктів власності («моє»)	
Емоційне	Моральнісне	Емоційне	Моральнісне
41/22%	143/78%	132/63%	77/37%

Розглянемо особливості моральнісного ставлення молодших школярів до особистої власності. Для цього зазначимо, що маємо на увазі, говорячи про моральнісну оцінку власності. У її трактуванні ми спираємось на позицію етичних психологів [28, с. 163] духовності та моральності, які складаються із співвідношення кількості добра та зла або позитивних та негативних моральнісних якостей. Позитивні моральнісні якості особистості, слідом за етичними психологами [28, с. 164], ми вважаємо ті, які визначаються:

- готовністю підпорядковуватись (смиренність, врахування думки інших, поручительство за інших, скромність, достоїнство, гідність, чесність),
- ввічливістю (покаяння, самовладання, довіра, терпеливість, такт, відповідальність, схильність брати провину на себе),
- безкорисливість – здатністю на добрі вчинки (самовиховання, людинолюбство, самопожертва, совість, великодушність).

Негативні моральнісні якості особистості складаються із:

- прагнення до почесного статусу будь-якою ціною (впевненість у своїй правоті, честолюбство, підлабузництво, несамокритичність, скупість, марнославство, поступливість, відсутність почуття гумору),
- аморальність (підступність, заздрість, безпринципність),
- зловмисність (хамство, віроломство, демагогія, грубість, нестриманість, нахабство).

Отже, за результатами контент-аналізу відповідей молодших школярів на питання щодо їх ставлення до казкового героя та до всього, що йому належить, виявилось наступне. Позитивні моральнісні якості приписуються дітьми як собі (табл.5.10), так і об'єктам власності (табл.5.11). Це свідчить про загальну позитивну оцінку відносин особистої власності з точки зору моралі, якою вона сформована у дітей. У оцінці людини (перш за все себе) як власника (табл.5.10) молодші школярі орієнтуються на сформованість позиції господаря, керуються нормами поваги до себе та інших, безкорисливої любові та відповідальності. Можна попередньо припускати, що в цьому віці

вже формуються три основні складові позитивних моральнісних якостей особистості власника: основи для готовності до підпорядкування, ввічливості та безкорисливості. Щоправда, елементи зловмисності (самовпевненості та войовничості) також невеликою мірою можуть зорієнтовувати економічну поведінку молодших школярів.

Таблиця 5.10

Особливості моральнісного ставлення молодших школярів до себе як суб'єкта особистої власності

	Індикатори моральнісного ставлення	Частота використання індикатора / частка індикатора у сумі усіх індикаторів моральнісного ставлення
1.	Почувається господарем	17/12%
2.	Самостійність, здатність керувати своїм щастям	7/5%
	Готовність підпорядковуватись :	
3.	Повага до себе	16/11%
4.	Гордість	7/5%
	Ввічливість :	
5.	Відповідальність	12/8%
6.	Ввічливість	7/5%
	Безкорисливість :	
7.	З Любов'ю	14/10%
8.	Дружелюбно	8/5%
9.	Підтримуючий	7/5%
	Зловмисність :	
10.	Самовпевненість	7/5%
11.	Войовничість	5/3%

В оцінці об'єктів особистої власності молодші школярі схильні керуватись нормами поваги, чемності та безкорисливої любові.

З метою дослідити емоційно-ціннісне ставлення підлітків та старшокласників до особистої власності, їм пропонувалось (дод.А.2, пит.3) оцінити, наскільки щось особисто своє, наприклад, особисті речі, ідеї, гроші вони пов'язують з почуттями і станами, названими нижче. Для цього слід було обвести серед оцінок ту цифру, яка відповідає їхній думці, де 1 – зв'язок найменший, а 5 – зв'язок найбільший. Перелік почуттів та станів взято з опитувальника О.Дейнеки [9;10], застосованого нею при дослідженні емоційного ставлення до грошей. Порівняння середніх показників в

емоційній оцінці особистої власності підлітками та старшокласниками показано в табл.5.12-13.

Таблиця 5.11

Особливості моральнісного ставлення молодших школярів до об'єктів особистої власності

	Індикатори емоційного ставлення	Частота використання індикатора
	Готовність підпорядковуватись :	
1.	Повага	9/22%
	Ввічливість :	
2.	Чемно	5/12%
	Безкорисливість :	
3.	З Любов'ю	25/61%

Згідно з даними таблиці 5.12, найвищі оцінки (вище 4,5 балів) дає кластер приємних, позитивних емоцій, пов'язаних з вигодою і користю від привласнення. Майже такий само за змістом кластер дає найвищі оцінки у старшокласників (приємні, хороші, позитивні почуття, пов'язані з прибутком, що надає впевненості – вище 4,16 балів).

Таблиця 5.12

Середні показники в емоційному ставленні підлітків до особистих благ, в балах

	Емоційне ставлення	Оцінка
1.	Приємне	4,64
2.	Вигідне	4,64
3.	Позитивне	4,50
4.	Корисне	4,36
5.	Надає впевненості	4,09
6.	Потребує самостійності	3,91
7.	Хороше	3,82
8.	Прибуткове	3,77
9.	Сучасне	3,77
10.	Перспективне	3,77
11.	Безпечне	3,68
12.	Активізує	3,64
13.	Рятівне	3,64
14.	Потребує швидких реакцій	3,55
15.	Безтурботне	3,50
16.	Додає спокою	3,50
17.	Практичне	3,45

18.	Потребує енергійності	3,41
19.	Додає натхнення	3,36
20.	Пов'язане з творчістю	3,27
21.	Справжнє	3,23
22.	Передове	3,14
23.	Потребує рішучості	3,00
24.	Різке	2,86
25.	Пов'язане з людяністю	2,77
26.	Те, чому віддаю перевагу	2,64
27.	Глибоке	2,23
28.	Потребує сміливості	2,18

Слід зазначити, що для старшокласників у оцінці особистої власності важливішим, порівняно з підлітками, є її прибутковість, позитивні почуття, які пов'язані з нею, почуття впевненості, а також її перспективність та пріоритетність (оскільки рейтинг саме цих шкал підвищився в системі оцінок старшокласників). Таким чином, можна стверджувати, що з віком, при переході від підліткового до юнацького етапу економічної соціалізації, у оцінці особистої власності учні спираються вже не просто на приємні емоційні стани, а на ті, що пов'язані з вигодою і користю. Ці почуття конкретизуються для старшокласників у почутті прибутковості.

Таблиця 5.13

Середні показники в емоційному ставленні в емоційному ставленні старшокласників до особистих благ, в балах

	Емоційне ставлення	Оцінка
1.	Приємне	4,18
2.	Прибуткове	4,16
3.	Хороше	4,10
4.	Надає впевненості	4,08
5.	Позитивне	4,06
6.	Потребує самостійності	4,06
7.	Перспективне	4,04
8.	Те, чому віддаю перевагу	3,94
9.	Корисне	3,92
10.	Практичне	3,84
11.	Потребує швидких реакцій	3,84
12.	Додає спокою	3,78
13.	Вигідне	3,74
14.	Потребує енергійності	3,70
15.	Додає натхнення	3,68
16.	Активізує	3,64
17.	Справжнє	3,60

18.	Рятівне	3,54
19.	Безпечне	3,52
20.	Сучасне	3,48
21.	Потребує рішучості	3,36
22.	Безтурботне	3,30
23.	Пов'язане з творчістю	3,22
24.	Потребує сміливості	3,18
25.	Пов'язане з людяністю	3,10
26.	Передове	2,84
27.	Глибоке	2,60
28.	Різке	2,50

Перейдемо до результатів оцінки підлітками особистої власності підлітками з точки зору 22-х моральнісних цінностей, таблиця 5.14 (за модифікованим нами опитувальником «Моральнісна оцінка грошей» О.І. Горбачовою та А.Б. Купрейченко [12, с.455]).

Таблиця 5.14

Порівняння середніх величин в моральнісній оцінці особистих благ підлітків, в балах*

	Моральні цінності	Оцінка
1.	Розваги	4,55
2.	Здоров'я	4,32
3.	Досягнення	4,23
4.	Відповідальність	4,14
5.	Комфорт	4,14
6.	Справедливість	4,09
7.	Засіб для існування	4,09
8.	Розвиток	3,73
9.	Інформація	3,64
10.	Любов	3,55
11.	Безпека	3,50
12.	Свобода	3,45
13.	Сила	3,41
14.	Влада	3,32
15.	Принциповість	3,18
16.	Правдивість	3,14
17.	Нетерпимість	3,09
18.	Незалежність	2,82
19.	Цинізм	2,73
20.	Конфлікт	2,68
21.	Брехня	2,50
22.	Зло	2,45

* - світлим кольором позначені якості з позитивною оцінкою, темним – з негативною, середній рівень затушовування позначає індиферентне моральнісне ставлення опитаних.

В результаті кластерного аналізу оцінок моральних якостей, включених до анкети (дод.А.3), емпірично виділені по 5 типів моральнісної оцінки особистих благ як у підлітків, так і у старшокласників. Щоправда зміст типів дещо відрізнявся, що дало підстави для порівняльного аналізу типологій залежно від віку опитаних.

Для підлітків характерні наступні 5 типів моральнісної оцінки особистої власності.

Тип 1 пов'язаний з позитивною моральнісною оцінкою підлітками особистих благ. Характеризується високими позитивними тісними зв'язками (оцінки вище 4 балів) поняття «особисто моє» з категоріями справедливості, засобів існування, відповідальності, комфорту, здоров'я, досягнень та розваг. Через наявність дещо суперечливих категорій в цьому кластері (відповідальність і розваги) вважаємо ставлення до особистих благ представників цього типу як моральнісно-позитивне суперечливе.

Тип 2 – негативно моральнісної оцінки - характеризується цілковитою протилежністю першому типові в оцінках. Особисті блага оцінюються дуже низько (менше 3,18 бала) за усіма категоріями, що становлять цей кластер: брехня, зло, цинізм, конфлікт, незалежність. Принагідно зазначимо, що низькі оцінки представників цього типу ставлення вказують на цілковиту позитивну оцінку ними особистих благ з точки зору моральних норм.

Тип 3 – негативно-індиферентний суперечливий – характеризується досить низькими оцінками за категоріями правдивість та нетерпимість, та середніми оцінками за категорією принципів. Даний тип оцінки притаманний підліткам, які, очевидно, мають певні суперечності в уявленнях про власність з точки зору моралі. Цей тип розглядається нами як перехідний, характеризується поки що осмисленням підлітками власності переважно в категоріях правдивості і нетерпимості, ніж принципівості. Як на наш погляд, представники цього типу ставлення більш схильні вибудовувати відносини власності, категорично і наполегливо відстоюючи власну позицію і власні інтереси, ніж приставати на принципові домовленості та компроміс.

Тип 4 – позитивно-індиферентний – включає у свій кластер лише дві категорії (розвитку та інформації), які не суперечать одна одній. Середній рівень оцінок, але наближення їх до високих дозволяє говорити про ставлення підлітків до особистих благ як таке, що тяжіє до позитивного.

Тип 5 – моральнісно-індиферентне ставлення – характеризується середнім рівнем оцінювання власності, невизначеним або байдужим (це потребує уточнень) ставленням до власності за цими категоріями: любов, сила, свобода, безпека, влада. З таким моральнісними цінностями представники цього типу власність не пов'язують.

Розглянемо типологію моральнісної оцінки особистої власності у старшокласників (табл.5.15, рис.5.2). В цій групі опитаних виділилось також 5 типів ставлення, але якісно інших. Так, позитивному несуперечливому типові ставлення старшокласників відповідає перший тип ставлення у підлітків, але дещо з іншим, більш конкретним набором категорій, пов'язаних з прагматичною позицією щодо власності: свобода, розваги, комфорт, засоби існування. Представники такого типу ставлення сприймають об'єкти власності як засоби існування, які дають певну свободу і забезпечують комфорт. Щоправда, категорія розваг у старшокласників, потрапивши в цей тип, все ж таки має нижчу оцінку, ніж у підлітків.

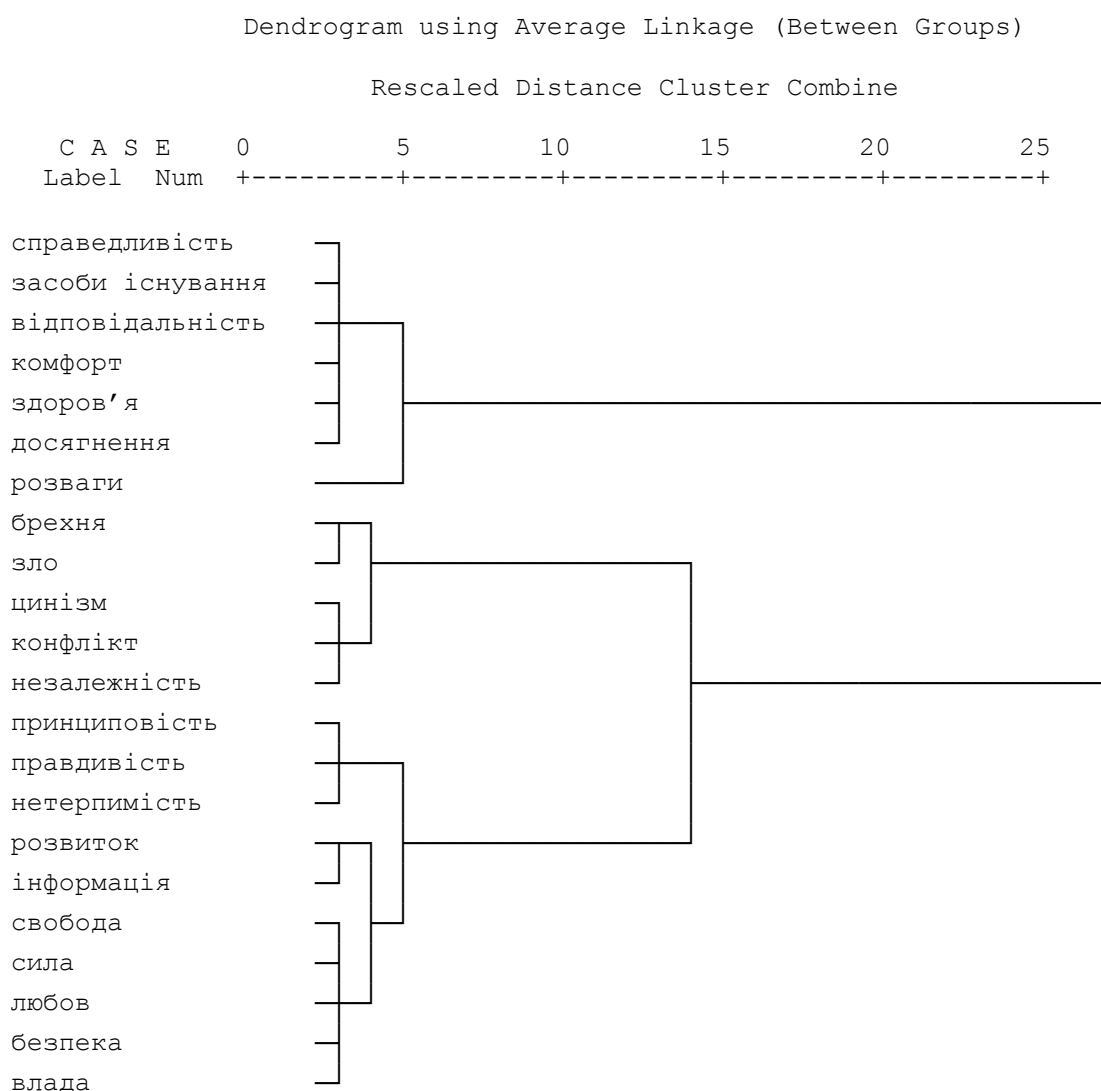


Рис. 5.1. Результати кластерного аналізу матриці оцінювання підлітками особистої власності з точки зору моральнісних цінностей

Тип 2 так само, як і у підлітків, протистоїть за оцінками першому типові. Однак слід зазначити, що за категоріями зла, цинізму, нетерпимості, брехні особиста власність не оцінюється старшокласниками.

Тип 3 – індиферентно-негативне ставлення – включає кластер тих само, що і у підлітків, моральнісних категорій, як-то: справедливність, досягнення, сила.

Тип 4 – індиферентно-позитивне ставлення – означає оцінку власності з точки зору безпеки, розвитку, правдивості та незалежності.

Тип 5. Середні оцінки за категоріями любов, влада, здоров'я (як і у випадку з підлітками), принциповість, відповідальність інформація.

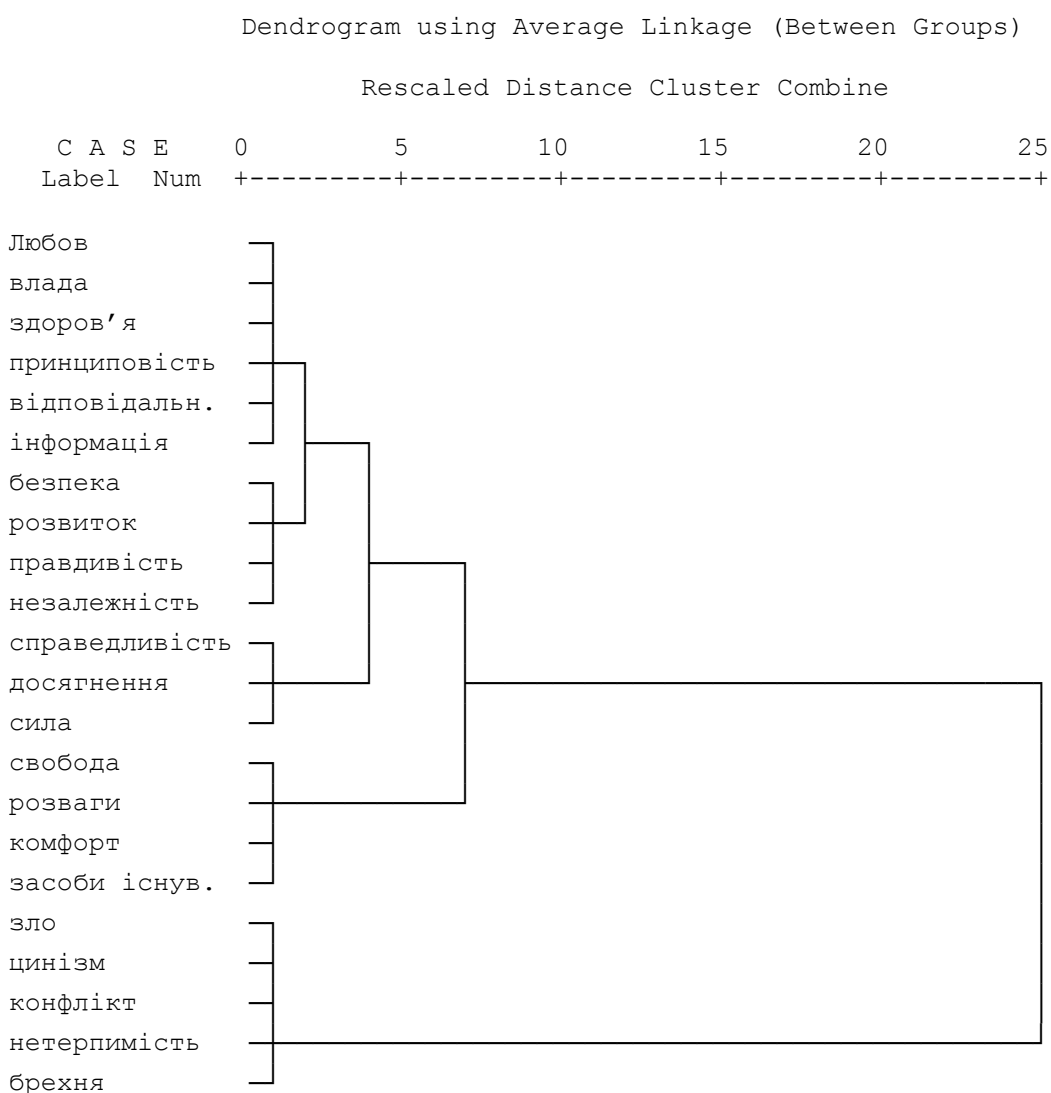


Рис. 5.2. Результати кластерного аналізу матриці оцінювання старшокласниками особистої власності з точки зору моральнісних цінностей

Таким чином, емпірично показано, що моральнісна оцінка особистої власності з віком залежить від системи моральних орієнтирів, норм, прийнятих особистістю як своїх. Виявилось, що з віком зростає прагматизм у такій оцінці. Часткове співпадіння суто негативного та індіферентно-негативного типів ставлення у підлітків та старшокласників свідчить про те, що учням легше здійснювати моральнісну оцінку власності

Те, що такі термінальні цінності, як любов і влада не стали для обох груп порівняння ключовими віхами для оцінювання, свідчить про схильність обох груп опитаних користуватись системою координат, зрозумілих і близьких особистим орієнтирам та цінностям (див.перший тип ставлення).

Таблиця 5.15

Порівняння сер.арифметичного в моральнісній оцінці особистих благ старшокласників, в балах

	Моральні цінності	Оцінка
1.	Свобода	4,38
2.	Розваги	4,38
3.	Комфорт	4,26
4.	Засіб для існування	4,20
5.	Правдивість	3,96
6.	Незалежність	3,96
7.	Безпека	3,88
8.	Розвиток	3,88
9.	Відповідальність	3,78
10.	Інформація	3,72
11.	Любов	3,62
12.	Влада	3,62
13.	Здоров'я	3,58
14.	Принциповість	3,52
15.	Сила	3,30
16.	Справедливість	3,28
17.	Досягнення	3,26
18.	Конфлікт	2,62
19.	Зло	2,58
20.	Цинізм	2,56
21.	Нетерпимість	2,46
22.	Брехня	2,32

5.3.3. Конативний компонент економічної культури школярів

Індикаторами конативного компоненту досліджуваного явища стало співвіднесені з етичними цінностями відмінності у традиційних та нових способах оперування особистими та чужими речами, ідеями, продуктами творчої діяльності школярів.

Особливістю розвитку конативного компоненту економічної культури у молодших школярів є те, що у цьому віці школярі уже мають досвід багатьох способів привласнення. Серед молодших школярів виявлені як активні, так і пасивні способи привласнення благ. Так, за результатами контент-аналізу відповідей на питання «як казковий герой отримав усе, що особисто йому належить?» з'ясувалось, що серед способів отримання матеріальних благ превалюють активні конструктивні способи привласнення (221 згадування). Так, власною працею («заробив», «зробив», «створив», «виростив», «зібрав», «збудував», «знайшов» тощо) казковий герой заробив усе, що йому особисто належить у 127 випадках згадування, завдяки власним талантам та здібностям (чесністю, слухняністю, гарною поведінкою, відданістю, справедливістю, наполегливістю, повагою до інших, старанністю, дружною, любов'ю) – 29 раз, 14 – завдяки власній освіті та знанням, 6 – завдяки власним магічним силам. У тому числі, 55 згадувань прийшлося на обмінні процедури («купив», «продав»), активну допомогу іншим (благодійництво) - 6 раз.

Активні деструктивні способи привласнення називались дуже рідко (14 раз): завоювання (7), вбивство (4), крадіжка (3 рази).

Нечасто, але майже весь спектр пасивних конструктивних способів привласнення молодшими школярами, також згадувались (78 разів): отримання дарунків (29 згадувань), автоматичне привласнення благ світу, в якому народився та став його частиною (14), знахідка (10), утримання з боку родичів чи інших осіб (8), отримання спадщини (8), одруження (6) та виграш (3).

Таким чином, діти молодшого шкільного віку поінформовані про основні способи руху та привласнення особистих благ. Виключення становить тільки фінансова комерційна діяльність, що й не дивно, оскільки діти майже не включені у цю сферу економічної діяльності.

Результати опитування свідчать про те, що у соціально-економічний простір дитини молодшого шкільного віку формується за рахунок освоєння основних економічних ролей: працівника, споживача (покупця товарів, споживача освітніх послуг), утриманця. Уявлення про них формуються як в ході спостережень у повсякденному житті за дорослими, так і з власного досвіду.

У підлітків та старшокласників також вивчались відмінності у способах оперування особистими речами, ідеями, продуктами творчої діяльності. З цією метою проведено контент-аналіз казок опитаних. Були взяті до уваги способи привласнення економічних благ та орієнтованість на соціально-економічні зв'язки (наявність діалогів, наявність живих істот) [12, с. 457-459].

Цікавим є співвідношення пасивних і активних (деструктивних і конструктивних) способів привласнення економічних благ у підлітків. Серед способів отримання матеріальних ресурсів господарем перше місце за частотою згадування займають пасивні способи, як-то утриманство переважно за рахунок батьків і родичів (20 характеристик) і випадкові способи отримання прибутку (знахідка – 15 згадувань). Серед активних конструктивних способів за кількістю згадувань на першому місці заощадження (17), заробіток своєю працею (7) та отримання відсотків чи дивідендів (3), винагорода (1). Згадуються також деструктивні, насильницькі способи привласнення: «відібрати» - 5, «вкрасти» - 2.

Серед способів витрачання особистих грошей назване благодійництво (8 згадувань), купівля (15), дарування батькам (1).

Отже, підлітки частіше схильні вдаватися до активних переважно конструктивних способів отримання грошей.

Серед старшокласників також виявлені як пасивні, так і активні способи привласнення. Так, за результатами контент-аналізу казок з'ясувалось, що серед способів отримання матеріальних ресурсів господарем левову частку посідають пасивні способи, як-то утриманство (переважно за рахунок батьків – 14 та інших казкових персонажів - 48 характеристик) і знахідка (19 згадувань). Серед активних конструктивних способів за кількістю згадувань на першому місці заробіток власною працею, зусиллями (28 згадувань, в т.ч. – 1 згадування про власні знання), заощадження та накопичення (17 згадувань) та позичання комусь (2), прибуткова справа (3), винагорода (1). Згадуються також деструктивні, насильницькі способи привласнення: крадіжки (3), бандитизм (2).

Згадувались старшокласниками і способи витрачання особистих грошей, серед яких переважали транжирство (13), купівля (12), благодійництво (13), дарування комусь (3), втрата («загубив» - 2), позичив (2).

Отже, привертає увагу те, що старшокласники демонструють схильність вдаватися до, з одного боку, утриманства та, з іншого боку, до заробітку власними зусиллями як чи не основних способів отримання грошей. На другому місці за частотою згадувань виявились заощадження і випадкові способи отримання прибутку (знахідка).

Особливістю розвитку конативного компоненту економічної культури у старшокласників є те, що розмаїття способів привласнення і відчуження особистих благ з віком вже майже не змінюється.

5.3.4. Типи економічної культури школярів залежно від ставлення до особистої власності

Дослідимо співвіднесені з етичними цінностями (моральнісною оцінкою) пізнавальні, емоційні та конативні компоненти ставлення школярів до особистої власності та з'ясувати типи економічної культури школярів, в кожній групі порівняння.

З цією метою процедура кореляційного аналізу за Пірсоном була застосована щодо показників когнітивного (кількісні показники використання метафоричних моделей), афективного (емоційне і моральнісне ставлення до власності) та конативного (способи отримання особистих благ) компонентів ставлення учнів до особистої власності.

В результаті було підтверджене існування численних кореляційних зв'язків між складовими ставлення школярів до особистої власності. Згруповані для зручності аналізу у кореляційні плеяди, вони підтвердили існування певних закономірностей у становленні економічної культури школярів (рис.5.3-4).

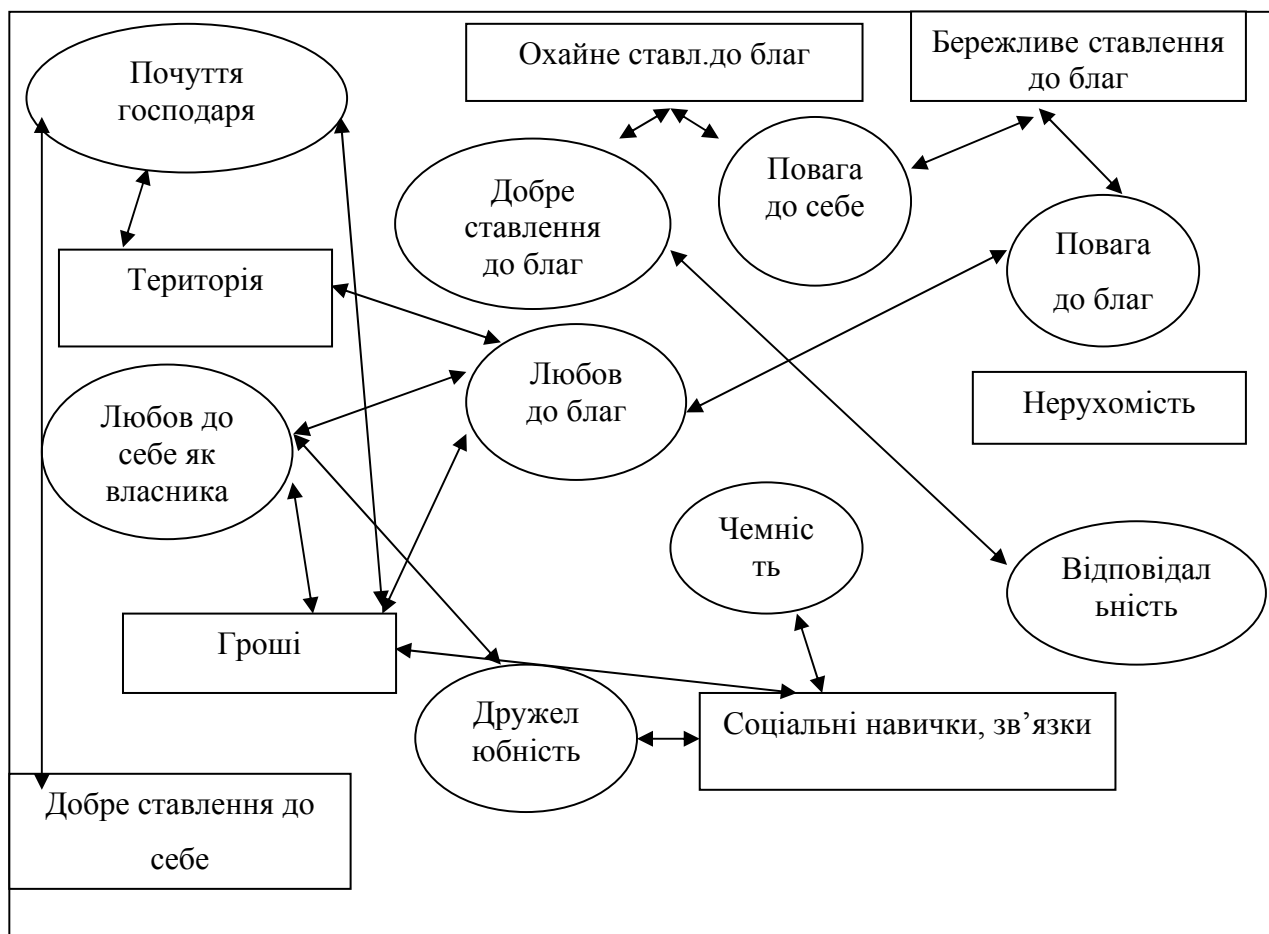


Рис. 5.3. Кореляційні зв'язки в системі ставлення молодших школярів до особистої власності

У всіх групах порівняння виявилась достатньо велика кількість зв'язків майже між всіма компонентами ставлення та типами моральнісного ставлення до особистої власності, що підтверджує гіпотезу про роль моральнісних складових ставлення в системі ставлень як її внутрішнього чинника.

Так, особливістю системи кореляцій у структурі ставлення молодших школярів є її певна дифузність, розпорошеність і розмаїтість зв'язків, серед яких складно однозначно вичленити окремі групи (рис. 5.3). Це свідчить про недостатню структурованість і сформованість змісту ставлення молодшого школяра до особистої власності, складністю для дитини осмислити, пізнати економічне оточення, в тому числі матеріальне, в категоріях моральності, оскільки сама моральнісна сфера особистості тільки набуває певного оформлення. Так, можна констатувати наявність кореляцій між цінностями безкорисливості (як-то любові до особистих речей та до себе як їх власника) та дружелюбності. Це єдиний масив моральнісних цінностей, всередині якого зафіксовані кореляції. Примітним є те, що інші моральнісні цінності (повага до себе та благ, почуття господаря, чемність не пов'язані одна з одною.

У підлітків виявлено позитивні кореляції між третім (індиферентно-негативним) типом моральнісного ставлення до власності (пов'язаного з категоріями принципності, правдивості та нетерпимості) з метафоричними моделями особистої власності як вмістилища (0,37, при $p < 0,001$), дії (-0,48, при $p < 0,001$); зворотній зв'язок з позитивною оцінкою власності (-0,7 при $p < 0,001$). Окрім того, він виявився зворотно пов'язаним з четвертим (позитивно-індиферентним) типом моральнісного оцінювання власності і прямо пов'язаним з другим (негативним) типом моральнісної оцінки. Таким чином, дану кореляційну плеяду відрізняє достатньо велика кількість статистичних свідчень того, що з ригідністю та категоричністю позиції власника (задані категоріями правдивості, принципності та нетерпимості) тісно пов'язане осмислення особистої власності як нединамічного явища, що потребує захисту, пов'язане з накопиченням, відсутністю активних конструктивних дій та супроводжується неприємними емоційними станами та почуттями. Така система взаємозв'язків в структурі ставлення підлітків до особистої власності і, відповідно, тип економічної культури, що розвивається в середовищі підлітків, може бути названа як «Культура особистої власності як зла, ригідності та категоричності позиції власника».

Інша кореляційна плеяда утворена мережею зв'язків п'ятого (пов'язаного з термінальними цінностями свободи, любові, сили, безпеки та влади) типу моральнісного ставлення (МС) з метафоричною моделлю містики (0,31, $p < 0,001$) та четвертим (позитивно-індиферентним) типом МС підлітків (0,8, при $p < 0,001$).

Найбільш могутньою кореляційною плеядою виявилась система зв'язків четвертого (позитивно-індиферентного) та першого (позитивного)

типів МС. Так, з категоріями справедливості, засобів існування, відповідальності (тип 1) напряду пов'язані метафори споруд (0,29 при $p < 0,01$), та вмістилища (0,042 при $p < 0,01$), емоційно-ціннісне ставлення «вигідне» (0,61, при $p < 0,01$), знахідка як спосіб привласнення (0,35 при $p < 0,001$). Окрім того, виявлено тісний прямий зв'язок першого (пов'язаного з розвитком та інформацією) типу ставлення з уявленнями про темпоральність власності (0,45, при $p < 0,001$), про неї як війну чи боротьбу (0,6 при $p < 0,01$) та метафоричною моделлю дії (0,78 при $p < 0,01$). Отже, дана плеяда виявилась достатньо могутньою, щоб виділити її як основу для розвитку окремого типу економічної культури підлітків – «Культура динамізму та інструментальної оснащеності».

П'ятий тип МС, прямо пов'язаний з четвертим (позитивно-індиферентним) типом (0,26 при $p < 0,001$), утворив групу зв'язків: ставлення до власності як до приємного (0,31 при $p < 0,001$), прибуткового (0,34 при $p < 0,05$), метафоричною моделлю темпоральності (0,53 при $p < 0,01$), заробітком як основним способом привласнення (0,53 при $p < 0,05$) та третім типом МС (пов'язаним з силою, досягненнями та справедливістю) – (-0,32 при $p < 0,001$). Таким чином дана кореляційна плеяда може означати потенційність розвитку економічної культури старшокласників, заснованої на термінальних моральних цінностях – «Потенційна економічна культура».

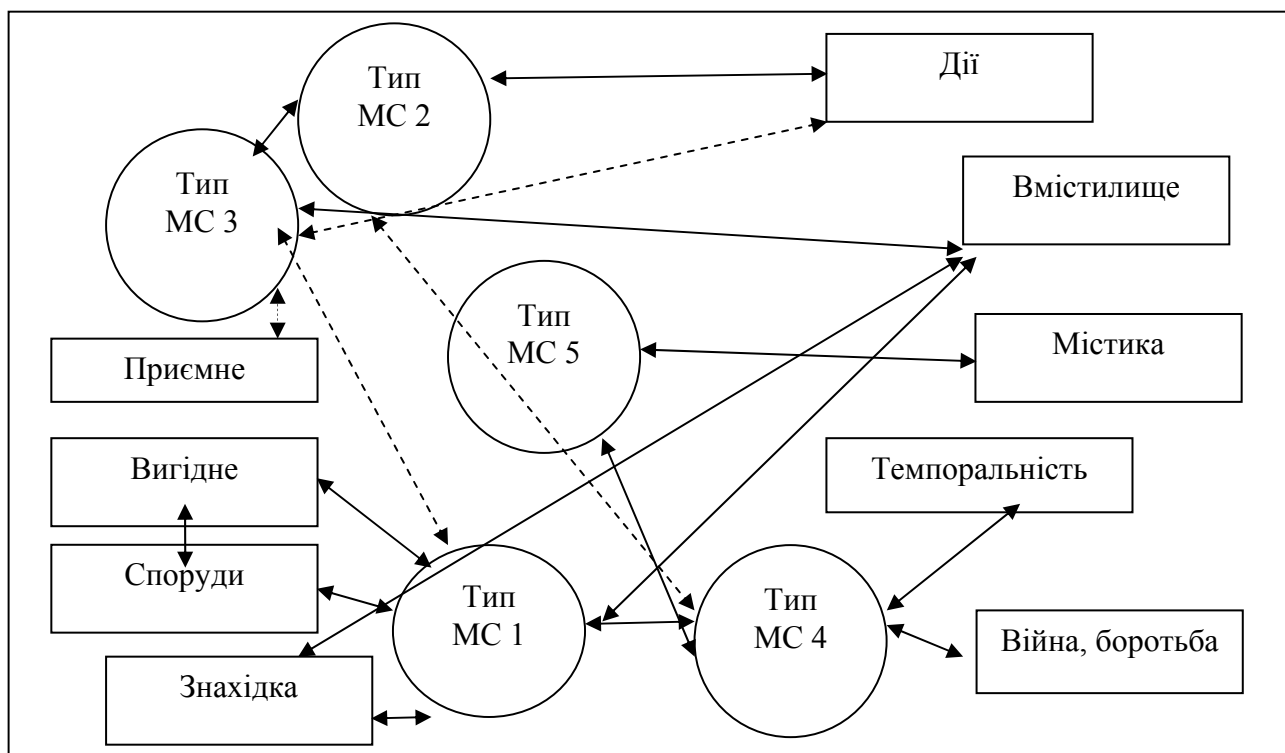


Рис. 5.4. Кореляційні зв'язки в системі ставлення підлітків до особистої власності

Кореляційний аналіз оцінок окремих складових ставлення старшокласників до особистої власності (рис.5.5) також дозволяє судити про розвиток типів їх економічної культури.

Так, виявлено дві найбільш могутні плеяди кореляцій морального ставлення старшокласників до особистої власності: навколо позитивного та позитивно-індиферентного типів МС (типи 1 і 4), а також навколо негативного типу (№5) МС як уособлення. Система зв'язків навколо позитивного типу МС утворена прямим зв'язком з типом МС №4 (0,34 при $p < 0,001$), з емоційним ставленням до власності як до корисної (0,4 при $p < 0,001$) та зворотним зв'язком зі ставленням як до приємної (-0,20 при $p < 0,05$) і ставленням як до таких відносин, що надають впевненості (0,7, при $p < 0,01$), з заробітком як способом привласнити (0,52 при $p < 0,001$).

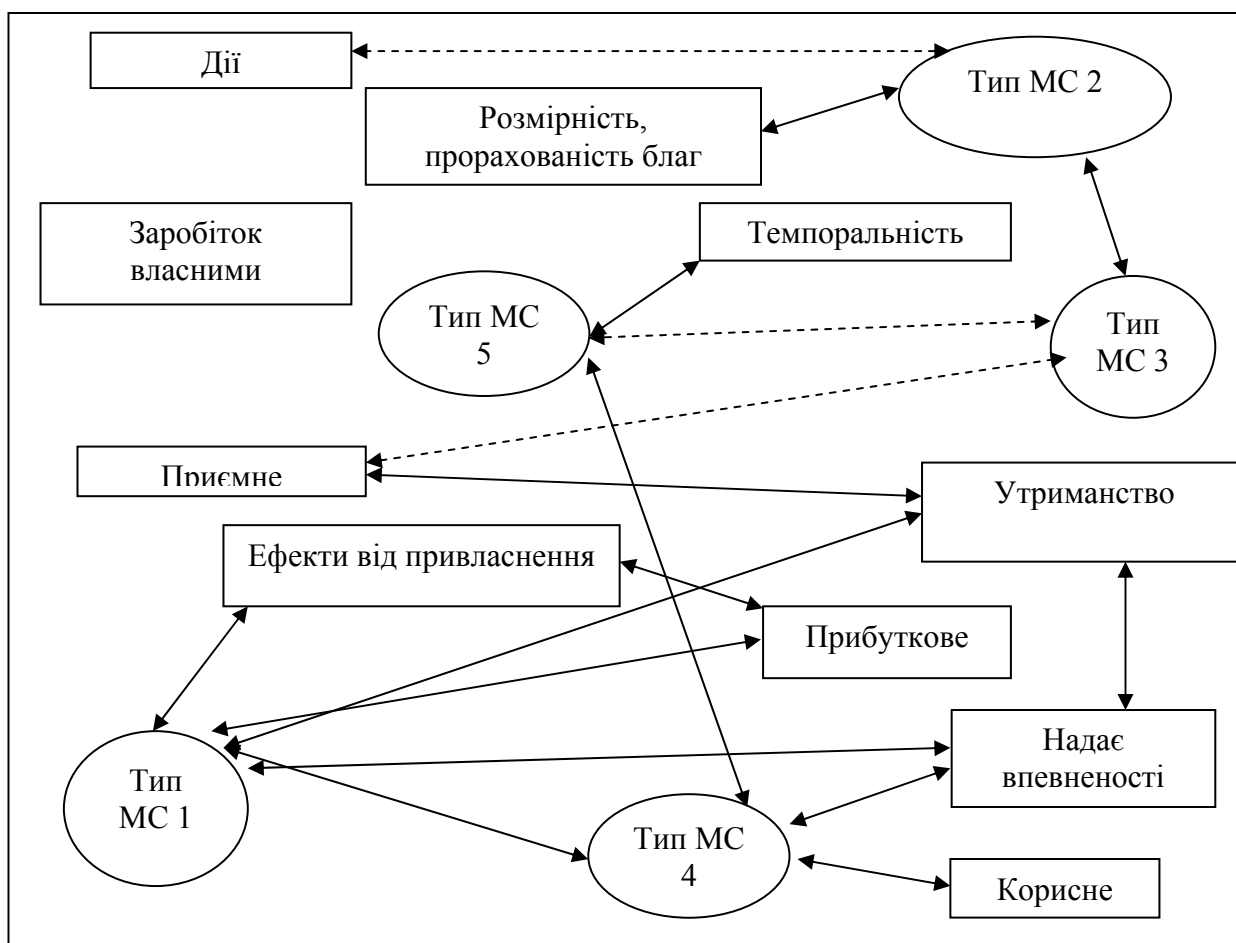


Рис. 5.5. Кореляційні зв'язки в системі ставлення старшокласників до особистої власності

Перший тип МС, пов'язаний зі свободою, розвагами, комфортом та засобами існування, утворив групу зв'язків з метафоричною моделлю «ефектів від привласнення» (0,24 при $p < 0,001$), ставленням як до явища, що асоціюється з прибутком (0,4, при $p < 0,001$), впевненістю (0,33 при $p < 0,001$) та утриманством (0,41 при $p < 0,01$). Описану плеяду можемо назвати як «Культура незалежності та інструментальної оснащеності».

Утворені навколо негативного типу №5 МС кореляційні зв'язки виглядають як уособлення потенцій та можливостей особистості старшокласника, втілюваних у термінальних цінностях-цілях любові, влади, здоров'ї, принциповості, відповідальності.

5.4. Ставлення до грошей як чинник економічної культури старшокласників

5.4.1. Методичне забезпечення та організація емпіричного дослідження. Трансформації соціально-економічних відносин, які відбулися в українському суспільстві, характеризуються не тільки формуванням нових відносин власності, але і змінами в галузі ціннісних уявлень стосовно ролі грошей в життєдіяльності як окремих індивідів, так і соціальних груп.

В сучасному суспільстві гроші виконують не тільки економічні, але і соціальні, і культурні функції; становляться могутнім джерелом формування стереотипів в буденній свідомості про статусну ієрархізацію та соціальні ролі, впливають на всі форми соціальної поведінки. Гроші впливають на формування моральних цінностей, перевтілюючись в мотиватор активної соціально-економічної діяльності і є системостворюючим фактором економічної культури.

Гроші як продукт культури виникли на певному етапі її розвитку і співвідносяться в першу чергу зі сферою матеріально-предметного, економічного. Спільним для культури і грошей є їх «включення» в загальний процес господарства, інтегрованість в процесі діяльності, що об'єднує матеріальне та духовне. Тим самим культура, включаючи в себе феномен грошей, уявляє собою цілісність, в якій розгортається історія саморозвитку людських сутнісних сил [18].

Аналіз соціально-психологічних досліджень показує [21-24], що ступінь спрямованості на економічні цінності визначають не тільки об'єктивні соціально-економічні умови, але й феномени свідомості, зокрема, суб'єктивні уявлення, соціальні настанови, психологічне ставлення. Зокрема, особливості економічної поведінки детермінуються уявленнями, оцінками, мотивацією та ін., що пов'язані з грошима. Без знання особливостей сприйняття грошей і ставлення до них з боку їх суб'єктів неможливо зрозуміти сутність процесу економічної культури особистості.

Ставлення в психології розглядається як система зв'язків людини зі світом та іншими людьми, яка виступає як складова частина свідомості та самосвідомості особистості.

Ставлення до грошей є важливим чинником економічної свідомості, який детермінує процес економічної культури особистості. Усвідомлення свого ставлення до грошей є психологічною основою формування економічної свідомості людини, ділових якостей, здібностей, вольових властивостей [10].

Вітчизняні та зарубіжні психологи відзначають, що ставлення до грошей змінюється в процесі розвитку особистості (А. Капустін, В. Poduska, М. Семенов). На їх думку, розуміння суті ставлення людей до грошей може бути поглиблено в результаті здійснення порівняльного аналізу економічних відносин у людей з різним рівнем особистісної зрілості. Зокрема, вони відзначають особливості витрачання грошей у особистісно зрілих людей.

Г. Беліцька відмічає, що особливості до грошей пов'язані з уявленнями особистості про своє матеріальне благополуччя, способи його досягнення, а також з суб'єктивними переживаннями з приводу матеріального благополуччя [4].

В дослідженнях О. Дейнеки показано переважання споживчого ставлення до грошей громадян в період трансформації змін суспільства [9].

А. Фенько в результаті психологічного аналізу ставлення до грошей жителів Москви виявила, що їх економічні настанови відрізняються синкретичністю, дифузністю та суперечливістю. На думку автора, це свідчить про те, що ці настанови знаходяться в стадії становлення [38].

Дослідження в галузі розуміння дітьми економічних відносин почалися нещодавно та налічують лише три десятки років. В обзорі західних досліджень ставлення до грошей дітей О. Щедріна [41] детально проаналізувала стадії формування ставлення до грошей, залежність монетарних уявлень від статі, віку, соціально-економічного становища та національно-культурних відмінностей.

Дослідники також відмічають, що на ставлення до грошей впливають не тільки культурні, соціально-економічні, ситуаційні та вікові чинники, але і стать (G. Foxall, R. Goldsmith, С. Абрамова, А. Белкін, Н. Бондарь, М. Семенов). С. Козлова, М. Полтавська та М. Соніна виявили, що юнаки більш раціонально оцінюють гроші, для дівчат гроші мають більш емоційну окрасу [29].

Окрім загальних соціально-демографічних умов, вчені (Х. Дитмар, О. Козлова, А.Фенько, А.Фернам) відмітили наступні особливості, які грають важливу роль у ставленні до грошей:

- сімейні цінності, які транслюються дітям у вигляді «батьківських настанов»;
- загальна соціально-економічна ситуація, в якій знаходиться дитина (зокрема, економічна криза);

- безпосередній досвід участі в економічній діяльності (купівля-продаж, кишенькові гроші).

Вчені накопичили цікавий матеріал, який характеризує динаміку основних економічних цінностей підростаючого покоління. У цьому плані вивчається вплив науково-технічного прогресу, освітнього середовища та сім'ї на соціалізацію, ціннісні орієнтації сучасної молоді, адаптацію молоді до ринкових умов [31; 33; 36]. Зокрема, виявлено, що новим в економічній поведінці молоді є підвищення ролі грошової мотивації. Так, наприклад, О. Щедрина відмічає, що відчуття себе багатим або бідним впливає на формування професійного вибору особистості. Відсутність грошей у молодих представників бідних сімей спонукає їх обирати професію з великими заробітками, організувати комерційну діяльність [36].

На думку О. Філінкової, вибір економічної діяльності пов'язаний не тільки та не стільки з відчуттям старшокласниками себе багатими або бідними, скільки з ціннісним ставленням до грошей, сприйняттям їх як засобу або цілі [39]. У її дослідженні були отримані результати, які свідчать про те, що є певна різниця у ставленні до грошей старшокласників орієнтованих в майбутньому на підприємництво та орієнтованих на працю за наймом : школярі, які планують працювати чиновниками, характеризуються більш термінальним ставленням до грошей.

Зв'язок можливості досягнення успіху з грошима досліджували Л.Борисова, Г.Солодова, О. Фадеєва, І. Харченко. За їх даними, гроші є важливим показником життєвого успіху [6].

Моральнісну оцінку грошей російськими старшокласниками досліджувала Ю. Макарова [19]. Результати дослідження показали, що в свідомості молодих людей гроші не пов'язані з етичними категоріями. На думку автора, це може бути обумовлено тим, що у сучасному суспільстві мало уваги приділяється моральному вихованню сучасної молоді.

Для емпіричного дослідження ставлення до грошей як чинника економічної культури старшокласників нами було розроблено програму, яка складається з трьох етапів та включає низку методик.

Мета дослідження : з'ясувати зв'язок ставлення до грошей з економічною культурою старшокласників.

Завдання:

1. З'ясувати особливості когнітивного, конативного та афективного компонентів ставлення старшокласників до грошей.

2. Визначити домінуючий компонент та на цій основі типи економічної культури учнівської молоді за ставленням до грошей.

3. Визначити зв'язок типів економічної культури з адміністративно-територіальною та статевою належністю старшокласників.

4. Визначити моральні показники у ставленні до грошей старшокласників.

Науково-дослідницька робота проходила в декілька етапів.

На першому етапі було проаналізовано теоретичні джерела з проблеми; визначено теоретико-методологічні підходи до досліджуваної проблеми.

На другому етапі визначено вибірку дослідження, конкретизовано методи та загальну стратегію дослідження.

На третьому етапі проведено емпіричне дослідження ставлення до грошей старшокласників, яке дало змогу виявити особливості ставлення до грошей та їх зв'язок з рівнем економічної культури старшокласників.

На четвертому етапі зроблено висновки для розробки методичних рекомендацій щодо оптимізації процесу формування економічної культури школярів.

У загальну вибірку ввійшли 162 учні 10-х і 11-х класів середніх навчальних закладів, з яких – 78 дівчат і 84 юнаків. Дослідження проводилось в гімназії №59 ім. М. О. Бойченка м. Києва та школі №16 ім. О. М. Кириленка м. Білої Церкви. Старшокласники школи №16 поглиблено вивчають математику. Старшокласники гімназії №59, які взяли участь в дослідженні, є учнями звичайних, не профільних класів, ніхто з учнів не вивчає поглиблено економіку. Рівень матеріального доходу їх сімей – середній.

Учнівська молодь – це традиційно більш прогресивна та високо адаптивна група населення, яка швидко сприймає нововведення. Процес засвоєння їх соціально-економічних цінностей і норм відбувається у молодіжному середовищі активніше, ніж у свідомості та поведінці старшого покоління.

Як відомо, в юнацькому віці школярі опиняються на порозі вступу в самостійне життя. Характерним для них стає націленість на майбутнє, яка неминуче накладає відбиток на поведінку і психіку юнаків та дівчат. У цей період зростає їх самосвідомість, розвивається потреба у самопізнанні, у виборі майбутньої професії, підвищується роль самооцінки, інтенсивно формується світогляд.

Центральним новоутворенням періоду юнацтва стає професійне і особистісне самовизначення, нова внутрішня позиція, що включає усвідомлення себе як члена суспільства. В цей період відбувається становлення громадянської позиції.

Середній вік респондентів – 16, 17 років. Цей віковий етап психологи називають періодом ранньої юності й характеризують його як перехідний і критичний в період розвитку індивіда. Центральним психологічним процесом для юності є формування особистісної ідентичності (соціально-ролевої, соціально-економічної, вікової, статево-ролевої).

Процес формування монетарних репрезентацій (уявлень про гроші) пов'язаний не тільки з повсякденним життям старшокласника, але й з досить загальними соціально-економічними умовами. Значне місце в цьому плані належить реальній включеності особистості в ті економічні ролі, в яких

відбувається засвоєння нею економічних знань і досвіду монетарної поведінки.

Освоєння учнями економічних ролей допоможе їм бути активними, ініціативними, впевненими у собі людьми, які в системі ринкової економіки знайдуть застосування своїм здібностям, матеріально забезпечуючи себе та своїх близьких, примножуючи суспільні багатства.

Ролевий підхід до економічної культури передбачає два включених в неї механізми – особистісне конструювання економічних ролей та ідентифікацію в економічній ролі.

Економічна роль є найбільш адекватною одиницею аналізу економічної діяльності для реалізації категорії економічного суб'єкта. В освоєнні економічних ролей людина завдяки цілеспрямованій, перетворюючій активності, розв'язує багато суперечливостей та досягає певного рівня економічного самовизначення, тобто також реалізує себе як економічний суб'єкт. Спосіб отримання ролі залежить від того, наскільки неминучою є дана роль для людини. Наприклад, роль споживача є неминучою для кожної людини. Формування ролі споживача в процесі становлення економічної культури реалізується декількома засобами.

За характером участі батьків та старших за віком людей в процесі формування економічної культури виділяють наступні методи [11]:

1. Інструментальний тренінг – безпосереднє інструктування дітей вести себе певним чином.

2. Моделювання – неусвідомлене відтворення людиною поведінки моделі. Воно відбувається в процесі спостереження за іншими людьми, в значному ступеню на підсвідомому рівні.

3. Посередництво батьків у сприйнятті дітьми реклами та атрибутів продукції полягає в інтерпретації комунікативних повідомлень батьками. Інтерпретація формує споживчу позицію дитини.

За критерієм ступені самостійної споживчої поведінки дітей виділяють наступні методи формування економічної культури:

1. Спостереження – візуальне сприйняття поведінки інших.

2. Сумісний шопінг – сумісні походи за покупками батьків та дітей. За час таких шопінг- турів батьки пояснюють дітям, чому вони купляють або не купляють продукт, у чому полягає роль реклами

3. Прямий досвід – метод навчання дітей на власному досвіді як самостійних покупців (у нашому суспільстві є найбільш розвиненим).

Формування ролі споживача відбувається не тільки під впливом батьків та інших дорослих. Для дітей підліткового віку збільшується вплив однолітків. Становлячись більш дорослими, тинейджери більш покладаються на інформаційні джерела та на думку інших однолітків.

Інші економічні ролі можуть освоюватись в процесі навчання та діяльності. Людина може освоювати та виконувати декілька ролей

паралельно, крім того, вона бере участь в економічних відносинах, неминуче викликаних виконанням економічних ролей.

Безпосередня участь в економічній діяльності (наприклад, ролі покупця, робітника за наймом або навіть підприємця) вводить дитину у світ фінансово-економічних відносин. Чим більше економічних ролей здатна виконувати людина, тим в більшому ступеню вона включена в фінансово-економічне життя або пристосована до нього.

На думку вчених, економічна експансія, з одного боку, супроводжується нав'язуванням та домінуванням економічних ролей, а з іншого – саме в економічних ролях може розв'язуватись проблема монетарної культури особистості в умовах трансформації суспільства. Розвиток економічної культури старшокласників характеризується зміною власної ролі в системі монетарних відносин (від споживача до суб'єкта заробітку грошей).

Для виконання першого завдання емпіричного дослідження використовувались наступні методики.

1. «Стандартизована програма соціально-психологічного дослідження економічної свідомості особистості» (А. Журавльова, Н. Журавльової) [12], адаптована для старшокласників. Зокрема, було проаналізовано дані отримані в результаті відповідей на питання, пов'язане з уявленням про сутність та функції грошей («Відмітьте, будь ласка, чим для Вас є гроші»).

2. Методика «Незавершені речення» (модифікація М. Семенова) [32] – відноситься до проєктивних методик і застосовувалась з метою виявити грошові мотиви використання грошей, а також соціальні настанови на ситуації, пов'язані з грошима. В нашому дослідженні використовується частина методики (речення «із-за грошей я не можу...», «коли у мене багато грошей...», «відсутність грошей для мене – це...»).

3. Методика «Рівень співвідношення «цінності» і «доступності» (О. Фанталової, модифікація М. Семенова) [31]. Методика застосовувалась для вивчення мотивації старшокласника на включення у відношення, опосередковані грошима. В основі методики покладена ідея М.Ю. Семенова про те, що потребу в грошах слід вважати генералізованою квазіпотребою, оскільки вона акумулює, генералізує енергетичний потенціал інших потреб, будучи засобом для задоволення інших потреб. Отже, з потребою у грошах опитувані мають пов'язувати інші, можливо менш усвідомлювані, але вагомі потреби, які стають мотивами їх включення у діяльність, опосередковану грошима, тобто у монетарні відносини.

4. «Анкета для вивчення економічної соціалізації» (О. Карнишева) [11]. В нашому дослідженні використовується блок питань, пов'язаних зі спрямованістю особистості на використання грошей.

5. Для виконання другого завдання використовувався опитувальник «Ставлення до грошей» (А. Фернама) [9] в нашій модифікації, який складається з 49 тверджень, відображаючих широке коло настанов, думок та

цінностей, пов'язаних з грошима. Методика обробляється шляхом факторизації питань.

6. Для визначення моральних показників ставлення особистості до грошей використовувався опитувальник «Моральнісна оцінка грошей» (О. Горбачової, А. Купрейченко) [8], який дозволяє виявити існуючий у свідомості старшокласників зв'язок поняття «гроші» як з позитивними (основними життєвими та моральними цінностями), так і з негативними явищами.

7. Крім того, було використана «Методика виміру соціальної адаптивності особистості» (О. Посипанова) [29] для виміру адаптивності старшокласників, як показника економічної культури.

Статистична обробка даних здійснювалась за допомогою комп'ютерної програми SPSS -14.

5.4.2. Аналіз дослідження когнітивного компоненту ставлення старшокласників до грошей. В результаті емпіричного дослідження ми отримали деіндивідуалізовану, усереднену інформацію про психологічні особливості економічної культури старшокласників у зв'язку зі ставленням до грошей.

Когнітивний компонент ставлення до грошей досліджувався шляхом вивчення розуміння старшокласниками сутності і функції грошей.

Стандартизована програма А. Журавльова і Н. Журавльової (питання «Відмітьте, будь ласка, чим для Вас є гроші?»), а також незакінчене речення «із-за грошей я не можу...» дозволяють виявити суб'єктивне сприйняття грошей старшокласниками.

Як видно з табл. 5.16, старшокласники мають про гроші наступні уявлення: «*гроші – засіб для комфортного життя*» (48,3% висловлювань). Таке розуміння грошей вимагає від школяра визначених філософських узагальнень, свідчить про його особистий досвід, вплив на нього досвіду його сім'ї. Гроші сприймаються досліджуваними як засіб задоволення певних потреб, тобто в економічній культурі старшокласників переважає споживче ставлення до грошей. Відсутні відповіді, що відображають уявлення респондентів про те, як заробляються гроші.

Таблиця 5.16

Уявлення старшокласників про сутність грошей за всією вибіркою (в %)

Ранг	Зміст уявлення	Показники уявлень (в%)
1.	Гроші – засіб для комфортного життя	48,3
2.	Гроші – головне в житті	30,2
3.	Гроші – не головна цінність	19,4
4.	Гроші – законність	2,1
5.	Всього	100

Значна кількість відповідей може бути згрупована у думку *«гроші – головне в житті»* (30,2% висловлювань). Підкреслення життєвої важливості грошей пов'язано з особливою властивістю грошей як загальної або генералізованої потреби, яка виявляється в можливості охопити всі інші потреби. Відповіді школярів підтверджують думку психологів, що гроші є необхідною матеріальною складовою суб'єктивного благополуччя людини.

Наступну групу відповідей, яка відображає уявлення старшокласників про гроші, можна назвати *«гроші – не головна цінність»* (19,4% висловлювань). Респонденти вважають, що гроші грають важливу, але не головну роль в їх житті. На думку дослідників, на уявлення і розуміння природи грошей впливають мотивація і досвід. Саме економічний досвід впливає на те, як і коли підростаюче покоління починає розуміти, що таке гроші. Можна зробити припущення, що старшокласники нашої вибірки практично не мають власного трудового досвіду і мають лише теоретичне уявлення про процеси заробляння грошей. Іншим поясненням є «інтоксикація» молоді моделями споживання, які нав'язуються рекламою [36].

У досліджуваних школярів були виявлені особливості монетарних уявлень, пов'язаних з етичними нормами суспільства. Цю групу відповідей можна назвати *«гроші – законність»* (2,1% висловлювань). У відповідях респондентів переважають судження, які відображають їх моральність. Наприклад: «Із-за грошей я не можу скоїти злочин»; «Із-за грошей я не можу вбити»; «Із-за грошей я не можу зрадити».

Відповіді старшокласників дозволяють зробити висновок, що етичні норми не втратили своїх позицій у структурі уявлень про гроші, що співпадає з даними дослідження Г. Авер'янової [1].

Отже, аналіз отриманих даних показує, що в економічній культурі старшокласників домінує уявлення про гроші як основний засіб для вирішення їх нагальних проблем.

Нами було проаналізовано також вплив адміністративно-територіального чинника на уявлення про гроші (табл. 5.17). Було співставлено відповіді школярів м. Києва і м. Білої Церкви.

Особливості розуміння сутності грошей учнями м. Білої Церкви виявилися у наступному: розуміння функцій грошей частіше пов'язано з незадоволенням потреби щось купити, жити у комфорті. Старшокласники невеликого міста у більшому ступені розглядають гроші, як засіб для комфортного життя. Група відповідей, в якій заперечуються порушення, пов'язані з грошима, значно менша, ніж у київських старшокласників.

Таблиця 5.17

Уявлення школярів про сутність грошей в залежності від адміністративно-територіального чинника за всією вибіркою (в%)

Ранг	Зміст уявлення	Показники уявлень кийвських школярів	Показники уявлень школярів м. Б.Церква
1	Гроші – засіб для комфортного життя	47,7	53,0
2.	Гроші – головне в житті	29,4	31,8
3.	Гроші – не головна цінність	20,8	14,2
4.	Гроші – законність	2,1*	1,0
	Всього	100	100

*p ≤ 0,01

З метою виявлення статевих відмінностей у монетарних уявленнях було проаналізовано висловлювання всіх досліджуваних дівчат і юнаків (табл.5.18).

Таблиця 5.18

Уявлення школярів про сутність грошей в залежності від статі за всією вибіркою (в%)

Ранг	Зміст уявлення	Показники уявлень дівчат	Показники уявлень юнаків
1.	Гроші – засіб для комфортного життя	50,7*	49,8
2.	Гроші – головне в житті	27,5*	26,4
3.	Гроші – не головна цінність	20,6	21,4
4.	Гроші – законність	1,2	2,4*
	Всього	100	100

* p ≤ 0,05

Аналіз результатів показав, що монетарні уявлення юнаків та дівчат не мають істотних відмінностей, проте привертають увагу незначні відмінності, які були отримані за результатами дослідження: у відповідях дівчат переважає уявлення про гроші як засіб для комфортного життя і як головне в житті. Уявлення про використання грошей в межах закону дещо переважають у юнаків.

Було проаналізовано також вплив чинника статі на уявлення про сутність грошей в залежності від міста проживання старшокласників (табл.5.19).

Таблиця 5.19

Монетарні уявлення школярів в залежності від статі та адміністративно-територіального чинника

Ранг	Зміст уявлення	Показники уявлень кийвських школярів		Показники уявлень школярів м. Біла Церква	
		дівчата	юнаки	дівчата	юнаки
1.	Гроші – засіб для комфортного життя	54,7*	51,8	49,0	53,3
2.	Гроші – головне в житті	27,5	24,4	32,0*	31,5
3.	Гроші – не головна цінність	16,2	21,7	19,0	14,0
4.	Гроші – законність	1,6**	2,1**	0	1,2
	Всього	100	100	100	100

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$

Як це показано в таблиці, виявлено деякі відмінності монетарних уявлень дівчат та юнаків на адміністративно-територіальному рівні. Дівчата м. Києва в більшій мірі (54,7% відповідей при $\varphi=1,57$, $p \leq 0,05$) розглядають гроші як засіб для комфортного життя порівняно з дівчатами м. Білої Церкви (49% відповідей). Для юнаків невеликого міста гроші також, перш за все, – засіб для комфортного життя (53,3% відповідей), відповіді кийвських юнаків складають 51,8%. Гроші є головними в житті здебільшого для білоцерківських дівчат (32%, $\varphi=1,60$, $p \leq 0,05$) і тільки для 27,5% кийвських дівчат. Поняття «гроші – законність» значно переважає ($\varphi=2,11$, $p \leq 0,01$) в монетарних уявленнях кийвських дівчат та юнаків.

Ці відмінності пояснюються відмінностями соціально-економічних умов столиці і невеликого міста. Майже всі досліджувані розуміють гроші як головну річ в їх житті і розглядають їх як засіб задоволення потреб. При цьому ці показники вищі у старшокласників м. Білої Церкви, імовірно із-за незадовільного матеріального становища їх родин, а також із-за відсутності кишенькових грошей – на це вказують висловлювання досліджуваних, отримані у результаті бесід. Монетарні уявлення всіх досліджуваних включають етичні норми, які заперечують порушення, пов'язані з грошима. Але значно менший відсоток заперечень порушень належить білоцерківським учням, що не може не викликати стурбованості.

Для вивчення когнітивного компоненту ставлення до грошей було проаналізовано зв'язок у свідомості старшокласників поняття «гроші» з етичними категоріями. З цією метою було застосовано опитувальник «Моральнісна оцінка грошей» (О. Горбачової, А. Купрейченко).

Респондентам було запропоновано оцінити за 5-бальною шкалою, наскільки їх уявлення про гроші пов'язані з перерахованими поняттями (наприклад, такими як свобода, безпека та ін.). Отримані дані оброблялись за

допомогою факторного аналізу (методом головних компонент). В результаті було виявлено 4 фактори.

Перший фактор (0,93) отримав назву «Гроші як влада» (увійшли такі асоціації з грошима як сила, влада, досягнення).

Другий фактор (0,75) – «Гроші як безпека» (увійшли такі асоціації з грошима як здоров'я, безпека, комфорт, свобода).

Третій фактор (0,63) – «Гроші як відповідальність» (об'єднав такі асоціації з грошима як правдивість, справедливість, відповідальність, терпимість).

Четвертий фактор (0,42) – «Гроші як залежність (об'єднав такі асоціації з грошима як залежність, безпринциповість).

Отримані показники вказують, що для старшокласників (як для юнаків, так і для дівчат) у середньому характерні уявлення «гроші як влада» та «гроші як безпека», що означає значимість соціального статусу і престижу, прагнення до панування та підпорядкування в системі відносин.

Вираженість даного уявлення про гроші старшокласників пов'язано з бажанням незалежності, самореалізації за допомогою економічної самостійності.

Середнє значення уявлення про гроші як про безпеку, вказує на те, що старшокласникам притаманне дорівнювати поняття грошей до психологічної захищеності, яка забезпечує стабільність та передбачення ситуації.

У старшокласників у незначному ступені присутні уявлення про гроші як про залежність.

Уявлення про гроші як відповідальність у старшокласників виражено мінімально (за 5-ю шкалою менше 3-х балів). Можна припустити, що більшість респондентів не мають достатнього досвіду в зароблянні грошей, тобто на даному етапі характерне бажання володіти грошима, але не нести за них відповідальність.

Отримані дані мають незначні відмінності у старшокласників м. Києва та м. Білої Церкви.

Отже, в результаті дослідження ми маємо дані про когнітивний компонент ставлення до грошей, який створює основу для формування економічної культури старшокласників і на який впливає адміністративно-територіальний та статевий чинники. У старшокласників переважають теоретичні уявлення про гроші, а також уявлення про їх матеріально-споживчу функцію. Старшокласники розглядають гроші як генералізовану потребу, яка виявляється в можливості задовольнити всі інші потреби (матеріальні, духовні, соціальні). Старшокласники невеликого міста в більшій мірі розглядають гроші як засіб для життя, як головне у житті (юнаки і дівчата). В монетарних уявленнях школярів столиці виявлено більшу частку заперечення порушень етичних норм, пов'язаних з грошовою поведінкою. В свідомості старшокласників поняття «гроші» тісно пов'язане з такими категоріями як влада, безпека, в меншому ступені – із залежністю.

Дослідження когнітивного компоненту ставлення старшокласників до грошей здійснювалось також за допомогою методики «Рівень співвідношення «цінності» і «доступності» (О. Фанталової, модифікація М. Семенова).

В результаті отримали такі дані. Ми припускали, що більшість респондентів поставлять гроші на перше місце, оскільки всі сторони життя суспільства пов'язані з грошима. Але на першому місці у всіх досліджуваних опинилася *цінність гарної родини*, а на останньому – *залученість до справи*.

Результати свідчать про те, що в умовах зміни пріоритетів особливу роль відіграє родина як основний агент соціалізації. Високу оцінку отримали у всіх досліджуваних також такі цінності, як *визначення свого місця в житті, гарні умови життя та самоповага*.

Отримані результати пояснюються тим, що період ранньої юності характеризується зростанням самостійності та відповідальності. Вік 16-17 років характеризується як період, коли відбувається процес поступового включення у соціальні зв'язки, вирішується питання професійного самовизначення на основі усвідомлення особистістю себе як самостійного суб'єкта соціальної діяльності.

Гроші виявилися цінностями лише другого рівня. 85,8% старшокласників поставили їх на восьме місце, у той час як цінність гарної родини 96,8% школярів поставили на перше місце (рис. 5.7). Дані результати узгоджуються з висновками, отриманими в дослідженнях інших психологів про переважання цінностей «родина» і «гарні умови життя» у дорослих людей. Розбіжність полягає в тому, що дорослі люди вважають важливішою достатню кількість грошей, для школярів гроші не є такою ж важливою цінністю.



Рис. 5.7. Ранжування цінностей за всією вибіркою

Проаналізуємо вплив адміністративно-територіального чинника на ранжування цінностей старшокласниками. Як це видно з рис. 5.8, співставлення отриманих даних свідчить про те, що адміністративно-територіальний чинник не здійснює значний вплив на ієрархію цінностей старшокласників. На перше місце старшокласники м. Білої Церкви поставили цінність гарної родини (97,5%), як і старшокласники м. Києва – (97,5%) і тільки на восьме – цінність грошей (83,3%). Старшокласники м. Києва поставили цінність грошей також на восьме місце (86,7%).

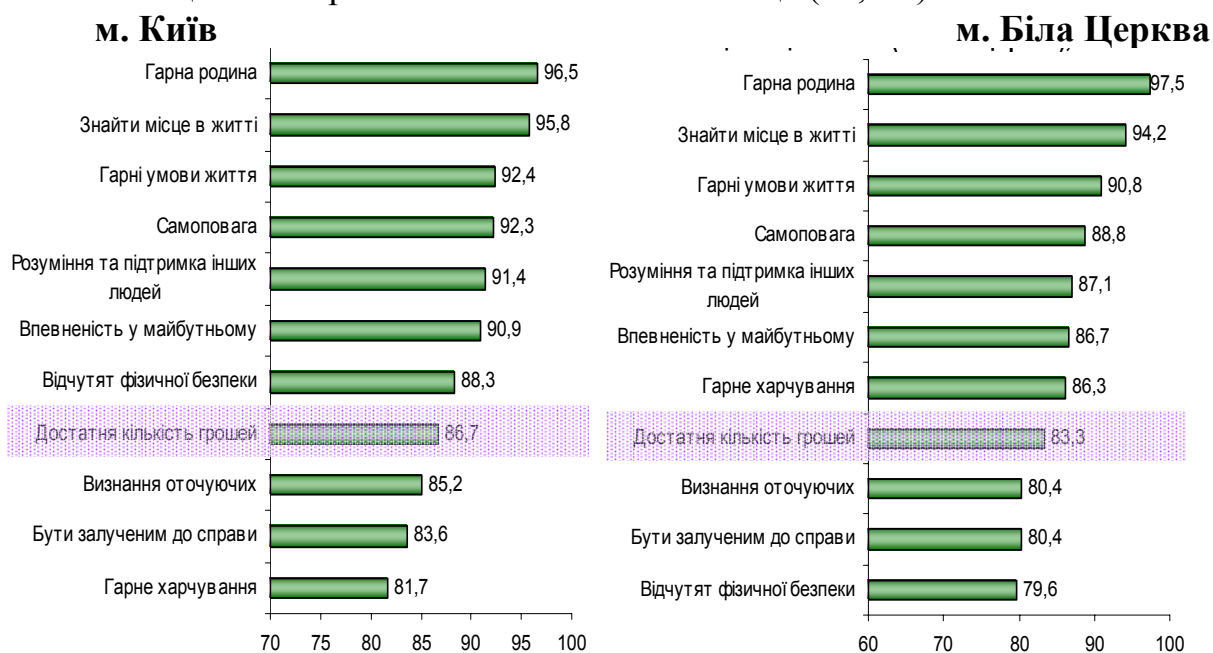


Рис. 5.8. Ранжування цінностей в залежності від адміністративно-територіального чинника

Розглянемо, як на ранжування цінностей впливає чинник статі. Співставимо результати, отримані у групі юнаків та дівчат (рис. 5.9). Отже, як показують дані, чинник статі має незначний вплив на ранжування цінностей старшокласниками. Всі юнаки поставили цінність гарної родини на перше місце, а цінність грошей на восьме місце. Дівчата поставили цінність гарної родини на друге місце, на першому місці у них – цінність свого місця в житті. Оскільки різниця між значеннями складає 0,2 відсоткових пункти, то можна припустити, що дівчата ототожнюють цінність гарної родини та цінність свого місця у житті. Цінність грошей дівчата поставили на сьоме місце, що також є одним із останніх місць.

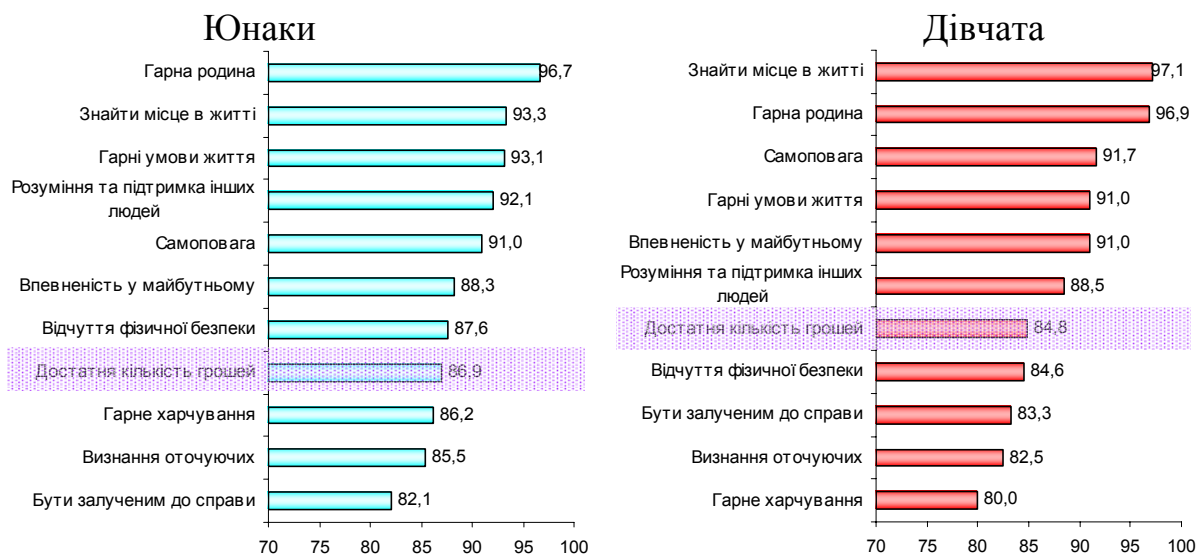
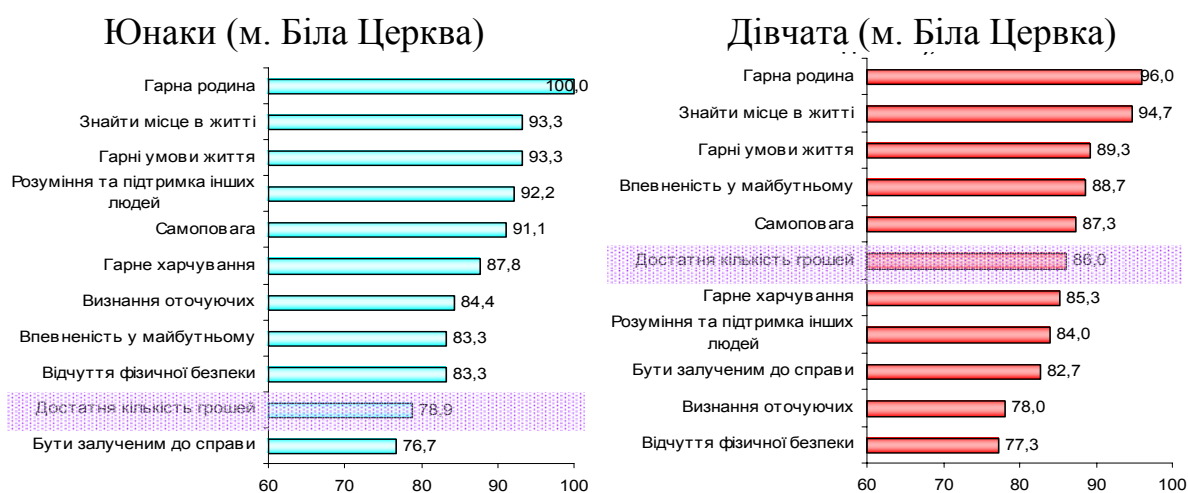


Рис. 5.9. Ранжування цінностей за всією вибіркою в залежності від статі

Розглянемо отримані дані оцінки грошей дівчатами та юнаками столиці і невеликого міста (рис. 5.10). Співставлення результатів показало, що юнаки м. Білої Церкви поставили цінність грошей на десяте місце, а юнаки м. Києва – на сьоме місце, що свідчить про більший ступінь розуміння юнаками столиці сутності грошей. Дівчата м. Білої Церкви поставили гроші на шосте місце, у той час як київські дівчата – на десяте місце. Ці результати показують більший ступінь споживацької спрямованості дівчат столиці, гроші для них не є великою цінністю, вони, скоріш за все розглядають їх як засіб для життя. Ці результати співпадають з результатами дослідження ставлення до грошей за методикою «Незакінчені речення», які також показали більший відсоток ставлення дівчат столиці до грошей, як засобу для комфортного життя.



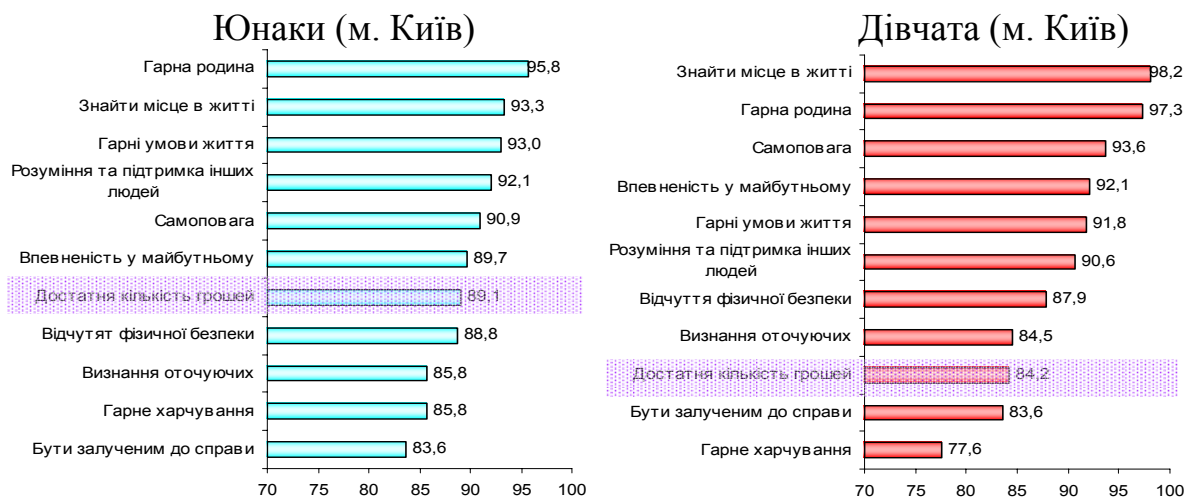


Рис. 5. 10. Ранжування цінностей в залежності від статі та адміністративно - територіального чинника

Отже, ми проаналізували проблему цінності грошей в економічній культурі старшокласників.

Розглянемо доступність грошей для старшокласників за всією вибіркою. Значення відмінності між цінністю і доступністю грошей дасть можливість визначити ступінь задоволення монетарної потреби.

Як це показано на рис. 5.11, рівень доступності грошей для всіх досліджуваних однаковий (всі поставили рівень доступності грошей на останнє або передостаннє місце) і це може служити непрямим підтвердженням того, що принципових відмінностей у фінансовому становищі у досліджуваних немає.



Рис. 5.11. Оцінка доступності за всією вибіркою (в %)

Наступний рис. 5.12 ілюструє оцінку доступності грошей старшокласниками столиці та невеликого міста. Отримані результати показують низький рівень доступності грошей старшокласниками як столиці,

так і невеликого міста. Доступність грошей школярі м. Білої Церкви поставили на дев'яте місце, а школярі м. Києва – на останнє (одинадцяте).

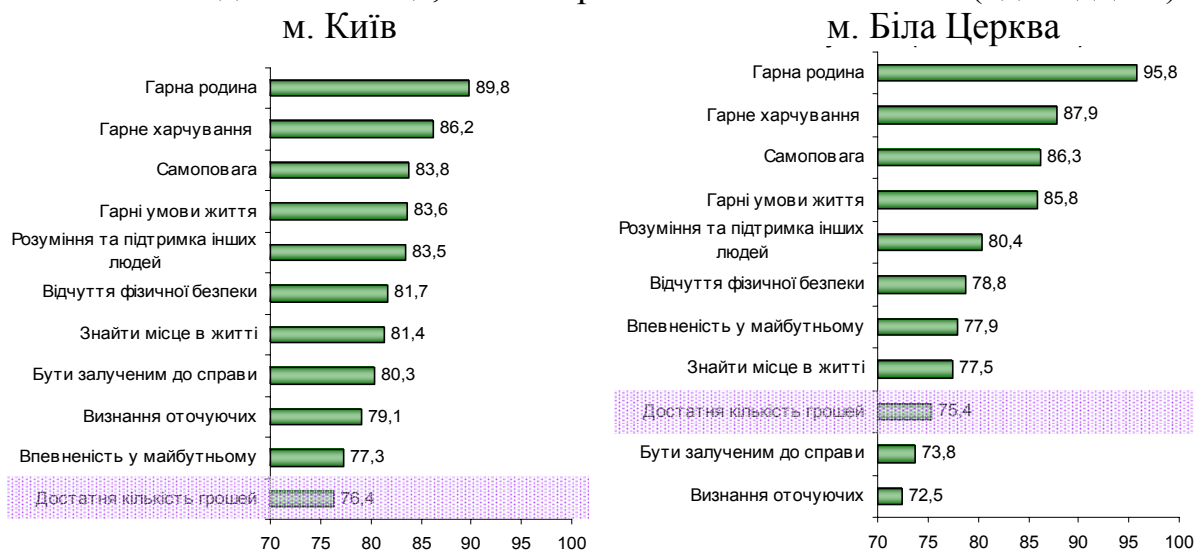


Рис. 5.12. Оцінка доступності грошей старшокласниками в залежності від адміністративно-територіального чинника

Проаналізуємо доступність грошей для старшокласників різної статі. Отримані результати свідчать про відсутність впливу чинника статі на оцінку доступності грошей старшокласниками. Юнаки поставили доступність грошей на десяте місце, а дівчата – на одинадцяте, що свідчить про низьку можливість у даному віці заробити гроші (рис. 5.13).



Рис. 5.13. Оцінка доступності грошей в залежності від статі

Розглянемо оцінку доступності грошей юнаками та дівчатами у столиці і невеликому місті. Отримані результати показали, що гроші майже недоступні однаковою мірою як юнакам столиці, так і юнакам невеликого міста. Всі досліджувані юнаки поставили доступність грошей на

передостаннє (десяте) місце. Дівчата столиці доступність грошей поставили на останнє (одинадцяте) місце, дівчата невеликого міста оцінили доступність грошей вище – вони поставили доступність грошей на восьме місце. У всіх старшокласників можливість заробляння грошей майже однакова, але на фоні незадоволеності інших потреб (знайти місце у житті, залученості до справи), які ще менш доступні дівчатам невеликого міста, гроші отримали більш високе місце (рис. 5.14).



Рис. 5.14. Оцінка доступності грошей в залежності від статі та адміністративно-територіального чинника

Враховуючи універсальність грошей у процесі соціальної взаємодії людей, ми розглядаємо сутність грошей як засіб задоволення реальних потреб людини (матеріальних, духовних, соціальних). Гроші є дуже значущими для кожної людини і є еквівалентом всіх потреб. Але для кожного індивіда ця значимість реалізується по-різному. Отже, ми досліджуємо значимість грошей і те, як задовольняються потреби особистості.

Проведемо порівняння сили потреб і рівня їх задоволеності, ґрунтуючись на результатах діагностики, отриманих за методикою О. Фанталової. Чим більша відмінність між цінністю і доступністю потреби (Ц-Д), тим більш незадоволеною є потреба у досліджуваного, а значить – сильнішою. Якщо виходить негативне значення, то рівень доступності вищий за рівень цінності, тобто відбулося «перенасичення» потреби. В цілому у досліджуваних за всією вибіркою переважає незадоволеність більшості потреб. Як видно з табл. 5.20, у всіх досліджуваних найменше задоволені такі потреби, як потреба в грошах (дещо більше ця потреба незадоволена у київських учнів – 1,64; у білоцерківських учнів показник незадоволеності потреби – 1,29), знайти місце в житті і упевненість в майбутньому. Тобто, більш незадоволеними є ті потреби, які несуть в собі властивість узагальнень, генералізованої потреби: в грошах, впевненості у майбутньому

Таблиця 5.20

**Середні оцінки рівня задоволення потреби
за всією вибіркою**

№	Потреби	Середні оцінки	
		м. Київ	м. Біла Церква
1	Гарне харчування	-0,45	-0,17
2	Відчуття фізичної безпеки	0,67	0,08
3	Гарна родина	0,67	0,17
4	Самоповага	0,85	0,25
5	Бути залученим до справи	0,33	0,67
6	Достатня кількість грошей	1,64	1,29
7	Гарні умови життя	0,88	0,50
8	Впевненість у майбутньому	1,36	0,88
9	Розуміння та підтримка інших людей	0,79	0,67
10	Визнання оточуючих	0,61	0,79
11	Знайти місце в житті	1,44	1,67
	Середнє	0,80	0,62

Процентний рейтинг задоволення потреб у всіх досліджуваних представлений в графічному вигляді на рис. 5.15.

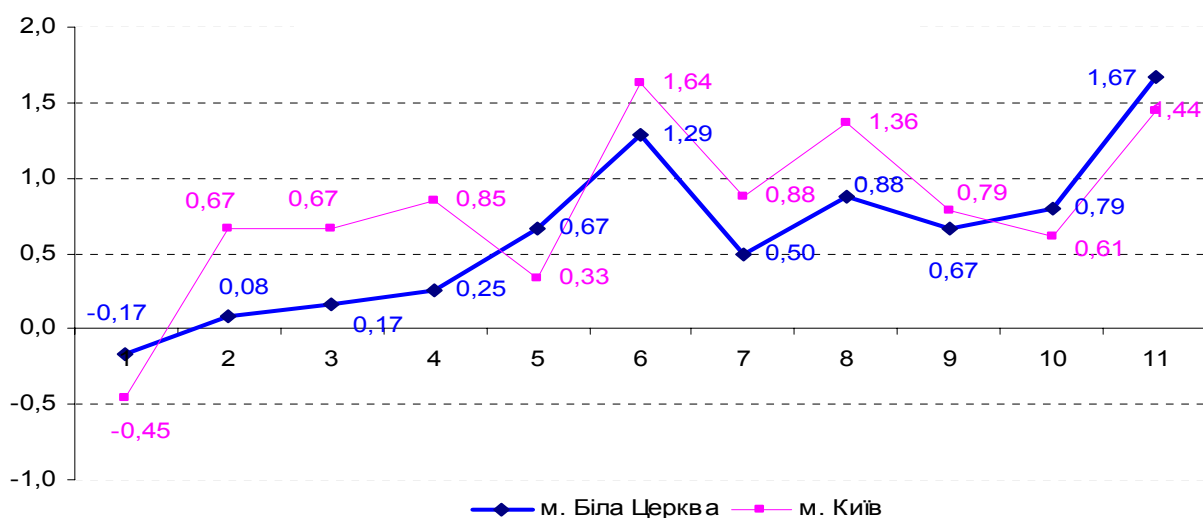


Рис. 5.15. Середні оцінки рівня задоволення потреб

Примітка: цифрами позначені потреби.

1 – гарне харчування; 2 – відчуття фізичної безпеки; 3 – гарна родина; 4 – самоповага; 5 – бути залученим до справи; 6 – достатня кількість грошей; 7 – гарні умови життя; 8 – впевненість у майбутньому; 9 – розуміння та підтримка інших людей; 10 – визнання оточуючих; 11 – знайти місце в житті.

Отже, досліджувані дуже сильно відчувають нестачу грошей, що, у свою чергу, свідчить про певний ступінь незадоволеності поточною життєвою ситуацією, внутрішню конфліктність. Якщо врахувати, що потребу в грошах ми розглядаємо як генералізовану потребу, то можна припустити, що в ній знаходить віддзеркалення загальний рівень незадоволеності.

Досліджувані дуже сильно відчувають також незадоволеність бути впевненим у майбутньому, що, у свою чергу, свідчить про ступінь незадоволеності поточною життєвою ситуацією в цілому.

Зробимо попередні висновки. Отже, в економічній культурі старшокласників переважають теоретичні уявлення про гроші. Гроші виступають в якості економічного блага, тому що є засобом задоволення потреб, які виникають у суб'єкта економічних відносин. Дослідники вважають, що гроші сприяють соціальному розвитку особистості шляхом поступового усвідомлення нею своїх фундаментальних життєвих потреб, інтересів, домагань. В результаті цього усвідомлення формується економічна культура індивіда.

Монетарні уявлення включають також етичні норми, відмова порушувати які переважає у старшокласників столиці. Істотних відмінностей в рівні важливості, цінності і доступності грошей у старшокласників виявлені не були. В результаті дослідження в економічній культурі старшокласників гроші виявилися цінностями лише другого рівня. Адміністративно-територіальний чинник не чинить значний вплив на ієрархію цінностей грошей старшокласників, також як і чинник статі за всією вибіркою. Проте чинник статі за адміністративно-територіальним чинником показав деякі

відмінності в оцінці грошей. Юнаки столиці оцінили гроші більш значущими, ніж юнаки невеликого міста, а дівчата столиці оцінили гроші менш значущими, ніж дівчата невеликого міста. Ці результати свідчать про те, що столичні дівчата у більшому ступені розглядають гроші як засіб для життя порівняно з дівчатами невеликого міста.

У всіх досліджуваних не задоволена потреба в грошах, яку ми розглядаємо як генералізовану потребу [31]. Це свідчить про незадоволеність поточною життєвою ситуацією, внутрішній конфлікт, що можна назвати когнітивним дисонансом, який викликає тривожність у старшокласників. Все вищенаведене можна пояснити відсутністю економічного досвіду та економічних знань у школярів, оцінюванням справжнього фінансового становища ситуативно, невизначеністю майбутнього фінансового становища.

5.4.3. Аналіз дослідження конативного компоненту ставлення до грошей старшокласників. Для дослідження *конативного компоненту* ставлення старшокласників до грошей нами було застосовано анкету (О. Карнишева), за якою вивчались конкретні види економічної поведінки: споживчої, ощадливої, виробничої. Визначення способу задоволення споживчих інтересів старшокласників здійснювалось за допомогою питання : «Відмітьте, на що Ви переважно витрачаєте гроші, які дають батьки?». Старшокласники надають перевагу витрачання грошей, які дають батьки, на покупку речей, на розваги, на подарунки. Також 4,5% юнаків та 2,1% дівчат відмітили, що надають перевагу не витрачання грошей, а накопиченню.

В нашому випадку підтверджується основний психологічний закон Дж. Кейнса, згідно з яким використання грошей для задоволення поточних потреб є пріоритетним порівняно з їх відкладанням в заощадження. Цей закон спрацьовує тому, що існує величезна кількість способів використання грошей.

Ощадлива поведінка школярів оцінювалась за допомогою питань : «Чи доводиться Вам самостійно накопичувати гроші?», «Якщо вдається накопичувати, то яким чином Ви, частіше за все, це робите?». Встановлено, що юнаки та дівчата іноді накопичують гроші, але не постійно (62,1% та 70,1% відповідно). Частина школярів відмітила, що накопичують гроші час від часу (28,7% юнаків та 23,4% дівчат). Не доводиться накопичувати гроші 9,2% юнаків та 6,5% дівчат. Отримані дані дозволяють зробити висновок, що постійна ощадлива поведінка характерна в більшому ступеню час від часу.

Що стосується способу накопичення грошей, то дівчата більш розраховують на допомогу батьків у питаннях отримання грошей. Юнаки більш орієнтовані на самостійні заробітки.

Виробнича поведінка старшокласників досліджувалась за допомогою питання : «Що забезпечує накопичення багатства сучасними людьми?». На думку юнаків, накопиченню багатства сприяє приватне підприємництво (51,2%), операції з цінними паперами (25,1%), постійна добросовісна праця

(23,7%). Дівчата вважають, що накопиченню багатства сприяє приватне підприємництво (53,6%), постійна добросовісна праця (23,2%) та операції з цінними паперами (23,2%).

У досліджуваних, незалежно від адміністративно-територіальної одиниці, домінує споживча поведінка – (53,3%) у київських учнів і (52,9%) у білоцерківських.

Аналіз результатів дослідження також показав, що юнаки і дівчата столиці в більшому ступені витрачають гроші порівняно з юнаками та дівчатами невеликого міста. Можливо, це залежить від кількості їх кишенькових грошей, а також від можливості їх заробити у столиці. Дівчата столиці і невеликого міста більш схильні витратити гроші, ніж юнаки.

Отже, аналіз конативного компоненту показав, що у більшості досліджуваних переважає спрямованість на споживче використання грошей. Це саме підтверджується даними, отриманими за допомогою методики «Незакінчені речення». Як це показано в табл. 5.21, за допомогою незакінченого речення «коли у мене багато грошей...» були виявлені настанови, зумовлені надлишком грошей.

Таблиця 5.21

Монетарні настанови школярів за всією вибіркою (в %)

Нераціональні настанови	Раціональні настанови
63,6	36,4

У досліджуваних старшокласників переважають настанови на нераціональну витрату грошей (63,6%), наприклад: «Коли у мене багато грошей, я швидко їх витрачаю», «Коли у мене багато грошей, я йду гуляти з друзями», «Коли у мене багато грошей, я роблю багато покупок».

«Нераціональна мотивація» грошових витрат виникає при ігноруванні деяких економічних функцій грошей. Подібна мотивація є основою зайве-витратної моделі поведінки. Вона базується на абсолютизації функції грошей як зручного ліквідного засобу. В цьому випадку будь-яка потреба служить мотиватором економічної поведінки, коли готівкові гроші швидко витрачаються. Модель нераціональної поведінки базується на марнотратстві. В цьому відношенні чимале значення має спосіб отримання грошей. Психологічно легше відбувається розставання з легко заробленими сумами, отриманими в спадок або у зв'язку з несподіваними обставинами.

Як це показано в табл. 5.22, аналіз даних показує, що у старшокласників м. Білої Церкви переважає настанова на раціональну поведінку (86,4%, $\phi=1,71$, $p \leq 0,01$): «Коли у мене багато грошей, витрачаю їх на щось корисне», «Коли у мене багато грошей, я більшу їх частину відкладаю», «Коли у мене багато грошей, стараюсь не все витратити». Ці дані підтверджує факторний аналіз опитувальника «Ставлення до грошей» (А. Фернама), який показав відсутність фактору «Марнотратство» у структурі ставлення до грошей учнів м. Білої Церкви. Цим і пояснюється настанова на

раціональну монетарну поведінку, оскільки (як ми вже зазначали), нерациональна монетарна поведінка заснована на марнотратстві.

Таблиця 5.22

**Монетарні настанови школярів за адміністративно-територіальним чинником
(в %)**

Місто	Нераціональні настанови	Раціональні настанови
Київ	64,2	35,8
Біла Церква	13,6	86,4**

** $p \leq 0,01$

Аналіз монетарних настанов за фактором статі (табл. 5.23) показав, що нерациональні монетарні настанови переважають у дівчат, що підтверджується іншими нашими дослідженнями.

Таблиця 5.23

Монетарні настанови школярів в залежності від статі (в %)

Стать	Нераціональні настанови	Раціональні настанови
Юнаки	47,8	52,2
Дівчата	66,8*	33,2

* $p \leq 0,05$

В частині відповідей за всією вибіркою (24,5%) йдеться про можливість використання грошей для придбання подарунків, допомоги близьким, друзям. Можна сказати, що економічна поведінка респондентів також характеризується «альтруїстичною мотивацією».

Отже, в результаті дослідження конативного компоненту ставлення до грошей, ми отримали наступні результати.

Поведінкові інтенції свідчать про те, що у більшості учнів переважає споживацька спрямованість на використання грошей – (37,3%) на відміну від спрямованості на їх отримання – (23,2%), підтримки інших – (24,5%).

На цю особливість конативного компоненту впливає адміністративно-територіальний чинник, оскільки старшокласники невеликого міста у більшому ступені схильні раціонально використовувати гроші. Однак, впливає й чинник статі. Більшість дівчат (15,1%) надають перевагу витрачання грошей, кількість юнаків, які надають перевагу витрачання грошей, значно менша – (10,3%).

У досліджуваних старшокласників, за всією вибіркою, переважає настанова на нерациональну витрату грошей.

Економічна поведінка містить альтруїстичну мотивацію.

5.4.4. Аналіз дослідження афективного компоненту ставлення старшокласників до грошей. Особливості *афективного компоненту* ставлення до грошей старшокласників. Емоційний компонент ставлення особистості до грошей представлений як сукупність суб'єктивних, емоційно забарвлених думок і оцінок, які стосуються сутності грошей, їх функцій та використання. Емоційне ставлення до грошей може бути як позитивним, так і негативним, виражатися в різних психічних станах.

З метою виявлення особливостей афективного компоненту ставлення старшокласників до грошей було проаналізовано результати, що отримано за допомогою незакінченого речення **«відсутність грошей для мене це...»**. Фіксувалися реакції на ситуації, пов'язані з нестачею грошей.

У відповідях респондентів (табл. 5.24) переважають негативні емоції. Часто зустрічаються речення, в яких вони пишуть, що відсутність грошей – це «трагедія», «жах», «кошмар». Школярі, що відчувають такі вкрай негативні емоції, швидше за все, самі вже стикалися з нестачею грошей, або на прикладі близьких людей знають, що таке бідність, відчувають страх перед нею.

Така позиція має як позитивні, так і негативні сторони. Позитивне те, що старшокласники раніше інших однолітків починають замислюватися про життя, про те, як заробити потрібні для життя гроші. Вони розуміють труднощі своїх батьків. Проте частина дорослих учнів, що пройшли через критичні умови існування, можуть освоювати протилежну тактику. Засвоївши, що гроші забезпечують певний рівень життя, вони починають активно шукати засоби отримання грошей з мінімальними зусиллями.

Інша за кількістю група відповідей (27,6%) демонструє нейтральні емоції школярів на нестачу грошей («відсутність грошей для мене – це не проблема»; «відсутність грошей для мене нічого не означає»).

Такі різні реакції школярів на ситуації відсутності грошей можна пояснити певним рівнем матеріального доходу їх сімей. Цей висновок підтверджується припущенням економістів, що при вищих доходах у людини гроші виявляються менш значущим чинником її поведінки.

Проте ця загальна залежність виявляється не завжди. За даними багатьох дослідників є чимало бідних людей, які спокійно ставляться до відсутності грошей. Це явище інтерпретується деякими дослідниками як стан адаптації або безпорадності, виробленої довгим досвідом нездатності контролювати ситуацію.

Невеликий відсоток досліджуваних (10,0%) розглядає відсутність грошей позитивно, наприклад, «відсутність грошей для мене – це стимул для подальшого самовдосконалення», «відсутність грошей для мене – це стимул для заробляння грошей».

Таблиця 5.24

**Реакції школярів на ситуації, пов'язані з нестачею грошей за
всією вибіркою (в %)**

Кількість позитивних висловлювань	Кількість негативних висловлювань	Кількість нейтральних висловлювань
10,0	62,4	27,6

Аналіз розподілу висловлювань в залежності від чинника статі (табл. 5.25) показав більшість негативних висловлювань у дівчат (63,7%, $\phi=1,83$, $p \leq 0,05$) у порівнянні з юнаками (36,3%), оскільки дівчата більш емоційно сприймають події, які відбуваються у суспільстві, в тому числі й економічні.

Таблиця 5.25

**Реакції школярів на ситуації, пов'язані з нестачею грошей в
залежності від статі за всією вибіркою
(в %)**

Кількість позитивних висловлювань		Кількість негативних висловлювань		Кількість нейтральних висловлювань	
юнаки	дівчата	юнаки	дівчата	юнаки	дівчата
52,3	47,7	36,3	63,7*	51,9	48,1

* $p \leq 0,05$

Розглянемо реакції старшокласників на ситуації, пов'язані з нестачею грошей в залежності від адміністративно-територіального чинника (табл. 5.26). Кількість негативних висловлювань переважає у старшокласників м. Білої Церкви (68,7%, $\phi=2,46$, $p \leq 0,01$) проти 31,3% у м. Києві.

Таблиця 5.26

**Реакції школярів на ситуації, пов'язані з нестачею грошей за
адміністративно-територіальним чинником (в %)**

Кількість позитивних висловлювань		Кількість негативних висловлювань		Кількість нейтральних висловлювань	
м. Київ	м. Біла Церква	м. Київ	м. Біла Церква	м. Київ	м. Біла Церква
74,1	25,9	31,3	68,7**	50,5	49,5

** $p \leq 0,01$

Результати дослідження показали (табл. 5.27), що дівчата невеликого міста більш оптимістично ставляться до грошей, більш позитивно, ніж дівчата столиці. Ці різні реакції можна пояснити тим, що дівчата з провінції часто в свій сценарій життя включають заміжжя, що позбавить їх от проблем, пов'язаних із зароблянням грошей. У юнаків ставлення до грошей пов'язано з соціальним статусом, самоповагою, престижем. Вони вже часто

розмірковують про статус голови родини, що пояснює їх негативні реакції на ситуації нестачі грошей.

Таблиця 5.27

Реакції школярів на ситуації, пов'язані з нестачею грошей в залежності від статі та адміністративно-територіального чинника (в %)

	Кількість позитивних висловлювань		Кількість негативних висловлювань		Кількість нейтральних висловлювань	
	юнаки	дівчата	юнаки	дівчата	юнаки	дівчата
м. Київ	47,3	52,7	61,2	38,8	49,2	50,8
м. Біла Церква	43,9	56,1*	66,5	33,5	49,7	50,3

* $p \leq 0,05$

Отже, дослідження показало, що з грошима у старшокласників пов'язані різні, в тому числі і негативні емоції. У столиці старшокласники більш позитивно ставляться до грошей, ніж їх однолітки у невеликому місті, а дівчата невеликого міста – більш позитивно, ніж юнаки. Це пояснюється соціально-економічними умовами життя людей у столиці і у невеликому місті, а також розподілом гендерних ролей.

5.4.5. Визначення типів економічної культури у зв'язку с особливостями ставлення старшокласників до грошей. Базуючись на системному підході дослідження, ми розглядаємо ставлення особистості до грошей як взаємодію і взаємозв'язок визначених нами компонентів, особливості якого характеризуються домінуванням системостворюючого компоненту.

Взаємодія компонентів ставлення до грошей характеризується, по-перше, тим, що вони розділяються за ступенем їх значимості для життєдіяльності індивіда у певну ієрархічну структуру, поділяючись на компоненти більш або менш значимі. По-друге, відносини між компонентами можуть бути як гармонійними, так і дисгармонійними. Це співвідношення складається в ході онтогенезу особистості і існує як система приписів, які детермінують економічну поведінку особистості. Характер взаємодії, взаємовпливу, єдності компонентів ставлення до грошей зумовлює їх особливості та динаміку в процесі становлення економічної культури.

Конфігурація когнітивного, афективного і конативного компонентів ставлення до грошей особистості залежить, з одного боку, від зовнішніх факторів (екзосистеми), або вимог та очікувань ціннісно-економічної системи суспільства, а з іншого – внутрішніх (ендосистеми), які характеризуються потребами і можливостями індивіда.

Узгодженість цих факторів зумовлює ефективність процесу формування економічної культури особистості. Саме це спонукало нас до визначення конфігурації компонентів у ставленні до грошей наших

досліджуваних. З цією метою нами було застосовано методику «Ставлення до грошей» (А. Фернама). Опитувальник містить твердження, які стосуються різних компонентів ставлення до грошей. Нам було важливо виявити ієрархічну структуру цих компонентів та домінуючий компонент, які визначають особливості ставлення старшокласників до грошей. Було застосовано факторний аналіз із використанням варімакс-обертання Г. Кайзера, в результаті якого було виділено 5 незалежних компонент (рис. 5.16). Перейдемо до аналізу змісту кожного з них.

Найвагомішим є фактор, який отримав назву «Монетарна тривожність» **F1**, та пояснює 30% дисперсії. Він містить 31 твердження, серед яких найбільше факторне навантаження мають твердження стосовно роздумів та тривоги по поводу свого фінансового становища (0,64), переконань, що гроші можуть вирішити усі проблеми (0,60), уявлень, що людей оцінюють за їх фінансовим становищем (0,56).

Монетарну тривожність можна пояснити тим, що трансформація економічного середовища, відчуття економічної нестабільності, фінансове розшарування суспільства викликають у свідомості підлітків суперечності, які й спричиняють тривогу. Це явище в соціальній психології називають «когнітивним дисонансом». Монетарна тривожність пов'язана також з недовірою до фінансового ринку. Адже формування потенціалу довіри до нього – дуже складне завдання з багатьох причин. Це і новизна та незвичність фінансової діяльності, брак вичерпної інформації. Це й гіркий досвід першого ознайомлення з фінансовою сферою (шахрайство трастових товариств, гучні фінансові скандали).

Період ранньої юності характеризується наявністю активного співпереживання справам соціального оточення, емоційним реагуванням на події в соціальному житті, що пояснює наявність «грошової тривожності» у старшокласників.

Другий фактор **F2** (пояснює 15% дисперсії) – містить 14 тверджень. Цей фактор отримав назву «Планування». Його складають твердження стосовно економії (0,59), обізнаності про своє фінансове становище (0,56), зберіганні грошей (0,41).

Цей фактор демонструє схильність старшокласників до заощадження грошей, до контролю витрат. Дбайливе, відповідальне ставлення до грошей полягає в пошані до них як платіжному засобу і до результату праці. Звідси витікає планування прибутків і витрат, прагнення до зміцнення фінансового становища.

Третій фактор **F3** містить 14 тверджень, та пояснює 12% дисперсії. Він отримав назву «Гроші – зло». Найбільші значення по цьому фактору отримали твердження, які демонструють негативне ставлення до грошей (0,51) та багатих людей (0,49).

Фактор «Гроші – зло» може інтерпретуватися як фактор морально-ідеологічної оцінки грошей, особистісної позиції стосовно грошей.

Дослідження російських психологів показали, що чим старшими стають люди, тим менше їм властиві засудження і боязнь грошей. Мабуть для того, щоб особистість не боялася грошей, вдавалася до адекватних економічних рішень, необхідний фінансовий досвід.

Четвертий фактор **F4**, який пояснює 11% дисперсії, містить 11 тверджень. Даний фактор отримав назву «Гроші – можливості», він об'єднує ознаки, які вказують на гроші як на засіб влади та засіб керування людьми (0,58), як на еквівалент інтелекту та гідності людини (0,4).

Високі оцінки за цим фактором свідчать, що соціальні репрезентації старшокласників містять економічні стереотипи на кшталт «гроші можуть все». Сучасному світові властиве (до певної міри) обожнювання, сакралізація грошей. Для багатьох гроші – релігія, якій вони поклоняються і служать. Гроші в сучасному суспільстві стають все більш авторитетними і сильними, що й відбивається в свідомості респондентів.

П'ятий фактор **F5** – 10 тверджень, пояснює 10% дисперсії. Він отримав назву «Заробіток». Найбільш вагомі значення за цим фактором отримали твердження стосовно отримання грошей (0,53), фінансових досягнень (0,42).

Цей фактор у поєднанні з фактором «Планування» демонструє, що старшокласники є представниками напрямку, який в західній соціології і соціальної психології отримав назву «протестантська трудова етика». Цей термін сформульовано М. Вебером. Його сутність стосовно грошей можна визначити у виді правила: «Більше заробляти, менше витратити». Старшокласники відчують тривожність стосовно грошей (на це вказує найбільша вагомість фактору «Монетарна тривожність») і розмірковують про їх заробляння.

Виявлена нами п'ятифакторна структура ставлення школярів до грошей дозволяє зробити висновок, що вона є диференційованою. Ставлення до грошей у повсякденній свідомості досягло певного рівня когнітивної складності.

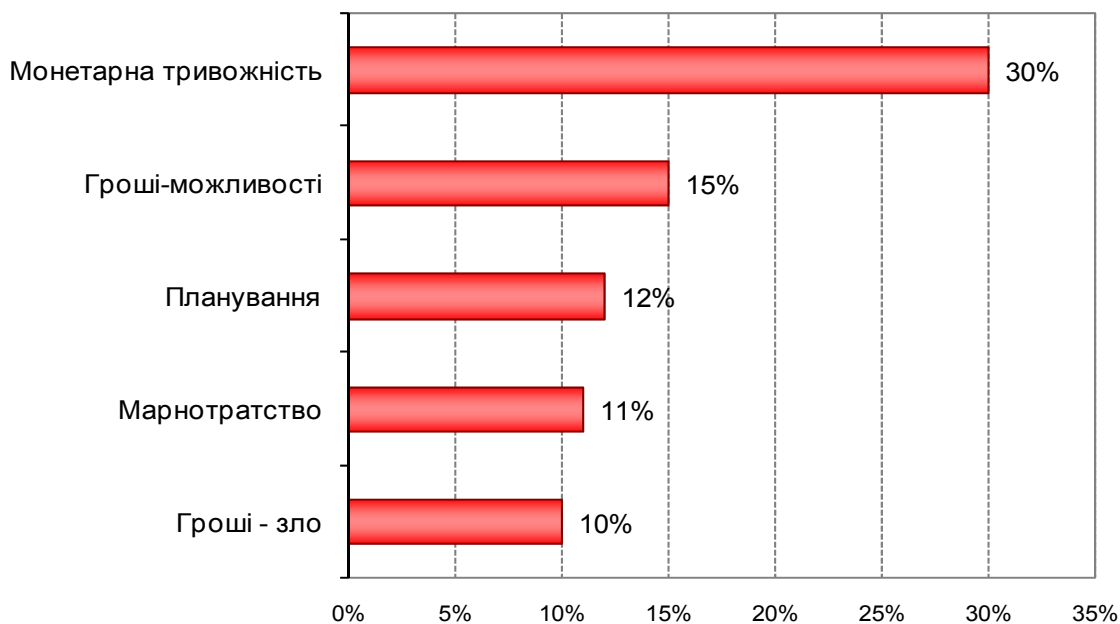


Рис. 5.16. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей за всією вибіркою (дисперсія)

Розглянемо як на ставлення до грошей впливає адміністративно-територіальний чинник. Як показано на рис. 5.17, в результаті факторного аналізу відповідей старшокласників м. Києва нами було виділено також 5 незалежних компонент.

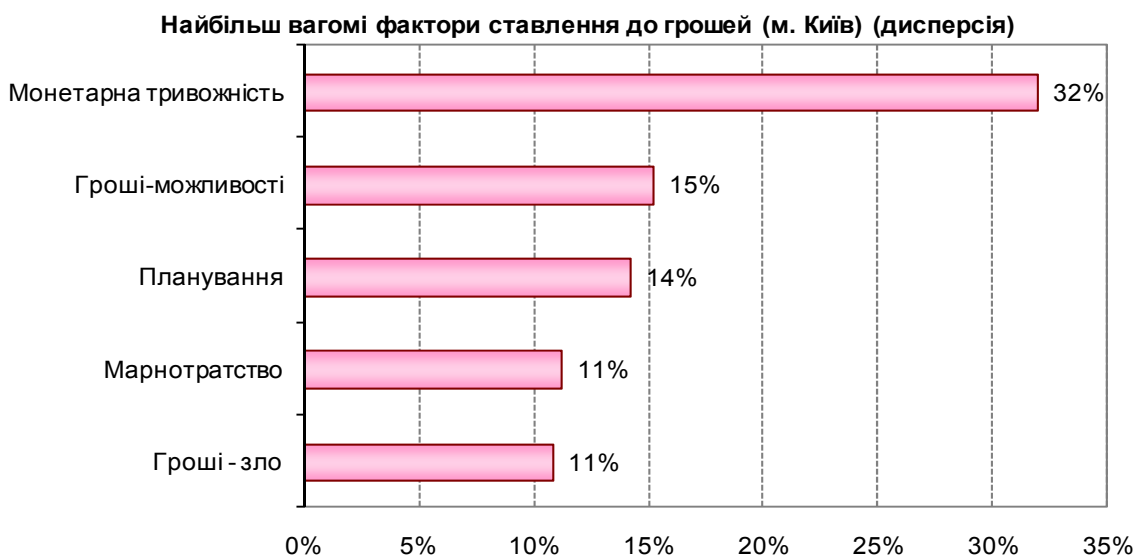


Рис. 5.17. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей (м. Київ) (дисперсія)

Найбільш вагомим, як і за всією вибіркою, є фактор «Монетарна тривожність» F1, дисперсія 32%. Він містить 21 твердження, серед яких найбільше факторне навантаження мають твердження стосовно хвилювання про своє фінансове становище (0,77), негативних емоцій, пов'язаних з власним фінансовим становищем (0,65).

Другий фактор **F2** містить 12 тверджень та пояснює 15% дисперсії. Даний фактор отримав назву «Гроші – можливості». Найбільше факторне навантаження мають твердження стосовно використання грошей в якості керування та залякування людей (0,76), віри в те, що гроші можуть вирішити всі проблеми (0,62).

Третій фактор **F3**, який пояснює 14% дисперсії, містить 6 тверджень. Він отримав назву «Планування». Найбільші значення тут мають твердження стосовно планування грошових заощаджень (0,68), фінансової обізнаності свого фінансового становища (0,51).

Четвертий фактор **F4** містить 9 тверджень та пояснює 11% дисперсії. Вони стосуються споживчих переваг респондентів, тобто як вони вважають за потрібне витратити гроші. Цей фактор отримав назву «Марнотратство». Найбільші позитивні значення за ним отримали твердження стосовно безконтрольних трат (0,74), суми грошей, якої завжди недостатньо (0,61)

П'ятий фактор **F5** містить 8 тверджень (дисперсія – 11%). Він отримав назву «Гроші – зло». Найбільші позитивні значення за ним отримали твердження стосовно негативного ставлення до грошей (0,63), негативного ставлення до багатих людей (0,52).

Порівнюючи фактори, отримані за всією вибіркою та за вибіркою по м. Києву можна визначити відмінності в отриманих факторах. У київській вибірці відсутній фактор «Заробіток», замість нього ми отримали фактор «Марнотратство» (F4). Отримані дані за цим фактором демонструють легке ставлення до грошей у досліджуваних. Схильність українських старшокласників до марнотратства можна пов'язати з інфляцією, а також легке ставлення до грошей пояснюється й посиленням тиском реклами, яка вдосконалює засоби впливу на людину «в обхід» свідомості, стимулює появу нових потреб.

Як це видно з рис. 5.18, в результаті факторного аналізу відповідей білоцерківських старшокласників було виділено знову ж таки 5 незалежних

КОМПОНЕНТ.

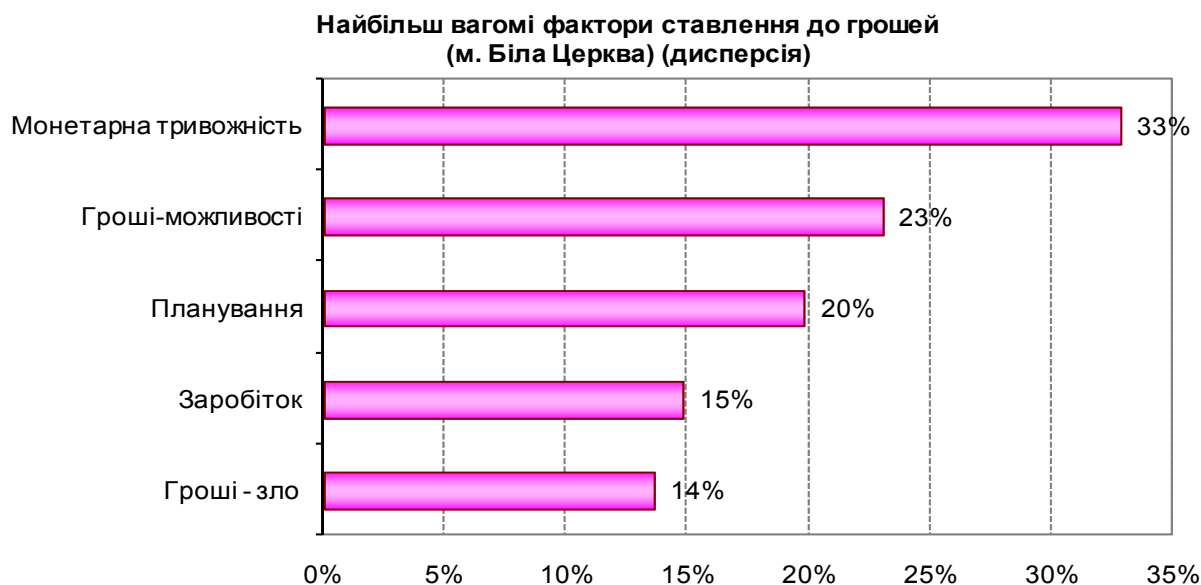


Рис. 5.18. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей (м. Біла Церква) (дисперсія)

«Монетарна тривожність» F1 (дисперсія – 33%), «Гроші – можливості» F2, (дисперсія – 23%), «Планування» F3 (дисперсія – 20%) «Заробіток» F4 (дисперсія 15%), «Гроші – зло» F5 (дисперсія 14%). Отримані дані показали відсутність фактора «Марнотратство» (який був виявлено у дослідженні київських учнів), його місто зайняв фактор «Заробіток».

Отримані дані викликані об'єктивними обставинами. Нерівномірність соціально-економічного розвитку, нестабільність ситуації в різних регіонах України обумовлюють регіональну диференціацію рівня життя населення країни. Високий рівень безробіття в регіонах примушує додавати зусилля для заробляння грошей, постійно шукати заробіток.

Старшокласники, які взяли участь в дослідженні, під час бесіди також говорили о труднощах, пов'язаних з зароблянням грошей.

Отримані п'ять факторів відображають суперечливе ставлення старшокласників до грошей: досліджувані ототожнюють гроші зі злом і владою, відповідальне ставлення до грошей поєднується з марнотратством.

Як це показано на рис. 5.19, аналіз результатів дослідження за ознакою статі показав наступні результати. У відповідях юнаків та дівчат було виявлено різницю у факторах.

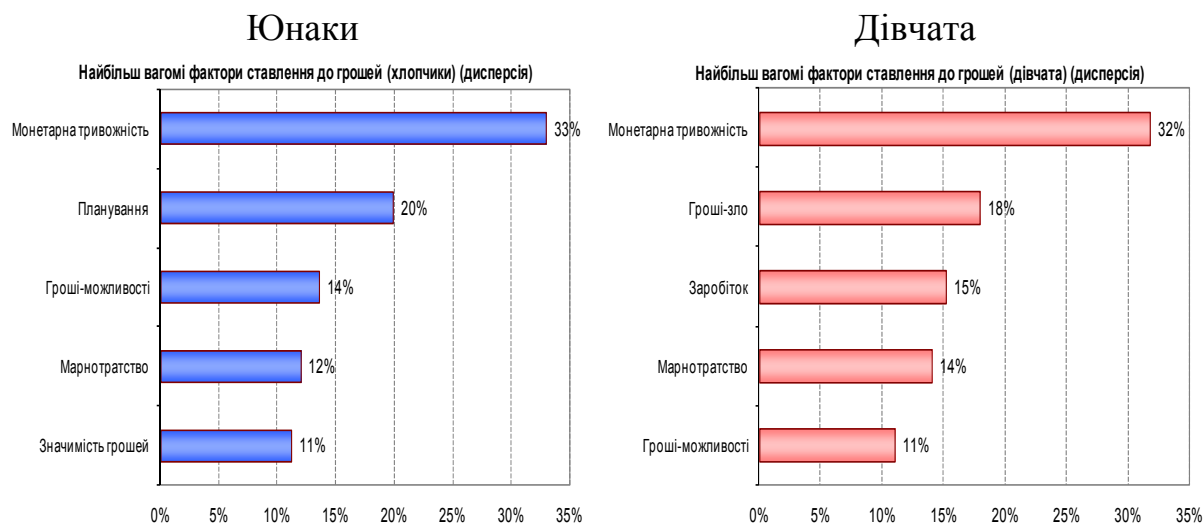


Рис. 5.19. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей за ознакою статі (дисперсія)

В структурі ставлення до грошей у юнаків та дівчат переважає фактор «Монетарна тривожність» F1 (дисперсія складає 33% та 32% відповідно). Фактор «Марнотратство» F4 пояснює 12% та 14% дисперсії відповідно у юнаків та дівчат.

Відмінності виявилися у розподілі решти факторів. У юнаків фактором F2 виявилась «Планування» (дисперсія – 20%), а у дівчат фактором F2 виступає фактор «Гроші – зло» (дисперсія 18%). Фактором F3 у юнаків є «Гроші – можливості» (дисперсія 14%), у дівчат – «Заробіток» (дисперсія 15%). Фактором F5 у юнаків є фактор «Значимість грошей» (дисперсія 11%), а у дівчат – «Гроші – можливості» (дисперсія 11%).

Отже, у дівчат відсутній фактор «Планування», проте виявився фактор «Заробіток». Це пояснюється тим, що дівчата, на думку науковців, проявляють тривожність через імпульсивну економічну поведінку (витрачання грошей, покупки). Але, як показало дослідження, вже розмірковують про заробіток.

Юнаки повністю не усвідомлюють цінність грошей (на це вказує фактор «Значимість грошей»), що співпадає з результатами, отриманими за методикою О. Фанталової. Таке ставлення до грошей пояснюється виникненням когнітивного дисонансу, причиною якого є залежність від економічних обставин. Юнаки намагаються зберегти самоповагу, заперечуючи значення грошей або приховуючи своє матеріальне становище від оточуючих.

Гроші як економіко-психологічне явище, як соціальне уявлення і вербалізований символ – суперечливі і багатолікі. Ставлення до них – явище складне і неоднозначне. Ставлення до грошей старшокласників за всією вибіркою характеризується високою афективною напруженістю, що виражається в переважанні у структурі ставлення до грошей фактору «Монетарна тривожність». Високий рівень «монетарної тривожності» вказує

на те, що тема грошей у свідомості старшокласників пов'язана з психологічними проблемами і вимагає подальшого вивчення. Слід зазначити, що в нашому дослідженні виявлено більш високі показники за фактором «Монетарна тривожність» у порівнянні з попередніми дослідженнями. Це можна пояснити складною соціально-економічною та політичною ситуацією в країні.

Отже, ми вже зазначали, що опитувальник «Ставлення до грошей» (А. Фернама) містить запитання, які стосуються різних компонентів ставлення старшокласників до грошей. Нами було виявлено, що в структурі цих компонентів домінує афективний компонент, що вказує на стихійність процесу формування економічної культури старшокласників, недостатній рівень розвитку когнітивного та конативного компонентів, що негативно впливає на процес економічної культури.

З метою аналізу впливу системних особливостей ставлення до грошей на економічну культуру старшокласників, ми провели емпіричне дослідження особливостей їх психолого-економічної адаптивності як показника економічної культури. Для виміру адаптивності старшокласників була застосована «Методика виміру соціальної адаптивності особистості» (О.Посипанова). За трьома субшкалами опитувальника отримані наступні рівні адаптивності (табл. 5.28).

Таблиця 5.28

Рівні адаптивності старшокласників

Субшкала	Рівень	Результат		
		За всією вибіркою	м. Київ	м. Біла Церква
«Конформність»	низький	13,3%	10,6%	20,8%
	середній	71,1%	77,3%	54,2%
	високий	15,6%	12,1%	25,0%
«Лабільність»	низький	26,7%	33,3%	8,3%
	середній	58,9%	53,1%	75,0%
	високий	14,4%	13,6%	16,7%
«Креативність»	низький	12,2%	10,6%	16,7%
	середній	77,8%	80,3%	70,8%
	високий	10,0%	9,1%	12,5%

На основі даних за цими субшкалами (для кожного досліджуваного розраховується сума за всіма трьома субшкалами) було визначено «профілі» соціальної адаптивності старшокласників (рис. 5.20).

«Профіль» найменшої соціальної адаптивності. Опрацювання результатів показало, що цей «профіль» адаптації у досліджуваних не простежується. Дані нашого дослідження узгоджуються з дослідженнями О. Посипанова. Він зазначає, що цей «профіль» характерний для осіб старших за 55 років з освітою не вище середньої та низьким соціальним

статусом. Люди з таким «профілем» характеризуються низьким рівнем загальної адаптивності. Таким чином, для старшокласників не характерний низький рівень загальної адаптивності.

«Профіль» конформності. Характеризується підвищеною конформністю при низьких значеннях за іншими субшкалами. На відміну від поняття «конформізм», який має переважно негативне забарвлення, термін «конформність» автор методики використовує як нейтрально-констатуючий. Наше дослідження виявило 59% київських і 31% білоцерківських старшокласників з «профілем» конформності, за всією вибіркою «профіль» конформності складає 45%.

Конформна людина буде свою поведінку не за загальними правилами і нормами суспільства, а відповідно до традицій і звичаїв даної групи. Перевагою носія цієї характеристики є вміння планувати послідовність дій і контроль за її виконанням. Висока конформність – важлива і цінна властивість для людини, особливо в тих умовах, де потрібна особиста організованість і відповідальність.

«Профіль» лабільності. За нашою вибіркою «профіль» лабільності виявлено у 29% київських і 41% білоцерківських старшокласників, за всією вибіркою – 35%. Адаптація лабільних людей досягається за рахунок ситуативних реакцій. Вони не бояться змінювати способи рішення задачі (на відміну від конформних), їх сильною стороною є вміння знайти декілька варіантів виходу з даної ситуації.

«Профіль» креативності. Позитивна риса креативних людей – добра орієнтація в ситуаціях, які змінюються за невідомими заздалегідь принципами. Дана якість виявлена у 12% досліджуваних старшокласників м. Києва та у 28% старшокласників м. Білої Церкви, за всією вибіркою – 20%. Адаптація у креативних людей досягається за допомогою нестандартних рішень в суперечливих ситуаціях, коли необхідно знайти вихід з кризи. У звичайних умовах такі люди втрачають інтерес до діяльності.

«Профіль» максимальної адаптивності. У респондентів цей показник становить тільки 4% у старшокласників м. Києва та 3% у старшокласників м. Білої Церкви. Вважається, що такі люди можуть виконувати рутинну роботу в стабільних умовах і знаходити нестандартні рішення в невизначених ситуаціях.

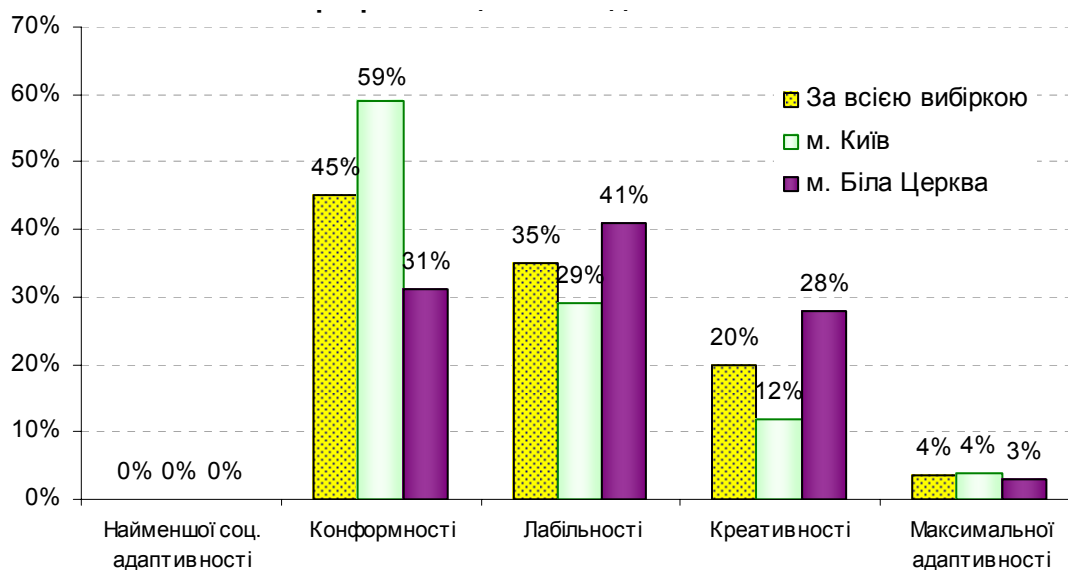


Рис. 5.20. «Профілі» соціальної адаптивності

Отже, дослідження показали, що у старшокласників за всією вибіркою переважає «профіль» конформності – 45%. Друге місце за всією вибіркою посідає «профіль» лабільності – 35%, на останньому місці «профіль» креативності (20%). «Профіль» максимальної адаптивності складає лише 4%, «профіль» найменшої соціальної адаптивності – відсутній.

У київських старшокласників також переважає «профіль» конформності – 59%, на другому місці «профіль» лабільності (29%), на останньому місці – «профіль» креативності (12%). «Профіль» максимальної адаптивності був також виявлений лише у 4% респондентів, а «профіль» найменшої соціальної адаптивності взагалі відсутній.

У старшокласників м. Білої Церкви переважає «профіль» лабільності – 41%. Друге місце посідає «профіль» конформності – 31%, останнє – «профіль» креативності – 28%. «Профіль» максимальної адаптивності було виявлено лише у 3% респондентів, а «профіль» найменшої соціальної адаптивності, як і у київських старшокласників, також взагалі відсутній.

За результатами дослідження було встановлено кореляційний зв'язок між «профілями» адаптивності та факторами, отриманими за методикою «Ставлення до грошей» (А. Фернама). Проведений аналіз показав наступні кореляційні зв'язки ставлення до грошей з рівнями адаптивності за всією вибіркою.

З «профілем» конформності мають кореляційний зв'язок фактори «Тривожність» (обернений зв'язок), «Гроші – влада» та «Заробіток».

З «профілем» лабільності мають кореляційний зв'язок фактори «Гроші – влада» та «Ощадливість».

З «профілем» креативності мають кореляційний зв'язок фактори «Ощадливість» та «Гроші – зло» (обернений зв'язок).

Проаналізуємо, як адміністративно-територіальний чинник впливає на результати кореляційного зв'язку між факторами ставлення до грошей та рівнями адаптивності. Отже, ми отримали наступні результати.

У старшокласників з м. Києва: з «профілем» конформності мають кореляційний зв'язок фактори «Тривожність» (обернений зв'язок) та «Гроші – влада».

З «профілем» лабільності корелюють фактори «Гроші – влада» та «Марнотратство» (обернений зв'язок).

З «профілем» креативності мають кореляційний зв'язок фактори «Ощадливість» (обернений зв'язок) та «Гроші – зло» (обернений зв'язок).

У старшокласників з м. Білої Церкви: з «профілем» конформності мають кореляційний зв'язок також фактори «Тривожність» (обернений зв'язок) і «Гроші – влада», а також фактор «Заробіток».

З «профілем» лабільності корелює також фактор «Гроші – влада», а також – «Ощадливість».

З «профілем» креативності також має обернений кореляційний зв'язок фактор «Гроші – зло».

Отже, за результатами дослідження було встановлено зв'язок між рівнями адаптивності старшокласників до соціальних реалій нашої країни та ставленням до грошей.

У нашому дослідженні ми отримали результати, що демонструють значущий кореляційний зв'язок ставлення до грошей і адаптивності, що дозволяє стверджувати: у сучасному суспільстві гроші виконують не тільки економічні, але і соціальні функції і є засобом формування економічної культури підрастаючого покоління.

На основі кореляції визначених особливостей ставлення до грошей з «профілями» соціальної адаптивності виявлено три типи економічної культури старшокласників.

1. «Індиферентний» – не проявляє активності, недооцінює значимість грошей, ставиться до них нераціонально. Імпульсивний споживач, здійснює покупки під впливом емоцій. Часто використовує гроші як ліки від депресії. Вважає гроші поганим подарунком, а також вважає, що гроші дістаються тільки нечесною працею. Часто фантазує, мріє про гроші. Втрату фінансових джерел сприймає як трагедію. Може заздрити фінансовому благополуччю інших. Ефективно діє тільки в стабільній ситуації, підпорядковується правилам певної групи, не схильний до грошових ризиків, пасивно адаптується в суперечливих соціально-економічних умовах. У структурі соціальної адаптивності цього типу переважає конформність. Конформна людина будує поведінку не за загальними правилами і нормами суспільства, а відповідно до традицій і звичаїв певної групи. У конкретній ситуації вона керується не універсальними дозволами і заборонами, а прикладом оточення. Такий «конформіст» з великою повагою ставиться до інструкцій, часто боїться порушити встановлений групою порядок. Але цю поведінку слід

відрізнати від сліпого підпорядкування нормативної людини. Якщо група відмовляється від своїх планів, конформна особистість легко йде за групою, тоді як нормативна особистість продовжує реалізацію планів, навіть якщо вони їй втратили сенс. Висока конформність – важлива і цінна властивість людини, особливо в обставинах, що вимагають особистої організованості й відповідальності.

Індиферентний тип виявлено у 59% досліджуваних старшокласників м. Києва та у 31% досліджуваних м. Білої Церкви.

2. «Креативний» – емоційний, схильний до грошових ризиків, приймає нестандартні рішення, не дотримується соціальних стереотипів, ефективно діє в кризових ситуаціях, успішно адаптується в ситуації змін. Адекватно та раціонально ставиться до грошей. Володіє мистецтвом керувати грошима. Не використовує гроші та коштовні речі для демонстрації свого фінансового становища. В структурі соціальної адаптивності цього типу переважає креативність. Адаптація у таких людей досягається за допомогою нестандартних рішень в ситуаціях, коли необхідно знайти вихід з кризи. Креативність дозволяє активно перебудовувати структуру взаємодії індивіда й групи, що підвищує її ефективність.

Можна стверджувати, що креативний тип особистості здатен на швидке прийняття рішень в ситуації невизначеності, швидше визначається з власною позицією в ній.

Креативний тип виявлено у 12% досліджуваних старшокласників м. Києва та у 28% досліджуваних м. Білої Церкви.

3. «Мотиваційний» – емоційно лабільен, психічно стійкий, ефективно використовує гроші для досягнення поставленої мети, легко адаптується в нестабільній ситуації. Гроші підвищують настрій. Не робить секрету із своїх фінансів. Може подарувати гроші та із задоволенням отримує гроші в якості подарунка. В структурі соціальної адаптивності даного типу переважає лабільність. Адаптація таких людей досягається за рахунок ситуативних реакцій. Вони не бояться змінювати способи вирішення завдання (на відміну від конформних), їх сильною стороною є уміння знайти кілька варіантів виходу з ситуації. Вони легко пристосовуються до умов.

Мотиваційний тип виявлено серед 29% досліджуваних старшокласників м. Києва та 41% досліджуваних старшокласників м. Білої Церкви.

У проблемі дослідження економічної культури старшокласників важлива роль відводиться формуванню типів економічної культури. Наше дослідження виявило перевагу креативного типу. Люди такого типу чітко визначають мету, наполегливі у її досягненні, результати їх діяльності затребувані суспільством. Їх головні якості: нестандартне мислення, відмова від стереотипів; ентузіазм, готовність йти на ризик; сила воли, працездатність; швидкість прийняття рішень, гнучкість мислення, пошук свіжих рішень; схильність до самовдосконалення.

Креативність передбачає активізацію творчого потенціалу людини, який прагне оволодіти наукою фінансової успішності та грамотності.

Аналіз взаємозв'язку ставлення старшокласників до грошей з соціальною адаптацією дозволив зробити висновок про необхідність формування креативного типу особистості та створення навчальної програми для формування цього типу.

Висновки до розділу

1. Економічні цінності теоретично обґрунтовано як один з провідних чинників становлення економічної культури особистості. У дослідженні економічних цінностей виділено два рівні їх детерміністських функцій відносно економічної культури особистості: зовнішній і внутрішній. На зовнішньому рівні вони функціонують як надіндивідні норми-цінності, на внутрішньому - як ціннісні орієнтації особистості.

Констатовано, що детермінація економічної культури особистості зовнішніми соціально-економічними умовами опосередковується внутрішніми психологічними особливостями людини, її потребою системою. Особливості потребової системи індивіда, з одного боку, визначаються культурно-історичною системою економічних цінностей суспільства і зумовленими нею експектаціями, а з іншого – визначають можливості індивіда інтеріоризувати ті чи інші елементи цієї системи. Відповідність потребово-мотиваційної системи особистості суспільним експектаціям знаходить виявлення у різних формах інтеріоризації індивідами предметного соціально-культурного середовища

Визначено структурні компоненти економічної культури особистості як внутрішні чинники її становлення. Показано, що становлення економічної культури особистості відбувається завдяки інтеграції нових пізнавальних, афективно-ціннісних та конативних можливостей, які несуть в собі, з одного боку, економічні цінності суспільства, а з іншого боку – індивідуально-психологічні властивості особистості як втіленні в ній здатностей та можливостей, в яких відображено особливості форм її життєдіяльності. Цей процес здійснюється як формування певного способу взаємозв'язку структурних компонентів економічної культури. Структуру економічної культури особистості визначено як єдність трьох компонентів: когнітивного, афективного та конативного, які мають свої особливості у відповідності зі специфікою їх функціонування на рівні окремого індивіда.

Визначена теоретична структурно-функціональна модель економічної культури особистості покладена в основу емпіричної програми дослідження соціально-психологічних закономірностей становлення економічної культури особистості.

2. В результаті реалізації програми дослідження соціально-психологічних закономірностей становлення економічної культури особистості емпірично показано, що становлення основ економічної

культури особистості школяра є багатограним і складним процесом. Це розвиток та оформлення на кожному з етапів соціалізації ставлення до особистої власності як системи оцінок особистістю об'єктивно існуючої системи відносин, опосередкованих особистими благами.

Проаналізовано особливості пізнання школярами економічних цінностей в системі особистої власності на різних вікових етапах навчання у школі.

Зокрема, показані особливості уявлень школяра про особисту власність і підтверджено тенденцію до ускладнення їх змісту з кожним віковим етапом. Показано, що у молодшому шкільному віці образ особистої власності школяра конституюється категоріями матеріальних речей, живої і «другої природи», особистої територіальності, власних здібностей та талантів, окремих психічних процесів та ресурсів, позитивних моральнісних якостей.

З'ясоване ускладнення уявлень підлітків про матеріальні особисті речі (переважно через усвідомлення своєї тілесності, віртуальних речей, економічних цінностей), ідентифікації з більш широким колом соціального оточення та усвідомлення власних психологічних ресурсів.

Показане осмислення підлітками ролі власника як активної, перетворюючої та пов'язаної з контролем і змінами; готовність як до захисту своїх інтересів і благ, так і до активного їх відстоювання та до перемоги в конкурентній боротьбі; вмотивованість підлітків до покращення свого матеріального становища, прагнення добробуту і матеріального благополуччя; схильність підлітків до безкорисливого надання допомоги потребуючим.

З'ясовано, що особливості пізнання особистої власності старшокласникам полягають в усвідомленні її реальності через категорії плінності та послідовності; осмислення її як процесу, що потребує прогнозування та планування, отже підлягає особистому контролю і потребує навичок управління. Виявлена схильність до апробації власної інтуїції, креативності та ініціативи як психологічних ресурсів в управлінні особистою власністю; потреба у матеріальному самозабезпеченні; категоризацію себе як суб'єкта примноження економічних благ.

Проаналізовано особливості афективного компоненту становлення економічної культури школярів у системі особистої власності. Виявлене позитивне ставлення молодших школярів до себе та до об'єктів власності. Показано, що при переході від підліткового до юнацького етапу економічної соціалізації, у оцінці особистої власності учні спираються оцінку явищ в особистій економіці з точки зору вигоди і особистої користі. Ці почуття конкретизуються для старшокласників у почутті прибутковості.

Емпірично визначено типи економічної культури школярів на різних етапах їх навчання у школі. Показано, що для молодших школярів характерна дифузна, неоформлена економічна культура, в основі якої лежать моральнісні цінності безкорисливих дружніх взаємин.

Для підлітків в економічній культурі характерна присутність цінностей ригідності та категоричності позиції власника; цінностей динамізму та інструментальної оснащеності власника і цінностей можливостей та потенцій.

Для старшокласників характерні цінності незалежності та інструментальної оснащеності, які доповнюються цінностями потенцій та можливостей особистості старшокласника, втілюваних у термінальних цінностях-цілях любові, влади, здоров'я, принциповості, відповідальності.

3. З'ясовані змістові особливості ставлення старшокласників до грошей. Встановлено недостатній рівень розвитку когнітивного компонента, що зумовлює його підпорядковану роль у функціонуванні ставлення старшокласників до грошей. Підтверджено існування внутрішньоособистісної дисоціації монетарних цінностей, яка є більш глибокою в економічній свідомості старшокласників з регіонів.

З'ясовано, що змістовими особливостями афективного компонента ставлення старшокласників до грошей є переважно негативні оцінки монетарної політики в країні. Констатовано, що для старшокласників характерна культура емоційно-негативного реагування на реальність економічних відносин, яка має свою специфіку за адміністративно-територіальною та статевою ознаками.

Емпірично підтвержене положення про те, що зі зменшенням представленості афективних складових в структурі ставлення та збільшенням поінформованості про економічну реальність та зростанням значущості грошей в системі цінностей особистості прямо пов'язане зростання рівня економічної культури особистості на етапі юнацтва.

На основі виокремлених в ході емпіричного дослідження типів економічної культури (креативного, індіферентного та мотиваційного) з'ясовано перевагу креативного типу. Люди такого типу чітко визначають мету, наполегливі у її досягненні, результати їх діяльності затребувані суспільством.

Література до розділу

1. Авер'янова Г. М. «Кішенькові гроші» як фактор економічної соціалізації / Г. М. Авер'янова // Психологія : зб. наук. праць. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2002. – Вип.18. – С. 87-96.
2. Алексеевский В.С., Шавырин Н.В. Культура отношений личной собственности как социокультурная проблема управления / В.С.Алексеевский, Н.В.Шавырин // Проблемы современной экономики. - № 1(29). – 2009. – Режим доступа : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2401>
3. Белик А.А. Культурология. Антропологические теории культур. М.: Российский гос. гуманитар. ун-т. М.,1999. 241 с. Учебное издание.

4. Белицкая Э. Г. Особенности отношения к деньгам : деньги как предмет личностного осмысления // Ежегодник РПО. Материали 3-го Всероссийского съезда психологов, 2003.–Т.1.– СПбГУ, 2005. – С.379-382.
5. Божович Л.И. Личность и ее развитие в детском возрасте./ Л.И.Божович - М.Просвещение, 1968. – 464с.
6. Борисова Л. Неформальный сектор: Экономическое поведение детей и взрослых / Л. Борисова, Г. Солодова, О. Фадеева, И. Харченко. – Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2001. – 183с.
7. Голофаст В.Б. Люди и вещи // Социологический журнал. 2000. № 5. С. 58-65.
8. Горбачова Е. И. Отношение к деньгам : нравственные противоречия в оценках и ассоциациях / Е. И. Горбачова, А. Б. Купрейченко // Психологический журнал. – №4. – 2006. – С.26 - 37.
9. Дейнека О. С. Динамика макроэкономических компонентов образа денег в обыденном сознании / О. С. Дейнека // Психологический журнал. – Т. 23. – №2. – 2002. – С.379-382.
10. Дейнека О. С. Экономическая психология в российской политике переходного периода : дисс... доктора психол. наук : 19.00.12/Ольга Сергеевна Дейнека. – СПб, 1999. – 266с.
11. Ефремова М. В. Особенности экономических установок у школьников / М. В. Ефремова // Труды III межд. науч. интернет-конф. Омск, полиграфический центр КАН, 2009. – С. 56-61.
12. Журавлев А. Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение : теория и эмпирические исследования / А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. – М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. – 480с.
13. Журавлева Н.А. Динамика ориентаций личности на экономические ценности в условиях социально-экономических изменений. / Н.А.Журавлёва //Проблемы экономической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. Т.1. С.379-411
14. Идея системности в современной психологии /Под ред. В.А.Барабанщикова. – М. : Изд-во «Институту психологии РАН», 2005. – 496 с.
15. Козлова Е. В. Психологические особенности социализации на разных этапах детства: Дис. ... канд. психол. наук. – М., 1998. – 150 с.
16. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. – М. : Прогресс,1990. – С.387 – 415.
17. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа,строение и динамика смысловой реальности / Д.А.Леонтьев. – М.: Смысл, 2007. -511 с.
18. Мазараки А. А. Философия денег : монография /А. А. Мазараки, В. В. Ильин. – К. : Киевский нац. торг. эконом. ун-т, 2004. – 719с.
19. Макарова Ю. А. Нравственная оценка денег и особенности самоотношения у старшеклассников / Ю. А. Макарова // Психология,

- образование, социальная работа : актуальные и приоритетные направления исследований. Материалы научн.- практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. Тверь, гос. ун-т, 2013. – С.11-14.
20. Максименко С.Д. Генеза існування особистості. / С.Д.Максименко. – К.: Видавництво ТОВ «КММ», 2006. – 240с.
 21. Москаленко В. В. Соціальна психологія: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Москаленко. – К. : Центр навч. літератури, 2005.– 624 с.
 22. Москаленко В. Сучасні напрямки досліджень в економічній психології / В. Москаленко // Соціальна психологія. –2004.– №2(4). – С.18 - 34.
 23. Москаленко В. Сучасні напрямки досліджень в економічній психології /В. Москаленко // Соціальна психологія.–2004.–№3 (5).– С. 3-21.
 24. Москаленко В.В. Соціалізація особистості : монографія / В.Москаленко. – К.: Фенікс, 2013. – С. 339 - 390.
 25. Московичи С. От коллективных представлений к социальным./ С.Московичи. // Вопр. социологии. – М., 1992. –Т. 1. – с. 82-96.
 26. Общение и познание /Под ред.В.А.Барабанщикова и Е.С.Самойленко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. – 495 с.
 27. Полтавская М. Роль денег в современном обществе в оценке старшеклассников [Электронный ресурс] / М. Полтавская, С. Козлова, М. Сони́на : 2-я межд. науч. конф. «Роль денег в современном обществе» – Режим доступа : [http : // kofep. narod. ru / index. htm](http://kofep.narod.ru/index.htm). – 2014.
 28. Попов Л.М., Голубев О.Ю. Устин П.Н. Добро и зло в этической психологии личности. – М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. – 240 с.
 29. Посыпанов О. Г. Методика изучения социальной адаптивности личности / О. Г. Посыпанов // Современная психология : состояние и перспективы исследования. – М : ИП РАН, 2002. – Ч.2. – С. 93-112.
 30. Психология человека от рождения до смерти. - СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. - 656 с.
 31. Семенов М. Ю. Особенности отношения к деньгам людей с разным уровнем личностной зрелости : дисс... канд. психол. наук :19.00.05 / М. Ю. Семенов. – Ярославль, 2004. – 167с.
 32. Семенов М. Ю. Типология материально удовлетворенных и материально неудовлетворенных людей / М. Ю. Семенов // Омский научный вестник. – 2002. – Вып. 15. – С.142-145.
 33. Серафимова З. С. Проблема социализации юношества в условиях НТП : дисс... канд. философ. наук / З. С. Серафимова. – М., 1990. – 167с.
 34. Сидоренко Е. Методы математической обработки в психологии / Е. Сидоренко. – СПб. : Речь, 2006. – 350с.
 35. Скринник З. Е. Гроші у вимірах комунікативних практик : соціокультурний аспект : монографія / З. Е. Скринник. – Львів; ЛБІ НБУ, 2006. – 335с.

36. Ступина Е. Е. Формирование экономической культуры младших школьников : монография / Е. Е. Ступина. – Новосибирск : Изд. НГПУ, 2011. – 147с.
37. Сусоколов А.А. Культура и обмен. Введение в экономическую антропологию. М.: SPSL-«Русская панорама», 2006. - 446 с. - (Серия «Профессионалы: просто о сложном»).
38. Фенько А. Б. Психологический анализ отношения москвичей к деньгам /А. Б. Фенько //Психологический журнал.– 2000.– №2. – С. 34-42.
39. Филинкова Е. Б. Отношение старшеклассников к деньгам и способам их зарабатывания / Е. Б. Филинкова // Социальная психология общества. – 2010. – №1. – С.152-171.
40. Фромм Э. Бегство от свободы./ Э.Фромм. - Пер с англ./Общ. Ред и послеслов. П.С.Гуревича.М.:Прогресс.1990. - 272 с.
41. Щедрина Е. В. Исследования экономических представлений у детей / Е. В. Щедрина // Вопросы психологии. – 1991. – №2. – С. 157 – 164.
42. Яценко А. И. Целеполагания и идеалы / А. И. Яценко. – К. : Наукова думка, 1977. – 146 с.

РОЗДІЛ 6. ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ В ГЕНДЕРНОМУ АСПЕКТІ

Будь-який напрямок психологічного дослідження економічної культури молоді, будь-то розуміння ними макроекономічних процесів чи поведінки на рівні мікроекономіки, завжди виявляє статеві відмінності. Адже економічна культура статей значною мірою підвладна традиційним стереотипам, згідно з якими основним годувальником сім'ї має бути чоловік, а професійна кар'єра жінки та відповідні заробітки потрібно підпорядковувати в першу чергу інтересам сім'ї та вихованню дітей [6].

Суспільна думка навіть в економічно розвинутих демократичних країнах акцептує фінансово-матеріальну нерівність чоловіків і жінок, де останні, згідно даним американського Бюро перепису населення, заробляють 77 центів у співвідношенні до долара, заробленого чоловіками. В європейських країнах статева різниця в оплаті тотожної праці складає 16%, а на пострадянських теренах сягає до 30%. Водночас в світі зростає кількість жінок, «які самі себе зробили», успішно освоївши традиційні суспільно і економічно престижні ролі чоловіків і почали керувати діяльністю урядів, корпорацій, великими підприємствами, створеними власноруч фірмами, статки підприємливості яких складають мільярди доларів («Форбс»).

XXІ століття вважають «золотим сторіччям», яке характеризується економічним та політичним злетом жіноцтва в сфері суспільного життя. На жаль українське жіноцтво пасе задніх в професійних та громадсько-політичних досягненнях і домаганнях. Основоположник економічних знань Адам Сміт (1723-1790) в працях «Дослідження причин і природи багатства народів» та «Теорія моральних почуттів людини» поряд з тезою «Хто не працює, той не їсть», підкреслював роль особистісного інтересу та його впливу на мотивацію економічної активності кожного індивіда. Ното есопомісус (людина економічна) на його думку це передовсім - мотивація до заробітку, отримання зиску, дотримання певних моральних норм, як наприклад, сплати податків, орієнтація на суспільно-корисну продукцію, заощадливість у витратах, підприємливість поведінки на рівнях мікро- та макроекономіки.

Сучасна студентська молодь знаходиться на роздоріжжі гендерного самовизначення в економічній культурі, яка постала головною науковою проблемою дослідження. Яким змістом наповнені уявлення молодих чоловіків і жінок про соціально-психологічні засади економічного функціонування людини і суспільства? Які наукові закономірності їх розвитку вони знають, якими уявленнями в оцінці економічних реалій керуються в повсякденному житті? Яким чином засвоєний рівень економічної культури детермінує прагнення жінок і чоловіків досягнути

певного рівня матеріального благополуччя у побудові особистих професійних і сімейних планів на майбутнє?

Чи правдивим є висновок чималої кількості психологічних досліджень, що причиною нижчого фінансового статусу жіноцтва поряд з традиційним пріоритетом сімейних цінностей залишається низький рівень професійної спроможності та соціальної компетентності, недостатнє вміння жіноцтва презентувати оточенню спеціалістів свою впевненість у досягненні фахових успіхів?

В проведеному дослідженні реалізовувались наступні завдання:

- з'ясувати базові уявлення студентської молоді про категорії економічної активності та ставлення до її моральних засад;

- виявити спільне та відмінне в особистісних намірах та планах чоловіків та жінок щодо економічної активності в найближчому майбутньому;

- виявити психологічні відмінності статей в само презентації власної професійно - фінансової спроможності та соціальні чинники її детермінації.

- визначити можливості зниження рівня економічної депривації шляхом застосування ідей позитивної психології

Методи дослідження включали комплекс взаємо доповнюваних методик, які включали теоретичний аналіз здобутків позитивної психології, застосування стандартизованих прихордіагностичних тестів, авторських опитувальників з трактування економічних понять, побудованих за принципом незакінчених речень, організацію фокус груп з різних аспектів гендерної нерівності, а також творення колажів на теми соціального престижної професійної діяльності, її успішності-неуспішності.

6.1 Економічна культура в гендерному вимірі

Якою мірою статеві стереотипи опосередковують уявлення студентів щодо сфер відповідальності в професійно-фінансовій активності чоловіків і жінок? Розподіл відповідей студентів щодо статевої диференціації сфер економічного функціонування представлені в таблиці 6.1.

Таблиця 6.1

Розподіл суджень щодо сфер економічної активності статей (у %)

Зміст судження	Відповіді студентів	
	Жінки	Чоловіки
Найголовніший обов'язок жінки – забезпечувати добробут домашньої економіки.	84	86
Надмірна професійна активність жінки перешкоджає виконанню нею ролі матері і берегині.	45	65

Жінка – керівник, менеджер чи підприємець є менш фінансово успішною, ніж чоловік.	48	60
Більший фінансовий внесок в бюджет сім'ї та її матеріальне забезпечення має робити саме чоловік.	78	82
Професія та фахова кар'єра, успішний фінансовий бізнес є набагато важливішими для чоловіків, ніж для жінок	66	85
Чоловік має всіляко сприяти успішності кар'єри жінки, виконуючи всі необхідні обов'язки з домашнього господарювання на рівних з нею засадах.	56	45

Представлені дані засвідчують поширеність стереотипованості економічних уявлень студентів щодо статевої диференціації сфер розподілу економічної відповідальності серед студентства - представників різних географічних регіонів. Найбільш насторожує значна частка гендерної стереотипованості молодих жінок, що також підтверджувалось протоколами фокус груп :” Не хочу розриватись навпіл!, Подивіться на літніх жінок, які тягнули подвійного візка!А ви, як психологи, можете пояснити, чому переважна більшість жінок виступає проти підвищення пенсійного віку. Якби їм було добре на роботі, то для чого прагнуть її полишити якнайшвидше ?“

Попри певну значну долю статевої стереотипованості сфер економічної активності, вони не є поширеними серед більшості студентів та й в залежності від постановки проблеми не схвалюються значною кількістю як юнаків, так і дівчат. Прояви економічних упереджень можна пояснити також труднощами самовизначення на перехідному етапі розвитку української економіки та слабкістю становлення її ринкових засад, зокрема об'єктивними перепонами на шляху розширення малого бізнесу, в якому в розвинутих демократичних країнах провідну роль відіграють саме жінки.

З метою вивчення економічних уявлень студентства, їм було запропоновано з переліку 50 економічних категорій (записаних на окремих картках) вибрати ті, які вони найбільше розуміють, визначення яких можуть продовжити як незакінчене речення і пояснити в який спосіб з ними найчастіше стикаються пересічні громадяни в повсякденній дійсності. Частота вибору та повноти характеристик економічних понять в опосередкований спосіб ілюстрували рівень економічних знань студентства (табл..6.2).

Таблиця 6.2

Гендерні відмінності економічних уявлень (у %)

	Поняття	Відповіді студентів	
		Жінки	Чоловіки
Суспільний сектор	Державне планування розвитку економіки	35	56
	Ринкова економіка	45	60
	Конкурентоздатність продукції і послуг	85	90
	Підприємництво індивідуальне і корпоративне	65	80
	Корупція	85	90
	Інфляція	85	90
	Безробіття, прошарок бідних людей	95	95
	Різновиди оподаткування	35	40
	Монополія, її подолання	70	70
	Інвестиції-перспективні галузі	35	60
	Національне оподаткування	30	35
	Дефіцит бюджету: статті	35	60
	Профіцит бюджету: статті	30	45
	Банківська система-послуги для бізнесу	20	30
	Ризики капіталовкладення: галузі	20	35
	Суспільні дотації: різновиди	35	40
	Грошова політика держави	30	40
	Ціноутворення на вітчизняному ринку, експорту, імпорту	40	40
Сімейний сектор	Депозитні відсотки	40	45
	Вартість споживчого кошика	40	40
	Мінімальний рівень зарплати	55	50
	Кредит, відсотки, сплата	40	50
	Статті бюджету сім'ї	75	60
	Звітність податкова - правила	30	45
	Іпотечний внесок	20	30
	Статті заощаджень сім'ї на майбутнє	65	40
	Кредити	80	80
	Доходи, витрати, прибуток	70	50
	Страховання	60	50
	Пенсійне забезпечення	65	30
	Державні субсидії	50	50
Консумерські акційні розпродажі	85	45	

Порівняння розподілу відсотків студентів, які мають чіткі уявлення про економічні поняття, засвідчує диференціацію статей щодо суспільної та приватної сфер економіки, а саме відстороненість значної частки молодих жінок від питань економічного функціонування поза межами сім'ї, їх більшу включеність в мікроекономічні процеси, а чоловіків – в макроекономічні реалії буття суспільства. Відповідно відрізняються і можливості прийняття ними економічних рішень та зобов'язань в соціальній та приватній сферах, що означає нижчу психологічну готовність жіноцтва до участі в суспільно-економічному житті малого підприємництва, регіону майбутньої професійної діяльності, країни в цілому. Диференціація економічних уявлень опосередковано засвідчує порушення балансу статей між суспільним і приватним, професійним функціонуванням та відповідними фаховими інтересами та вузько сімейно-побутовим функціонуванням, яке також вимагає певного рівня економічних знань та економічно доцільної поведінки як з боку жінок, так і чоловіків.

Згідно результатів досліджень диференціації економічної ідентифікації, відомих ще з висновків Раймонда Кеттела, зроблених в 30-х роках минулого тисячоліття, показовим є те, що прагнення ототожнення свого матеріального статусу з середнім соціальним класом, є зазвичай більш поширеним серед людей з нижчим соціальним доходом, ніж з вищим. Чим вищим є економічний клас, до якого належить індивід, тим більшою мірою проявляється потреба само презентації Я в позаекономічних категоріях і, в першу чергу таких, як престижна посада, професія, досягнення, освіта, можливості дозвілля, заняття спортом, культурою, відпочинком і т.п.

Якщо більшість європейських студентів, згідно сучасних досліджень, проведених під керівництвом президента Європейського товариства економічних психологів Тадеуша Тишки [17] вважають бідність проявом особистісної і фахової незрілості, інфантильності, недостатньої соціалізованості індивіда, то українські студенти, згідно результатам нашого опитування, досить співчутливо ставляться до бідних, і навіть, певною мірою, ідентифікуються з найбільш бідним населенням не тільки у сьогоденні, але й у майбутньому (у 18% випадків це - жінки та 5% - чоловіки). Якщо більшість зарубіжних студентів причину бідності вбачають в самій людині (її небажанні змінюватись, вдосконалюватись, набувати нових професійних навичок чи трудових вмінь), то за даними нашого дослідження 78% студентів звинувачують в бідності країну, 8% - родину, і тільки 14% - саму людину.

Слід зазначити, що нові соціально-економічні реалії життя українського студентства започатковують розвиток нової парадигми оцінки особистості – економічний вимір, який все більше протистоїть патерналістській парадигмі радянських часів і водночас піднімає роль професійних домагань. Ерудиція, обізнаність – необхідна умова культури

економічної активності. Економічні знання допомагають успішній підприємливості та ефективному менеджменту. Приємність, задоволення – категорії, якими оперують психологи, досліджуючи мотиви економічної активності людей.

Про цю категорію культури економічної поведінки заговорили після опублікування Ф. Гербергом у 1966 році дослідження «Робота і натура людська». В ній приводяться результати досліджень економічної задоволеності роботою інженерами і бухгалтерами з позиції оцінки заробітної плати (мотивація зовнішня) у порівнянні з внутрішньою мотивацією, тобто досягнутим ступенем персональних досягнень, визнань, вияву відповідальності, творчості. Ф. Герберг [15] дійшов висновку, що на зовні чинники, тобто на заробіток, політику підприємства, стиль керівництва та інше, працівники не звертали уваги тоді, коли відчували внутрішнє задоволення від власної праці.

Отже, поліпшення зовнішніх чинників задоволення праці, згідно Гербергу, не може підвищити задоволеність працею в цілому. Найважливіше, це стимуляція внутрішнього задоволення, мотивації визнання, відповідальності, творчості, саморозвитку, досягнень. Загальний висновок в цій праці такий – включення працівників в процес прийняття рішень, у вирішення організаційних питань з метою створення і розширення поля самостійної відповідальності і креативності дає відчутний ефект в культурі економічної поведінки.

Згідно даних психологічних досліджень мотивацію економічної активності індивіда, незалежно від того, в рамках яких суспільних відносин вона здійснюється – ринковій, плановій (соціалістичній) чи змішаній, складають не зовнішні чинники (заробіток, управлінська політика закладу, форми та умови праці тощо), а, передовсім, внутрішні, тобто можливості кар'єрного зростання, фахового самовдосконалення, реалізації запитів на творчість, персоніфіковану участь в груповому вирішенні виробничих проблем, творенні добрих стосунків з колегами та працедавцями тощо. Доведено, що на зовнішні чинники працівники вказують лише тоді, коли йдеться про внутрішнє незадоволення працею.

На брак можливостей ініціативи, фахового самовиявлення та професійного вдосконалення, як на головні причини очікуваної в майбутньому фрустрації економічних домагань, вказувала переважна більшість українських студентів з різних регіонів. Тож економічно - ціннісні орієнтації та очікування студентської молоді щодо шляхів досягнення матеріального достатку вимірюються не стільки фінансовими параметрами, скільки перспективами і можливостями задоволення в процесі заробляння грошей соціальних потреб. Брак втілення принципів економічної культури, можливостей самовиявлення ініціативи, творчості, перспектив професійної діяльності та фахового вдосконалення здатний викликати фрустрацію економічних мотивів, породжувати страх «втрати Я». Тож, внутрішнім

мотивам професійної діяльності будуть в першу чергу віддавати перевагу не тільки сучасні молоді спеціалісти, але й завтрашні дорослі, зрілі люди, навіть у тих випадках, коли їх будуть заманювати і стимулювати лише матеріальними вигодами.

Мотивацію до професійного заробітку, підприємливість в отриманні зиску, необхідність дотримання певних моральних норм, як наприклад, сплати податків, орієнтації на високий соціально-економічний статус, суспільно-корисну продукцію, заощадливість у витратах, екологічність ведення бізнесу та гуманістичної поведінки на рівнях мікро- та макроекономіки вважають рушійною силою досягнення матеріального добробуту, показником економічної культури.

Якою мірою вищеназваними ознаками економічної культури володіє студентська молодь? Якщо європейські студенти, характеризуючи найбільш поширені явища вільного ринку, асоціювали підприємництво зі словами - економічна політика, збагачення, вигідна інвестиція, інновація, розширення власного бізнесу, то українські (в процесі проведення фокус-груп) більшою мірою асоціювали його з негативними суспільними явищами, взаємопов'язуючи поняття - криза, інфляція, підкуп, здирництво, хабарі, безробіття, ризик, борг, банкрут і т.п.

Чи оптимістично настроєні майбутні психологи і соціальні працівники на освоєння і започаткування найбільш затребуваних в українському соціумі вже сьогодні сфер їхнього фахового бізнесу, наприклад, психологічного супроводу сімей дітей і батьків) з народженням дітей з психічними вадами розвитку чи наданні психологічної підтримки людям літнього та похилого віку. Виявилось, що якщо студенти з країн з усталеною ринковою економікою оптимістично налаштовані на освоєння інноваційних сфер ведення бізнесу, наприклад на розширення рекреаційних послуг для дітей і літніх людей за умови кредитування, чесне проведення банківських операцій, освоєння нових професій чи їх суміщення, то опитані нами українські студенти мали протилежний погляд на вищеназвані економічні реалії.

Більше того значна частка опитаних виявила достатньо прихильне ставлення до аморальних форм ведення бізнесу – визнавали певною мірою можливим свідоме ухиляння від сплати податків, отримання та давання хабарів чиновникам, від яких залежить дозвіл на відкриття власної справи, отримання зарплати в конвертах тощо. Вони також виявляли своєрідну толерантність або й байдужість до оцінки асоціальних форм збагачення. З великою долею скепсису опитані жінки, як і чоловіки ставились до освоєння нових сфер підприємництва, конкурентоздатності та перспектив фахової перекваліфікації як перспективи підвищення власного матеріального становища.

Слід зазначити що як зарубіжні студенти, так і українські, позитивно відносились до активності громадян в обстоюванні своїх економічних прав в

професійних об'єднаннях і фахових спілках, хоча частка таких вітчизняних відповідей не складала більшості.

6.2 Статеворольові сценарії економічного функціонування

Статеві відмінності студентів в побудові майбутніх сценаріїв джерел власних фінансових заробітків мають дати відповідь на питання, які гендерні очікування найбільшою мірою їх детермінують. Відомо, що гендерний індекс людського розвитку (ГІЛР) в Україні є досить високий за параметрами освіти жінок, їхньої питомої ваги серед осіб, які навчаються для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра, спеціаліста, магістра та кандидата наук. Низький - через брак представництва українського жіноцтва на законодавчому та управлінському щаблях влади, тобто в тих сферах, які визначають соціально-економічний рівень розвитку держави.

Специфічні проблеми порушення тендерної рівноваги простежуються за параметрами: подвійної зайнятості жінки, її нижчим економічним статусом та рівнем заробітної плати, експлуатації ідеї одностатевої відповідальності (жінки-матері, жінки-Берегині і таке інше). Порушення гендерної рівноваги спостерігається, наприклад, в оплаті праці: жінки працюють у сферах із найнижчим рівнем заробітної плати, середній розмір якої трохи перевищує 70% заробітку чоловіків. Працюють на мало механізованих і шкідливих для здоров'я ділянках, переважно на виконавських посадах (62%). Жінки є останніми в переліку кандидатів на посаду і першими на звільнення при скороченні кадрів, відправленні у відпустку за власний рахунок тощо.

Економічна стратифікація населення пострадянських країн має конфігурацію трикутника, верхній кут якого представляє багате населення, невеликий сегмент за ним – середній клас, а переважна більшість - бідне населення. Оскільки жінки в професійно-економічній стратифікації суспільства посідають найнижчі місця, то ж їх частка серед бідного населення в пострадянських країнах є найбільшою. Слід зазначити, що в промисловості, де працює від 64 до 73% чоловіків, зафіксовані найвищі зарплати, а найнижчі, які в 2,2-3,6 разів менші за вищезазначені, – в соціальній сфері, освіті, культурі, системі охорони здоров'я, побутовому обслуговуванні, де працює від 72 до 87% жінок.

Чи пов'язана гендерна стратифікація галузей економіки України з економічною? Так, це підтверджують як дані Держкомстату України, так і результати дослідження Київського міжнародного інституту соціології, отримані в процесі реалізації проекту «Проблеми жінок в Україні в перехідний період», які в узагальненому вигляді можна представити в такий спосіб (див. табл. 6.3).

Таблиця 6.3

**Частка жінок, зайнятих у соціальних галузях господарства,
та співвідношення платні до середньої заробітної плати чоловіків**

з/п	Галузь	Частка працюючих жінок	Рівень заробітної плати
.	Система охорони здоров'я	82	63,5
.	Торгівля	76,6	73,3
.	Освіта	75,2	72,3.
.	Культура	70,2	76,7
.	Фінансове страхування	73,4	65,3
.	Громадське харчування	84,4	74,3
.			

Чому посадові оклади чоловіків у цих галузях є вищими за жіночі? Тому що оплата керівних посад, які обіймають переважно чоловіки, є набагато вищою. Хоча законодавство України не має дискримінаційних обмежень щодо вибору чоловіками і жінками галузі трудової зайнятості, проте саме жіноцтво змушене віддавати перевагу певним сферам працевлаштування, які первісно і завідомо є економічно не платіжне спроможними.

Розподіл статей у різних за профілем навчальних закладах прогнозує збереження економічного дисбалансу в цих сферах, адже гендерна асиметрія проявляється в «маскулізації» та «фемінізації» студентського контингенту середніх спеціалізованих вищих навчальних закладів та відповідного їм профілю підготовки спеціалістів. Наприклад, освітні заклади гуманітарного, медичного, соціально-культурного та педагогічного спрямування залишаються привабливими для дівчат, а військової справи, національної безпеки державного управління, транспортного, інженерного економічного та юридичного - для чоловіків. Таку гендерну диспропорцію можна пояснити однобічністю економічної соціалізації, а також психологічним тиском навіюваних соціумом статевих стереотипів.

Відомо, що економіка – це навчання вибору в умовах обмежених, лімітованих ресурсів і необмежених потреб та інтересів, що здійснюються як на рівні груп і окремих держав, так і на рівні малої групи – сім'ї або окремого індивіда. Рішення використати матеріальні ресурси (гроші, кваліфіковану працю, товари) у певний спосіб віддзеркалює певний рівень економічної культури, індивіда чи підприємництва. Економічним товаром

можуть виступати освітні, медичні послуги, споживчі та промислові товари, а також людські ресурси (професійна кваліфікація, освітній рівень, особистісні властивості).

Аналіз змісту наративів студентів на тему „Моє фінансово-матеріальне майбутнє„які були конкретизовані нами візуальним рядом створених колажів з підібраних журнальних ілюстрацій „дав змогу визначити відмінності в його баченні молодими жінками і чоловіками (табл. 6.4).

Таблиця 6.4

Особливості і часові перспективи реалізації сценаріїв економічного життя (у % до одностатевої вибірки)

Зміст економічної перспективи	Частота означення	
	жінками	чоловіками
Орієнтація на близьку перспективу економічних досягнень	55	45
Орієнтація на далеку перспективу економічних досягнень	25	45
Орієнтація на найвищі щаблі кар'єри і економічно перспективні посади	25	85
Праця як улюблена справа та самореалізація	40	65
Фінансове визнання особистих досягнень в суспільному секторі праці, власного бізнесу в тому числі	55	95
Досягнення на рівні мікроекономіки (раціональне домогосподарство, заощадливість , планування бюджету сім'ї)	85	25
Фахове вдосконалення як умова досягнення матеріального добробуту, забезпечення планів та мрій	60	85
Найближче започаткування власної справи чи домагання перспективної для кар'єрного росту посади	40	75
Повна зайнятість в сфері суспільної праці	50	95
Відповідальність за матеріальне забезпечення членів сім'ї	40	80
Вмілий з точки зору тенденцій макроекономіки менеджмент власних фінансів	15	75

Порівняльний аналіз розподілу відсотків дає підстави стверджувати, що у свідомості студентської молоді продовжує діяти могутній патріархальний стереотип про природне розмежування економічних сфер самореалізації статей, підпорядкування жінки ролі господині дому, матері, вихователя, а чоловіка – професіонала, здатного матеріально забезпечити сім'ю і дітей та реалізуватись у суспільній діяльності.

Хоч мотивація економічних досягнень шляхом започаткування власної справи зафіксована у частини жінок, проте їхні плани щодо приватного бізнесу (згідно опису сфери бізнесу та добору ілюстрацій) виявлялись обмеженими стереотипно жіночими видами діяльності – консультативними психологічними послугами, тренінгами, або модельним, рекламним, косметичним, СПА бізнесом, дизайном помешкань, парків. Отже, жінки, як і раніше їхні матері, психологічно готові задовольнятися меншою платнею, посадою, суспільно-економічним статусом. Молоді жінки планують реалізувати свій економічний потенціал значною мірою у вихованні дітей та домогосподарстві. Авторський фаховий потенціал від отриманої вищої освіти спрямовується ними переважно на сім'ю і мало орієнтований на професійне зростання і кар'єру. Жінки виявили нижчий рівень економічних інтересів соціального характеру навіть в питаннях врахування тенденцій макроекономіки в організації мікроекономічної активності, що не притаманно їхнім ровесникам чоловічої статі.

Економічна культура проявляється не тільки в умінні планувати і дотримуватись місячного чи річного бюджету, але й у прийнятті нових викликів щодо поточного заощадження. Не випадково підприємницькі риси щодо ведення домашнього господарства частіше спостерігається у жінок. Відомо, що персональна економічна культура не завжди безпосередньо пов'язана з рівнем фінансового добробуту – люди з нижчим доходами досить часто демонструють вищий рівень грошового менеджменту (балансу витрат і доходів, заощадливості), ніж з більш вищими доходами. Дівчата з усіх регіонів продемонстрували значно вищі знання і уміння заощадливості за рахунок кращої обізнаності з акціями та сезонними знижками на товари та послуги, а також навіть в знанні того, що якщо витрати і доходи в бюджеті сім'ї збігаються, родина має мати щонайменше двохмісячні заощадження доходів на незаплановані витрати (лікування, екстрений ремонт, втрату праці, раптову госпіталізацію тощо). Не випадково студенти чоловіки і жінки виявили суттєві відмінності в професійних мріях та планах (Табл.6.5).

Таблиця 6.5

Статевий розподіл вибору трудової активності (у %)

Варіанти економічного функціонування	Жінки	Чоловіки
Групова форма фахово-	62,6	45

фінансової активності		
Індивідуальна форма фахово-фінансової активності	34,4	53
Не визначились	4	2

Якщо суттєвих статевих відмінностей в економічних очікуваннях і планах європейської студентської молоді, згідно результатам зарубіжних порівняльних досліджень не має, то українська вибірка засвідчує більш високий рівень психологічної готовності чоловіків до індивідуальних форм економічної активності, ніж жінок, які більшою мірою орієнтовані на групові форми фахово-фінансової діяльності.

Отримані дані засвідчують більш високий рівень психологічної готовності студентів-чоловіків до персоніфікованих форм економічної активності, а значить і готовності до започаткування власної справи. Проведене дослідження на своїх перших етапах базувалось на порівнянні економічних фахових, кар'єрних само ідентифікацій студентства через призму часової перспективи. Оцінка ними свого майбутнього майнового стану, власної конкурентоздатності на ринку праці виявлялась шляхом контент-аналізу наративу, створеного в статево однорідних та статево змішаних фокус-групах, а також через зміст ілюстрацій та закінчень речень в проективному тексті.

Отримані емпіричні дані підтвердили зафіксований нами у попередніх дослідженнях факт більш цілеспрямованого розвитку образу економічного Я у студентів чоловічої статі за рахунок вищої узгодженості афективного, когнітивного та поведінкового його компонентів з засвоєними поширеними статевими стереотипами про домінування матеріально-фінансового статусу осіб чоловічої статі та підпорядковане ним жіночої. Серед юнаків виявилось більше тих, хто мав високу оцінку збігу (конгуренції) всіх трьох складових презентації економічного Я у різних сферах суспільного життя (68% у порівнянні з 32% дівчат) і значно менше тих, хто демонстрував високий рівень їх дезінтеграції (10% у порівнянні з 24% у дівчат).

Якщо у хлопців низький рівень реальної та майбутньої фахової само спроможності був пов'язаний, передовсім, з усвідомленням низького рівня засвоєних знань чи браком набутого досвіду професійної поведінки, то у дівчат, в першу чергу, – з низькими особистісними домаганнями, їхньою прихильністю преференцією традиційних форм економічної поведінки жіноцтва, браком необхідності відчуття себе самодостатньою економічною одиницею. Це ще раз засвідчує живучість в свідомості жіноцтва традиційного суспільного конструкту – орієнтацію на економічну залежність і підпорядкованість чоловіку і зняття з себе відповідальності за власне матеріальне благополуччя. Тому отриману освіту, перспективи підвищення своїх професійних, фахових вмінь в сфері підвищення кваліфікації, наприклад, іноземними мовами, комп'ютерною грамотністю,

здоровою конкуренцією чи економічно виваженою поведінкою і т.п. дівчата розглядають переважно у напрямку самореалізації в сім'ї, виховання дітей, тобто через стереотип статевої дихотомії сфер економічного простору.

Варто додати, що згідно вердикту більшості фокус-груп на тему «Чому Він, а не Я?», «Чому Вона, а не Я?» відчують себе ресурсною, економічно самодостатньою, здатною рухатися далі, освоювати інші, додаткові професійні вміння лише менше третини опитаних дівчат, які співвідносять себе в майбутньому з елітою українського суспільства. Протоколи статево-змішаних та одностатевих фокус-груп засвідчують, що гендерну сегрегацію економічних ролей чоловіків і жінок як ціннісну настанову на майбутнє поділяє також переважна більшість студентів чоловічої статі, які співвідносять себе переважно із середнім класом. На питання про те, звідки у них, молодих, витоки гендерних упереджень щодо рівності статей в професійно-економічній сфері, а також щодо того, що успішність економічної кар'єри жінки пов'язана з втратою нею своєї жіночності, зниженням успішності виконання ролі матері та господині дому, більшість опитаних, незалежно від статі, виокремили за рейтингом вплив дитячих спогадів з батьківської сім'ї («пам'ятаю»: ... «мамин кухонний фартух»; «запах свіжовипечених маминих (бабусиних) пирогів»; «радість членів сім'ї, особливо нас, дітей, з приводу куплених батьком подарунків з нової зарплати»... і т.п.).

Головною гіпотезою на черговому етапі дослідження слугувало припущення про те, що за час ринкових трансформацій Україна все ще характеризується поширенням описових, вказівних та директивно-заборонних стереотипів щодо економічної спроможності та фінансових ролей як жіночої, так і чоловічої статей, що демонструє позицію об'єктності представників жіноцтва та суб'єктності матеріальної платоспроможності „сильної„ статі. В процесі аналізу популярних художніх фільмів та шоу програм переважно російського виробництва, які домінували на той час на українських телеекранах, фокус-групи виокремлювали різновиди статево-відповідних кліше, які диктували певну модель економічної поведінки статей.

Наприклад, по відношенню до чоловіків описові стереотипи - приписи норми «здатен купити, щоб виглядати як мачо», «щедрий», «само забезпечений», «завжди при грошах» і т.п., приписові – «чоловік має заробляти», «дбати про потреби сім'ї», «бути головним джерелом доходів», «виконувати забаганки своєї половини», «вміти ризикувати і пити шампанське» і т.п., а також директивно-заборонні – «справжні чоловіки ніколи не сидять без діла», «не програють», «тримають себе в руках навіть програвши все», «не сидять на шиї у жінки, батьків», «завжди здатні заробити копійку», «можуть собі дозволити шикнути», «здатні кинути все до її ніг» тощо

Згідно оцінці фокус-груп вплив сучасних мас-медіа на гендерні

„ідеали„ економічної поведінки «справжньої жінки» та «справжнього чоловіка» виявився не меншим за значущістю негативним емоційним чинником (табл.6.6).

Таблиця 6.6

Ступінь нав'язування ЗМІ стереотипів економічної поведінки (у %)

Різновиди (характер) гендерних стереотипів - приписів	Відсоток егалітарних приписів в образі жіночого і чоловічого Я	Відсоток патріархальних приписів в образі жіночого і чоловічого Я
Описово-орієнтаційні	25	75
Приписово-оціночні	10	90
Директивно-вказівні	2	98

Зміст презентації статей в рекламних дискурсах українських мас-медіа, оцінюється студентами за результатами роботи фокус-груп різко негативно, в першу чергу через те, що категорії маскулінності і фемінності виступають переважно в суб'єктно-об'єктних рольових економічних відносинах, що є яскравим проявом сексизму. Зазначимо, що сучасні мас-медіа відіграють роль своєрідного маркера гендерної економічної ідентичності, оскільки беруть безпосередню участь у повсякденному конструюванні понять фемінність - економічна об'єктність; маскулінність - економічна суб'єктність. Орієнтація на безумовне дотримання норм традиційної статево рольової поведінки зростає по мірі наближення до розподілу ролей в макро-економіці, де вищі вимоги та вищі фінансові характеристики покладені на чоловічу стать. При цьому гендерний дискурс потенціалу фінансових самопрезентацій демонструє прояви сексизму щодо обох статей в різних сферах соціально-економічного буття.

Результати свідчать про те, що українське суспільство є досить гендерностереотипізованим. В процесі виявлення і систематизації описових, директивних (вказівних) та табуованого (заборонного) характеру стереотипів щодо “чоловічого” та “жіночого”, нами встановлений їх однаковий обсяг та симетричність щодо обох статей. Тобто як хлопці, так і дівчата, як чоловіки, так і жінки зазнають однакового психологічного тиску безлічі сексичних упереджень. Жіночі стереотипи приписують “слабкій” статі відповідальність за виховання дітей, “погоду” в домі. При цьому подвійна зайнятість жінки не слугує виправданням за допущені нею помилки, а її орієнтація на професійно-освітні, професійно-кар'єрні досягнення, особливо в традиційно визначених чоловічих сферах діяльності, як-то підприємництво, політика, управління карається насадженням сексичних настанов про втрату “жіночості”, набуттям чоловікоподібних рис.

Зміст гендерних упереджень щодо чоловічої - рольової поведінки носить значно більше категоричних та амбівалентно-негативних означень та особистісних очікувань у порівнянні з жіночою статтю, по відношенню до якої домінують поблажливо-опікуючі упередження. Зазначимо, що традиційні гендерні настанови однаково високо корелюють як з проявами відвертого, так і амбівалентного та поблажливо-опікуючого сексизму.

Брак ідентифікації з авторитетними на українських теренах підприємливими особистостями та економічно взірцевими соціальними групами гальмує професійні та кар'єрні досягнення молодшої людини, породжує окрім скепсису і соціальної апатії її економічну розгубленість та пасивність. Отже, з одного боку, маємо правову рівність громадян на освіту і відповідні матеріальні домагання та досягнення у сфері професійної зайнятості, а з іншого – фактичну зневіру та статеву нерівність, як підсилюється корупцією та нав'язуванням гендерних стереотипів.. З іншого боку будь-які заплановані згори заходи щодо гендерно збалансованого представництва , наприклад,при призначенні на керівні посади чи 30-відсоткового квотування для жінок, або внесення для них материнських пільг до Трудового кодексу тощо аж ніяк не принесуть бажаної економічної рівноваги статей,якщо за ініціюванням суспільних них змін не будуть відбуватися зміни особистісні, суб'єктні – у свідомості і самосвідомості , змісті гендерних орієнтацій.

Слід зазначити, що сучасне жіноцтво економічно більшою мірою пристосувалися до фахового функціонування в «чоловічому світі», успішно освоївши політичні, управлінські ролі, незвиклі професії, ніж чоловіки, яким важко даються метаморфози включення в побутові і батьківські ролі, соціальні професії, присвячення себе благу інших тощо. Не випадково медики та психологи все більше наголошують на негативних наслідках для психіки чоловіка синдрому «Дякувати,Богу,понеділок!», який дається взнаки при переході чоловічого населення на пенсію і пов'язану з нею підвищенням захворюваності і смертності. Проте жінки, граючи на «чоловічому економічному полі», все ще відчувають присмак андроцентризму - мусять як лідери більше пристосовуватись до чоловічих стилів управління, міряти економічну активність «чоловічими» потребами та запитамі, брати на себе додаткові домашні обов'язки, посилюючи феномен подвійної зайнятості.

6.3 Гендерне обличчя економічної самопрезентації чоловіків та жінок

Який психологічний механізм впливу гендерних стереотипів на економічні домагання , які соціальні реалії породжують відмінність презентації жінками і чоловіками власної праце спроможності,а відповідно і матеріального благополуччя? Уміння презентувати себе - категорія, якою оперують соціальні психологи, досліджуючи мотиви професійно - кар'єрної активності людей, їхні фінансово-економічні досягнення та диференціацію результатів. Особистісний престиж – категорія важлива з огляду на

досягнутий соціально-економічний статус. Його складовою є рефлексія власних психічних потенцій та досягнутих результатів.

Результати досліджень культури економічного мислення та поведінки студентської молоді [16], а також аналіз соціологічних даних про динаміку їхнього працевлаштування [11.], свідчать про те, що матеріальне буття молоді людини в майбутньому найбільшою мірою закладається сприйняттям себе, творенням свого професійно-кар'єрного іміджу, самовизначенням трудового потенціалу. Професор польського Інституту психології Тадеуш Тишка, досліджуючи психологічні механізми економічної поведінки студентської молоді, дійшов висновку, що в умовах переходу від планової до ринкової економіки важливу роль в економічній самореалізації молоді починають відігравати поняття особистісної підприємливості, свідомої підготовки до неї шляхом інвестицій у розвиток свого професійно-фахового Я як особистісної само презентації. Виявляється, що студентська молодь з внутрішнім локусом контролю у порівнянні із зовнішнім, характеризується більшою відповідальністю за виконання поточних завдань, вищими успіхами у навчанні та професійній кар'єрі. В посттоталітарних суспільствах, на думку Т. Тишки, спостерігається тенденція «економічного нетерпіння», тобто більшої орієнтації студентів на зиск «тут і зараз» без об'єктивної рефлексії власної праце спроможності.

Методика та організація етапу дослідження. Окрім застосування авторських опитувальників на виявлення рівня гендерних орієнтацій студентської молоді в сфері економічно-професійно-кар'єрного само здійснення, нашим завданням був пошук стандартизованих методик, спрямованих на дослідження особливостей рефлексії молоддю своїх особистісних трудових потенцій та фахових домагань в сьогоденні та майбутньому.

Пілотажна апробація низки стандартизованих опитувальників дала змогу виявити найбільш придатні і водночас маловідомі в практиці вітчизняної психодіагностики. Серед них тест соціальних компетенцій в адаптації Анни Матчак [12], спрямований на оцінку ефективності функціонування молоді людини в типових соціальних ситуаціях. В неформальних стосунках з колегами, ситуаціях соціальної експозиції себе перед незнайомими людьми та таких, які вимагають прояву асертивної поведінки.

Опитувальник дав змогу визначити ступінь задоволення індивідом кількістю і якістю соціальних контактів, ефективністю результативністю в них власної компетентності.

Тест «Людина в праці» А.Матчак, А.Яворовська і інші [13] спрямований на діагностику ступеня власної інтернальності-екстернальності особистості в професійному функціонуванні. Підшкали локусу контролю складаються з таких показників, як відчуття неефективності чи успішності власної праці, її залежність від себе чи збігу зовнішніх обставин, контролю

чи допомоги інших, їхнього, приписування причин успіхів чи поразок собі або впливу інших людей. Вищезазначені параметри підсумовуються показником відчуття загального контролю за власним життям [8].

Не менш важливими для прогнозування майбутньої само презентації була впевненість молодого людини у власній компетенції, здатності до лідерства, популярності, буття коханим тощо. З цією метою ми зупинились на показниках тесту «Самооцінних ставлень» (Е.Обрайан, С. Епштейн), які окрім вище названих властивостей включали такі параметри, як загальна та захисна самооцінка, само прийняття, самоконтроль, відчуття фізичної привабливості, вітальності [7].

Важливим показником зрілості свідомості і самосвідомості в орієнтаціях на перспективу суспільного самоствердження виявились рефлексія молодими людьми смислів і цілей власного життя, контроль за перебігом свого життя, ціле покладання, прийняття кінцевості людської екзистенції ,які діагностувались завдяки опитувальнику “Життєвих настановлень” Річарда Кламута [9]. Якщо результати тестування високі, це означало, що молода людина живе переконаннями про наповнення свого життя значущими смислами і має інтегрований, гармонійний образ себе і власного самоствердження, почуття порядку в світі, оскільки її досвід вибору і реалізації власних цілей є впорядкованим та внутрішньо узгодженим і конгруентним. Такі молоді люди акцептують власну екзистенцію та буття інших і життя в цілому.

Комплекс вищезазначених методик, які прицільно спрямовані на діагностику особливостей соціальної само презентації статей ,дав змогу з’ясувати глибинні причини проявів суспільно-економічної пасивності, апатичності чи активності статей , плануванні особистісного фахового майбутнього , психологічної готовності до започаткування власної справи тощо. Застосовані нами стандартизовані психодіагностичні методики були спрямовані на виявлення особливостей само рефлексії , само презентації і само моніторингу студентською молоддю професійно - трудових досягнень та фахових здатностей,статевих відмінностей в представленні свого соціального іміджу.

Ми припустили, що вплив гендерних стереотипів може підсилювати зневіру у себе , слабкість фахової само презентації та зневіру у власній праце спроможності. Саморефлексія завжди опосередкована статевими стереотипами для обох статей, проте їх дія по - різному має позначатися на економічних домаганнях юнаків і дівчат.

Таким чином ми розглядали особливості саморефлексії молодих жінок і чоловіків через призму само презентацій своїх вмінь, навичок, особистісних властивостей, життєвих настанов, які стосувались їхнього самовиявлення в сфері соціальних трудових відносин.

Дослідження проводилось в листопаді-грудні 2013 року на вибірці студентів українських Вузів з центральної та західної України. Кількість

опитуваних жінок і чоловіків становить 82 особи віком 19 -20 років, частка жінок складала 64%.

Результати емпіричного дослідження. Згідно отриманим даним, за методикою «Опитувальник трьох видів компетентності» А. Матчак [12] особи жіночої статі виявляють вищий рівень інтимної компетентності як важливої складової соціальної компетентності (рис.6.1). Вони також здатні до успішної презентації своїх умінь та властивостей в ситуації соціальної експозиції у порівнянні з нижчими показниками чоловічої вибірки, що свідчить про уміння керуватись певними нормативами презентації власної фахової спроможності в ситуаціях, коли особа знаходиться в центрі уваги. Молоді жінки також більшою мірою, ніж їхні однолітки юнаки, орієнтовані на уміння соціальної взаємодії, їм притаманна більша комунікативна наполегливість в процесі виконання трудових обов'язків.

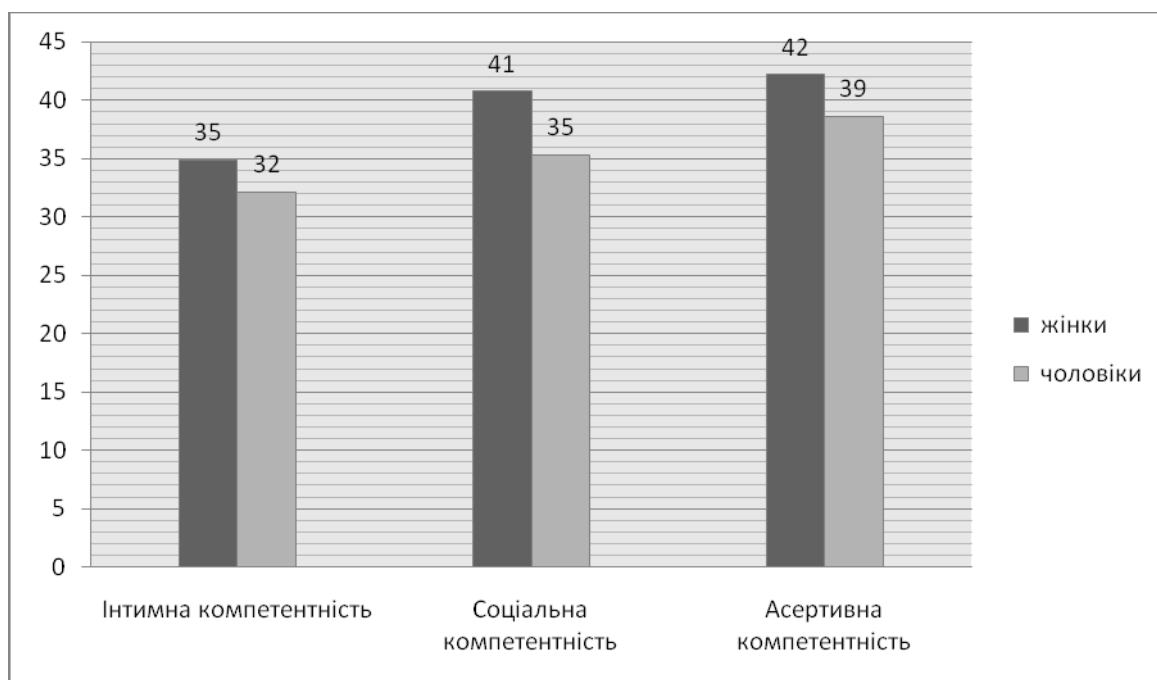


Рис. 6.1. Середні значення за методикою “Опитувальник трьох типів компетентності”

За даними, отриманими за вищезазначеною методикою студентки демонструють більш високий рівень розвитку усіх видів соціальної компетентності (Рис.1. $\eta = +1,85$) ,необхідних на робочому місці, уміння досягати ефективності міжособистісної взаємодії завдяки комунікативним здібностям на відміну від значно нижчих оцінок чоловіками власних умінь спілкування. Ці відмінності зберігаються в оцінці уміння впливати на неформальні та виключно ділові зв'язки. Студентки швидше за чоловіків здатні прийняти на себе виконання завдань ,пов'язаних з презентацією змісту діяльності закладу праці,успішно представити свої досягнення ,не відчувають необхідності сторонньої допомоги на відміну від

юнаків ,які почуваються в подібних ситуаціях менш соціально захищеними. Молоді жінки частіше, ніж їх однолітки хлопчики, здатні продемонструвати більше наполегливості у подоланні труднощів,пов'язаних з виконанням функціональних обов'язків,в тому числі в рутинній роботі.

Інтегральний показник тесту “Опитувальник життєвих настановень” [9] свідчив про значущість оцінки власної екзистенції в часі (прийняття себе в майбутньому та теперішньому), а у поєднанні шкал - про спрямованість життєдіяльності на втілення власних цілей і смислів. Особливості саморефлексії власних ціннісних орієнтирів демонструвала в свою чергу рівень внутрішньої узгодженості цілей життєдіяльності (зрілість ціле покладання)

(рис.6.2).

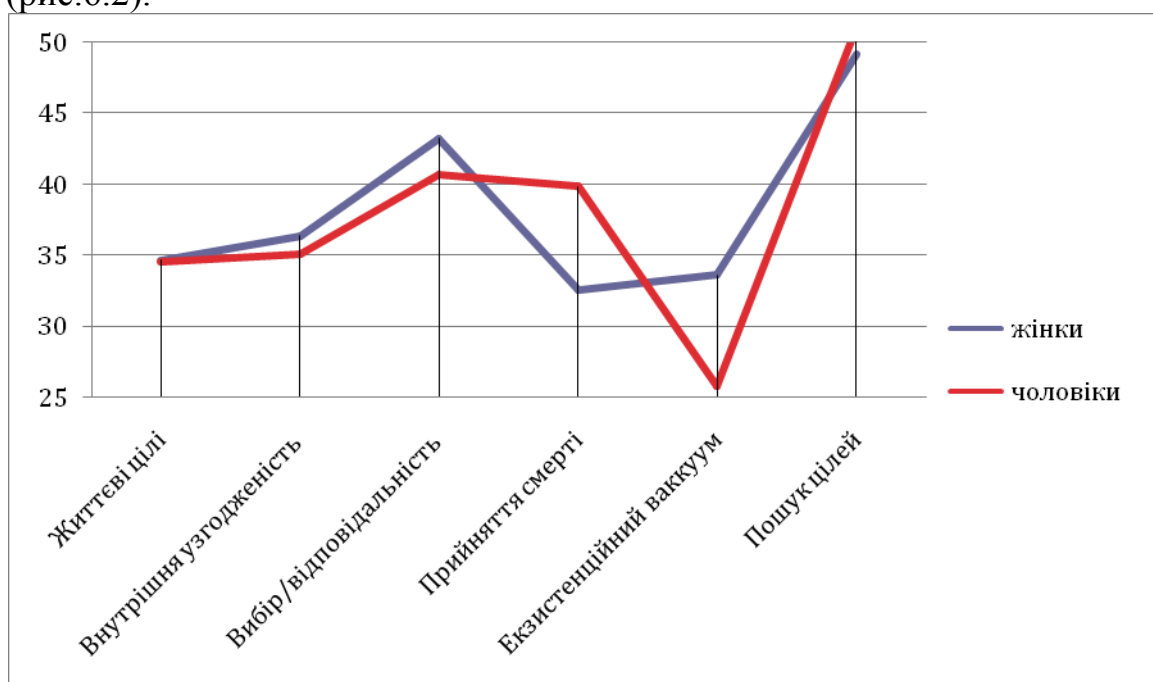


Рис. 6.2. Середні значення за методикою “Опитувальник життєвих настанов”

Статистичні результати демонструють перевагу продуктивності жіночих даних,які свідчать про сприйняття ними життя в його розмаїтих вимірах таким,яким воно є, вибір відповідального ставлення до нього, цілісність ,узгодженість внутрішніх цінностей і цілей буття. На нижчі показники масштабів екзистенціального вакууму і усвідомлення кінцевості життя(в обрахунку тесту прийнята обернена шкала оцінювання)впливає подолання психологічного тиску гендерних стереотипів, які призводять до посилення захисту своїх власних інтересів та цінностей. Існування (соціальне функціонування) шляхом збільшення відповідальності, внутрішньої узгодженості цінностей та інтересів в досягненні особистих цілей і прагнень. Вищі показники екзистенційного вакууму молодих жінок вказують на

високий рівень їхньої тривожності, невпевненості щодо належного втілення своїх життєвих планів в майбутньому. Порівняння статевого розподілу показників тесту засвідчує безумовне прийняття юнаками традиційних чоловічих сценарії життя, які більшою мірою структуровані і більше залежать від власної життєдіяльності, власного вибору і чітко окреслені в навколишньому довкіллі як статеві стереотипи. Чоловіча вибірка демонстрували вищий рівень задоволення власними сенсами життєдіяльності, про що свідчили вищі показники за результатами більшості шкал тесту (“життєві цілі”, “внутрішня узгодженість”, “пошук смислів”) у порівнянні з жіночою. Нижчий рівень показників мотивації контролю за перебігом власної долі залишається в супроводі підвищеної тривожності психологічною готовністю відстоювати свої права, побоюючись не повною мірою реалізувати в житті свій особистий потенціал.

Чи можна вищі показники чоловічої вибірки вважати свідченням меншої здатності молодих жінок до скерованості своїм майбутнім, в тому числі фаховим? На наш погляд це було б не зовсім коректно, оскільки в цілі жінок щодо життєвих перспектив мусили входити такі традиційно очікувані зміни їхнього соціального статусу, як заміжжя, народження дітей, декретна відпустка, необхідність поєднання професійних і домашніх обов'язків, що не може не позначитись на презентації ними власного ціле покладання. У подібний спосіб можна пояснити також нижчий рівень когеренції цілей і смислів життя жіноцтва, який свідчить, певною мірою, про розгубленість щодо реалізації планів на майбутнє, акцептацію ними труднощів в реалізації власних сенсів буття молодими жінками у порівнянні з чоловіками.

На наш погляд, на нижчість показників жіноцтва в прийнятті цілей життя впливає також ціла низка гендерних стереотипів, які здатні порушувати цілісність сприйняття соціального функціонування власного Я, узгодженості його віддалених і близьких цілей та прагнень. Цими ж соціально-психологічними чинниками можна пояснити нижчі результати жіночої вибірки за шкалами “пошук цілей”, “усвідомленість життєвих цілей” і “важливості само здійснення від народження до смерті”, що свідчить про вищий рівень тривожності, невпевненості у власному само здійсненні. Чоловіки меншою мірою демонструють брак тривожності і страху щодо кінцевості життя, більшою мірою орієнтуються на його наповненість подіями та дистанціюються від смерті, зосереджені на активності соціального буття, оскільки воно є більш „гендерно„ прогнозованим.

Прагнення контролю над власною долею залишаються у жінок на рівні психологічної готовності відстоювати свої права, хоча і супроводжуються підвищенням тривоги, як побоювання не реалізувати свої професійні потенції через кінцевість людської екзистенції. Звідси підвищена захисна реакція молодих жінок, які значно перевищують чоловічу вибірку в неприйнятті ставлення до смерті як кінцевості буття. В аналогічний спосіб можна пояснити вищі результати жінок за шкалою “екзистенційної пустки”. Високі

Її показники засвідчують, що прагнення самопрезентації свого фахового Я, своїх умінь та навичок досить часто натикається на об'єктивні перешкоди (через гендерні стереотипи) і тому залишається фрустрованим. Фрустрація можливості реалізації своїх прагнень в свою чергу зумовлює ухильну поведінку осіб жіночої статі, їх нігілізм, брак активності, заглиблення в переживання, що обмежує сприйняття нових соціальних викликів, бажання щось змінити у монотонних апатичних буднях, про що й свідчать вищі показники шкали екзистенційної пустки. На противагу цій шкалі, підвищуються показники жіноцтва за шкалою пошук цілей, що свідчить про бажання контролювати власне життя, інтернальність намірів, бажання взяти відповідальність на себе шляхом пошуку значущих цілей, смислів з одного боку, а з іншого – позбуватись відчуття внутрішньої тривоги, невизначеності через екзистенційний вакуум.

Які сильні чи слабкі сторони демонструють молоді жінки в оцінці себе? По-перше, це вищий рівень у порівнянні з однолітками-чоловіками задоволення собою в таких його складових, як моральна акцептація, узгодженість моральних поглядів з реальною поведінкою, власної здатності до управління людьми. Водночас жінки виявляють значно вищий рівень за шкалою “захисне зміцнення самооцінки”, що свідчить з одного боку про певну міру прийняття власного Я, а з іншого – про страх перед можливим неприйняттям себе, відхиленням значущими іншими, прагнення показати себе в кращому світлі. Не випадково, що за високими показниками шкали “зміцнення самооцінки” [7] криється захисна реакція жінок, якою можна пояснити також нижчі показники когеренції само оцінних ставлень, наприклад, “буття коханим” або невпевненості в тому, що вона є фізично привабливою в очах інших, здоровою, повною сил, популярною, авторитетом серед людей. На противагу жіноцтву чоловіки відзначаються вищим рівнем інтеграції самооцінки, яка не змінена уявними чи реальними окремими вадами власного Я. Наприклад, за вищими показниками шкали “інтеграція ідентичності”, стоїть краща здатність чоловіків інтегрувати набутий досвід у власне Я, нижча внутрішня конфліктність (відповідно вища когерентність) і самокритичність у прийнятті різних граней власної особистості, що і дає в кінцевому результаті вищий рівень інтегрованості чоловічого Я.

Дівчата демонструють вищий рівень оборонного зміцнення самооцінки, що свідчить про підсилену увагу до власного Я, в основі якого лежить побоювання не повною мірою реалізувати свої потенції, бути не належно оціненою соціальним оточенням. Цей показник свідчить про прагнення жіноцтва показувати ти себе у кращому світлі, що може часами супроводжуватись надмірним критицизмом, злістю, самоїдством. Така критична саморефлексія жіноцтва може призводити до навмисного відігрівання непритаманних ролей ,більш акцептованих оточенням ,ніж її самою.

Дівчата демонструють більш високий рівень узгодженості між моральним уявленням і фактичної поведінки, більш високий рівень оцінки їх власної фізичної привабливості, власної популярності і компетентності, здатність до лідерства і управління людьми. Тим не менш, оцінка їх рівня самоконтролю, а також загального рівня самооцінки є більш низькою порівняно із вибіркою чоловіків. Ця різниця може мати пояснення, коріння якого в страху можливого негативу з боку суспільства, яке більш орієнтоване соціально успішну особистість чоловіка, а не жінки.

Кореляційний аналіз засвідчив, що існує взаємозалежність між самооцінкою соціальної компетентності та переживання екзистенціального вакууму ($R = 0,290$, $p < 0,05$). Це означає, що жінки, які відчують брак підтримки сім'ї та міжособистісного спілкування, частіше переживають конфлікт цінностей, смислів буття, що звужує можливості і бажання реалізуватись та презентувати себе в соціально престижних ролях. Таким чином, чоловіки і жінки, які мають відчуття контролю за перебігом життєвих подій, які переконані, що вони є авторами своїх власних рішень, більшою мірою керуються вічними життєвими цінностями. Про це свідчить пряма кореляція ($R = 0,396$, $p < 0,01$). конгруентності показників системи цінностей та впевненості в собі своїй фаховій компетентності. Крім того узгодженість відчуття фізичної привабливості ($r = -0,399$, $p < 0,01$) і рівня локусу контролю особистості ($r = -0,374$, $p < 0,01$). а також буття коханим ($r = -0,365$, $p < 0,05$), свідчить про важливість цих складових самопрезентації у відчутті повноти буття і соціальної самореалізації.

Згідно опитувальнику «Людина в праці» [13], який спрямований на виявлення локусу контролю в професійно-кар'єрній діяльності, люди з внутрішнім локусом, мають сильні мотиви до праці, які зазвичай пов'язані з економічною винагородою за неї.

Жінки демонструють більш високий рівень суб'єктивного загального та персонального локусу контролю в професійній діяльності, психологічних зусиль у відстоюванні своїх пререконань. Вони також більш заангажовані в трудовий процес, здатні бути більш ініціативними та відданими фірмі, виявляють вищий рівень зацікавленості змістом запропонованих завдань, творчості і виконавської самодостатності. Вони більш цінують професіоналізм, мають кращі стосунки з колегами, менш тривожні через можливу втрату праці, краще радять собі в ситуації безробіття, більш відкриті до трудових реформ та змін.

Шкали цього тесту немовби дублюють відомий опитувальник Роттера, в якому зовнішній і внутрішній локуси – це два протилежних полюси розміщення контролю. Результати нашого дослідження засвідчують вищі показники розміщення контролю жінок у порівнянні з чоловіками, які більше орієнтовані на зовнішні обставини, а також на залежність тлумачення власних професійних успіхів чи невдач впливом зовнішніх обставин, інших людей. Згідно показників конкретних шкал, юнаки в професійному житті

більш орієнтовані на уникнення поразок, ніж на досягнення успіхів. Вони більшою мірою підпадають під вплив зовнішніх обставин, більш схильні виправдовувати свої поразки зовнішніми обставинами.

Жіноча вибірка демонструє вищу орієнтованість на внутрішній локус, що свідчить про їхню переконаність, що на успіх власної кар'єри впливає вона сама, а не інші люди. Аспірації дівчат більш реалістичні, більш орієнтовані на ділові міжособистісні контакти, більш асертивні. Вони більшою мірою пов'язують перебіг кар'єри, її успішність з професійною компетентністю, невід'ємною складовою якої є ретельне виконання службових обов'язків. Саме тому почуття залежності від долі (згідно показників відповідної шкали) сприймається жіноцтвом менш реалістично, а значить заперечується залежність просування кар'єрними щаблями від прихильності шефа чи обставин. Жінки більшою мірою переконані, що щасливий випадок, доля чи обставини не допомагають кар'єрі.

Чоловіки більш орієнтовані на схвалення інших людей, ніж жінки. Це в свою чергу свідчить про більшу схильність юнацтва перекладати вину за власні неуспіхи та конфлікти на оточуючих, про перебільшення ними ролі соціального оточення як важливого чинника трудових здобутків. Показники дівчат за шкалою "рівень особистісного контролю" свідчить про вищий рівень вияву суб'єктності жіноцтвом в сфері професійних успіхів, що базуються на відповідальності у професійному функціонуванні, прийнятті поразок як власних промахів, а не обставин, що склалися. На противагу дівчатам, юнаки пояснюють фахові поразки екстернальним чинником, не пов'язаним з власною праце спроможністю. Низькі показники жіноцтва за шкалою "поразок" можуть свідчити про їхню надмірну самокритичність щодо презентації свого професійного Я.

Підсумовуючи показники статевих відмінностей в презентації свого професійно-фахового потенціалу, ми застосували критерій Стюдента у визначенні статистично значущих відмінностей між чоловічою та жіночою вибірками. Результати статистичної обробки даних підтвердили існування значних відмінностей в самооцінках юнаків та дівчат. Таблиця 6.7 представляє узагальнені за розрахунками тесту Лівена показники, за якими чоловіча і жіноча вибірка мають більше подібного, ніж відмінного.

Таблиця 6.9

Шкали тестових показників з браком статистично значущих відмінностей за показниками чоловічої та жіночої вибірки

Назви шкал	t- критерій
Соціальна компетенція	4,211, $p \leq 0,05$
Асертивна компетенція	2,573, $p \leq 0,01$
Сила захисної самооцінки	-2,654, $p \leq 0,05$
Фізична привабливість	2,431, $p \leq 0,05$
Самоконтроль	-3,285, $p \leq 0,05$
Популярність	2,301, $p \leq 0,05$
Загальна самооцінка	-2,621, $p \leq 0,05$

Прийняття смерті	-3,459, $p \leq 0,01$
Екзистенційний вакуум	4,376, $p \leq 0,05$
Локус контролю	-4,445, $p \leq 0,01$
Відчуття контролю	3,324, $p \leq 0,05$
Успішність	-4,933, $p \leq 0,01$

На підставі вищенаведених даних можна дійти висновку, що в психологічних портретах юнаків та дівчат, які презентують свої професійно-фахові потенції а значить і економічне майбутнє, спостерігається більше подібного, ніж відмінного. При цьому відмінності в економічних домаганнях, різновидах компетенції, ціннісно-смыслових сценаріях життя, параметрах само оцінних ставлень чи сприйняття власних потенцій трудової активності лежать в площині передовсім диференціації гендерних настановлень, ніж біологічно детермінованих властивостей особистості. Саме нав'язування соціумом традиційних статевих стереотипів детермінує відмінності поглядів молодих чоловіків і жінок на своє економічне призначення, асиміляцію упереджень, які стають перешкодою на шляху розкриття індивідуального соціального потенціалу.

6.4. Позитивна психологія як противага економічній депривації

Відомо, що поняття культура, в тому числі і економічна, означає виховання, розвиток, плекання, вирощування, тобто специфічний спосіб спрямування розвитку особистості людини з метою асиміляції нею накопиченого в суспільстві цивілізаційного доробку – системи певних цінностей. Якщо поняття економічної культури в минулі часи характеризувалось переважно в категоріях фінансових - витратних коштів, прибутку, доходу тощо, то в сьогоденні економічні категорії є невід'ємними від цивілізаційних засад їх забезпечення певними правовими та моральними засадами.

Ось чому в процесі аналізу тих чи інших причин протестних економічних рухів завжди розглядають сукупність внутрішніх і зовнішніх чинників, які спонукали фрустрацію певних соціальних потреб. Одним із поставлених завдань дослідження було виявлення альтернативи станам економічної депривації, включно з її гендерним аспектом, шляхом застосування ефективних прикладних психокорекційних підходів.

Серед них ступінь задоволення - невдоволення своїм соціально-економічним статусом через фрустрацію соціальних домагань в рамках соціально-психологічної теорії деривації [8]. Відносна економічна депривація як джерело з фрустрації виникає в процесі порівняння з іншими, наприклад, середнього заробітку жінок з середнім заробітком чоловіків. При цьому масовість протестної, часто агресивної, гнівливої поведінки є тим більшою, чим більшим є рівень "відносної депривації". Досить влучно цей ефект порівняння себе з більш економічно успішними групами зауважив Карл Маркс: "Житло, ваш дім, може бути малим чи великим до тих пір, поки оточуючи оселі будуть залишатися однаково невеликими. Але коли палац

постає поза маленькими будинкам, він перетворює маленьке житло в халупу”.

Не зупиняючись на наслідках гендерної економічної депривації, які широко представлені в науковій літературі [5;6;10], хочемо привернути увагу до шляхів її подолання через застосування засад позитивної психології, яка здатна активізувати особистісний потенціал індивіда в подоланні традиційних статевих стереотипів [14]. Адже якщо оцінювати місцеположення жіноцтва згідно його економічного статусу як у відносно економічно благополучних суспільствах, так і в тих, які тільки стають на рельси ринкової економіки, воно буде посідати найнижчі сходинки.

Позитивна психологія розглядає досягнення соціального самоздійснення індивіда через призму дотримання певних економічних принципів, які взаємопов'язані між собою як комплекс культурних орієнтирів. Серед них *принцип раціональності*, сутність якого полягає в продуманості шляхів досягнення добробуту, осмисленні потрібних засобів його досягнення, узгодженості економічної активності з прийнятими в соціумі правовими її засадами. При цьому йдеться не лише про нормативи, які відповідають випуску якоїсь продукції, але й розвитку певних рис економічної поведінки (наприклад, заощадливості) або вдосконалення професійно-важливих якостей, підвищення освіти, вдосконалення трудових вмінь та навичок.

Нерозривно пов'язаним з раціональністю є *принцип корисності* для інших - сім'ї, професійної групи, країни. Користь – це не тільки досягнення вищого рівня якості послуг чи продукції, але й вищий рівень її гуманістичного діапазону, відповідності екологічним вимогам, здоровому способу життя тощо.

Ризикованість також виступає своєрідною прогностикою не лише якихось важливих фінансових рішень, закупок, започаткування нової справи чи інвестицій, але й вибору професійної освіти, місця праці, зміни професії, кваліфікації, посади тощо. Наприклад, усвідомлюючи безперспективність кар'єрного зростання в сфері педагогічної діяльності та підвищення заробітку, чимало жінок обирають професію педагога у війську чи поліції. Інші, ризикуючи бути «білою вороною», йдуть на службу в пенітенціарну систему, успішно освоюючи службові посади, системою соціальних пільг.

Перспектива часова – це також невід'ємна від ризику риса економічно виваженої поведінки, яка полягає не лише в плануванні результату випуску продукції, але й прогностиці віддаленого в часі результату фахової активності - освоєння суміжних професій, кваліфікацій, заощадження грошей для навчання дітей, оздоровлення членів сім'ї, будівництво власного житла тощо. *Престижність* – принцип економічної активності, який стосується не лише місця праці, зроблених покупок, але й, передусім, соціального статусу професії, можливостей кар'єрного росту, обіймання посади, особливо унікальності чи універсальності вмінь та навичок, уміння показати виграшні сторони свого Я. Прогностика престижності обраної професії – важливий

показник економічної культури студентської молоді, яка подекуди наслідує „модні„ професії, наприклад юриста, і не зважає на їх надлишок на ринку праці. Проте чимало молодих людей починають зважати, наприклад, на те, що професія перекладача з іноземних мов, яка була престижною за радянських часів, в умовах глобалізації та відкритих кордонів вже втратила свою престижність з позиції перспективи.

Альтруїзм – принцип, який засвідчує міру пожертви заради матеріальної підтримки інших: сім'ї, престарілих батьків, дітей-сиріт, людей з особливими потребами. Йдеться не лише про добродійну діяльність на користь тих, хто потребує допомоги, але й свідому самовіддачу, самозречення заради економічного блага інших людей, яке приносить задоволення, піднімає самооцінку. Отже ключові засади позитивної психології отримання задоволення від економічної діяльності, її *приємність* дає змогу не тільки утримуватись матеріально, але й з позитивними емоціями до праці. Їх втілення вимагає належного психологічного консультування молоді, профдіагностики та профвідбору, що прогнозує можливість задоволення від обраного виду діяльності як базового мотиву її економічної успішності

Розкриття психології гендерних відмінностей в економічній поведінці студентської молоді, здатності керуватися економічними принципами на різних рівнях матеріального функціонування має приховане психологічне підґрунтя – позитивне об'єктивне ставлення до свого особистісного економічного потенціалу та перспектив його застосування (саморефлексія). Саме це підґрунтя диктує різну економічну поведінку чоловіків і жінок в умовах обмеження матеріальних ресурсів і розширення кола особистісних запитів. Перифразуючи відомий вислів Адама Сміта про «невидиму руку економічних інтересів», можна висунути гіпотезу про гендерно зумовлену однорукість чоловіків та жінок у виборі стратегії економічної активності. Будь-яка форма економічної поведінки будь то підприємництво чи менеджмент, тією чи іншою мірою має завжди свій психологічний рівень задоволення – незадоволення.. Отже, крім інтернальності локусу-контролю важливу роль в досягненні бажаного статусу економічного благополуччя і подоланні психологічного тиску статевих стереотипів відіграють засади, що забезпечують позитивне мислення.

Відомо, що в *позитивній психології* відчуття задоволення, щастя, благополуччя поділяється на два різновиди – *гедоністичне* як ситуативне задоволення, яке зазвичай є короткотривалим, сенсорним за зовнішнім джерелом насолоди та *ціннісне*, внутрішньо-особистісне. Останнє досягається тоді, коли людині вдається досягти значущих для неї цілей, задач, смислів буття. Ось чому такий різновид позитивних переживань називають результатом ціннісно-сислового благополуччя, реалізації особистісного потенціалу.

Дискусії щодо того, яке задоволення приносить більшу втіху і насолоду гедоністичне, ситуативне чи ціннісно-сміслове, віддають перевагу останньому, оскільки саме воно здатне зрушити глибинні емоції, піднести самоповагу, продовжити тривалість відчуття щастя. Показовим в цьому плані може бути приклад однієї з студентських груп, яка вирішила замість того, щоб святкувати випускний вечір в ресторані переказати заощаджені гроші в дитячий будинок для потреб місцевих дітей, позбавлених батьківської уваги. То ж випускні бали швидко стерлися з пам'яті інших студентських груп, проте ті, що організували свято для дітлахів ще впродовж багатьох років пригадували і відзначали пам'ятну подію.

Хоча позитивна психологія розглядає однаково важливими обидва джерела насолоди і заперечує особистісну самореалізацію як вищий рівень задоволення, все ж її основні постулати базуються на важливості для особи переживання стану захоплення діяльністю, поглинання її сутністю, захоплення своїми досягненнями. Більшість пересічних людей цілком погоджуються з тим, що відчуття задоволення від реалізації соціальних потреб, самореалізації підвищує самоповагу на противагу короткотривалим миттєвостям щастя від закупок товарів, насолоди розвагами, гарним відпочинком, смачними стравами тощо. Культура економічного буття людини якраз і полягає в тому, щоб максимізувати довготривалі досягнення матеріального забезпечення реалізацією життєво важливих цілей і мінімізувати ситуації нестачі коштів. Не випадково бідність вважають найбільшою людською вадою, а матеріальний достаток – необхідною умовою особистісної свободи.

Якщо застосувати модель основоположника позитивної психології Мартіна Селігмана [14] до економічного благополуччя людини, то згідно його *теорії благополуччя* особистісні досягнення залежать від реалізації основних умов, як-то: *включення в діяльність, захоплення нею, задоволення міжособистісними взаєминами з оточуючими людьми, реалізацією смислів своєї діяльності і її досягненнями*. Такі умови персоніфікованої діяльності можуть бути реалізовані як на рівні мікроекономіки (домогосподарство, присадибна ділянка тощо), так і на макрорівні.

Якщо співвіднести запропоновану концептуальну модель задоволення життям позитивної психології з соціальною ситуацією розвитку студентської молоді, то її структурні складові можуть виступати прогностикою і водночас діагностикою психологічних станів молоді людини (благополуччя чи невдоволення життям), яка освоює ази своєї професії, визначається зі своїм майбутнім матеріальним статусом. Індикаторами його теперішнього а головне майбутнього психологічного благополуччя можуть виступати показники „кола фортуни„ Мартіна Селігмана, а саме впевненість в слушності зробленого професійного самовизначення і його особистісна значущість, узгодженість обраного шляху з власними життєвими цінностями, переконаність у власній спроможності повноцінно реалізувати свій потенціал

з максимальною самовіддачею і в гармонійних стосунках з оточуючими людьми.

Результати досліджень характеру емоцій, їх впливу на людину свідчить про те, що сила позитивних і негативних емоцій є різною, тобто благополуччя індивіда залежить від їх пропорції, частки одних і інших, співвідношення в житті. Згідно досліджень представників позитивної психології *негативні емоції знижують задоволення життям значно більше, ніж така сама за обсягом порція позитивних*. При цьому співвідношення негативу до позитиву складає 3:1, тобто погане значно сильніше за впливом від хорошого.

Теоретичні засади позитивної психології спонукали нас до пошуку адекватних її концептуальним положенням створення фокус-груп та тренінгових програм з акцентом на розвиток здатності молоді людини, незалежно від її статевої належності, налагоджувати соціальні зв'язки з іншими людьми, включатись в професійну діяльність, вдосконалюватись в ній в сьогоденні та майбутньому, реалізувати свої життєві погляди, смисложиттєві орієнтації, досягати успіхів.

Таким чином можна дійти висновку, що подолання статевої нерівності в соціально – некомічному статусі, відчуття економічної депривації можливе шляхом інтеріоризації основоположних засад економічної культури через навчання, розвиток, залучення до позитивної психології. Пілотажна апробація низки опитувальників дала змогу виявити найбільш адекватні її структурним складовим показники відчуття благополуччя - ступінь задоволення собою як виконавцем певної діяльності та її досягненнями, стосунками з оточуючими людьми, поглинанням, реалізацією свого Я в особистісно-значущій суспільній активності, її відповідністю власній системі поглядів, життєвих цінностей.

Висновки до розділу

Розуміння економічних категорій юнаками та дівчатами засвідчує відмінності статей в розумінні сфер їх застосування. Вони демонструють більшу відстороненість значної частки жінок від проблем економічного функціонування держави, їх вищу включеність в мікроекономічні процеси. Студенти-чоловіки більше розбираються в макроекономічних реаліях буття. Зазначимо, що така диференціація відповідає традиційному розподілу соціальних ролей, а значить прогнозує певною мірою можливість прийняття ними фінансових рішень та матеріальних зобов'язань в соціальній та приватній сферах економічного життя.

Це означає нижчу готовність жіноцтва до участі в суспільно-політичному, а значить і економічному житті країни шляхом освоєння затребуваних професій, перекваліфікації, прийняття рішення про власний бізнес, підвищення рівня власної підприємницької активності тощо. Не випадково підприємницькі риси щодо ведення домашнього господарства частіше спостерігається у жінок, в той час як соціальна підприємливість

щодо розгортання малого та середнього бізнесу орієнтація в макроекономічних процесах більшою мірою притаманна чоловікам.

З іншого боку, виявлена сегрегація професійно-економічних інтересів та фахових вмінь опосередковано засвідчує порушення балансу статей між суспільним і приватним, професійним функціонуванням та сімейними обов'язками. Забезпечення рівних можливостей чоловіків та жінок в досягненні соціального статусу неможливе без подолання статевих стереотипів, прийняття егалітарної ідеології економічної активності, взаємозамінності статей в сімейному функціонуванні.

З огляду на виявлену дихотомію статей в орієнтації на сфері економічної самопрезентації (жінки – сімейна сфера, чоловіки - суспільна) слід звернути увагу на те, що економічна культура особистості не має статевого обличчя, а передовсім пов'язується з професійною, фаховою компетентністю людини, які визначають її потенціальні можливості до суспільно статусних посад та кар'єрного зросту. Культура економічного функціонування передбачає вміння орієнтуватись в економічних процесах, віднаходити своє місце в соціальній структурі економічного життя.

Оскільки згідно з даними психологічних досліджень мотивацію економічної активності індивіда, незалежно від того, в рамках яких суспільних відносин вона здійснюється – ринковій чи змішаній, складають не стільки зовнішні чинники (заробіток, управлінська політика закладу, форми та умови праці тощо), а, передовсім, внутрішні, тобто можливості особистісного зростання, фахового самовдосконалення, реалізації запитів на творчість, креативність, участь в колективному вирішенні виробничих проблем, то ж і чоловіки, і жінки мають орієнтуватись в питаннях економічного благополуччя на ті соціально-психологічні чинники, які найбільш сприяють презентації власних фахових досягнень і потенцій. Саме брак втілення принципів економічної культури, можливостей самовиявлення ініціативи, творчості, перспектив професійної діяльності та фахового вдосконалення здатний викликати фрустрацію економічних мотивів, призводити до відчуття економічної фрустрації і депривації. Отже, економічна культура людського буття вимірюється не стільки фінансовими параметрами, скільки мірою задоволення процесом заробляння грошей, реалізацією соціальних потреб людини.

Низку соціально-психологічних відмінностей статей як наслідку диференціації їх гендерної соціалізації слід брати до уваги в процесі виховання економічної культури та психокорекції фахових умінь, а саме: молоді жінки не поступаються чоловічій статі в соціальній, різновидах комунікативної компетенції та асертивності в досягненні професійних цілей. Результати дослідження розвінчують міф про екстернальність локусу контролю фахово-економічної життєдіяльності жіноцтва, оскільки показники як загального, так і час часткових шкал інтернального локусу контролю «слабкої» статі виявились вищими за відповідні показники у

ровесників чоловіків. Юнаки більш орієнтовані на екстерналність локусу контролю в досягнутих успіхах і поразках, відчутті залежності від долі та впливів інших людей на просування кар'єрними щаблями, а також в ідеології зовнішнього контролю цілому.

Особливої інтерпретації вимагають нижчі показники презентації жіноцтвом власного іміджу за такими багатовимірними параметрами самооцінки як буття коханою, фізична привабливість, популярність, вітальність, інтеграція ідентичності та загальна самооцінка у порівнянні з чоловіками. При цьому інші складові самооцінки такі, як власна компетентність, лідерські здібності та моральна самоакцептація залишаються вищими у жінок.

Співставлення показників вищезазначених шкал засвідчує, що чим більшою мірою на їх рефлексію можуть впливати оточуючі люди, тим нижче вони презентуються жіноцтвом і навпаки. Чим більшою мірою та чи інша особистісна властивість опосередковуються сприйняттям самої жінки, тим вище її само рефлексія представлена як особистісне досягнення, а не недолік.

В аналогічний спосіб слід витлумачити нижчий рівень конгруентності жіноцтва в таких параметрах само рефлексії їхнього буття як його загальна мета, пошукування далеких і ближніх цілей та смислів, акцептація смерті та відчуття екзистенційної пустки за результатами виміру життєвих настановлень. Така статева розбіжність результатів свідчить, на наш погляд, про більшу підвладність життєвих сценаріїв жінки, її ціле покладання і само здійснення впливам традиційних статевих стереотипів, які підвищують тривожність жіноцтва перед очікуванням від неї народження дітей, материнства, поєднання професійних і домашніх обов'язків, що не може не позначатися на відповідній тривожній рефлексії жіноцтвом власних сенсів буття.

Результати дослідження поглиблюють уявлення про психологічні особливості само презентації статей, а також соціально-психологічні механізми впливу гендерних стереотипів на рефлексію чоловіками і жінками власної економічної праце спроможності, що може призводити і призводить до зниження їх фахово-професійних та матеріально-фінансових домагань. У перехідний період розвитку суспільства, який підсилений фінансовою та економічною кризою, особливості планування та побудови власної професійно-освітньої кар'єри знаходяться на вістрі проблеми економічної соціалізації чоловіків та жінок різного працездатного віку, оскільки нерозривно пов'язані з демографічною ситуацією, станом шлюбно-сімейних стосунків, пропозиціями на ринку праці, зайнятістю та безробіттям, очікуваною нормою віддачі людського капіталу.

Зібрані емпіричні дані дають підстави стверджувати, що соціальні ролі чоловіків та жінок все ще значною мірою опосередковані статевими стереотипами, які виступають дороговказом у диференціації сфер їхнього економічного самовиявлення, зумовлюючи декларовані студентською

молоддю життєві сценарії та бачення зобов'язань матеріального характеру. Проте реалії економічного функціонування статей сформували більший особистісний потенціал жіноцтва в освоєнні традиційно чоловічого економічного простору, пусковим механізмом до якого будуть слугувати домінуючі над патріархальними егалітарні ідеї особистісної професійної самопрезентації.

Позитивна психологія, вихідною засади якою є переживання позитивних емоцій, зумовлених включенням в діяльність, добрими стосунками з людьми, реалізацію власних смислів буття та досягнутими успіхами, може слугувати добрим теоретичним підґрунтям підвищення економічної культури молоді, що є особливо актуальним в періоди соціально-економічних трансформацій суспільства. Саме духовно-моральні цінності здатні підсилювати економічну активність, підвищувати підприємницьку мотивацію, впевненість в собі, самоповагу, зміцнювати матеріальне благополуччя власної гідності, а, значить, приносити задоволеність життям.

Література

1. Максименко С.Д. Особистість у вимірі економіки // Соціальна психологія. – 2004. - № 4(6), с. 184-186.
2. Москаленко В.В. Економічна соціалізація особистості: концептуальна модель // Соціальна психологія, 2006. - №3 (17). – с. 3-17.
3. Abele, A.E., & Wojciszke, B. (2007) Agency and communion from the perspective of self versus others. // *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 751-763
4. Argyle M. *Zdolności społeczne*. W: S. Moscovici (red.) *Psychologia społeczna w relacji ja – inni*. Warszawa: WsiP, 1998. str. 77-104
5. Bosak, J., Szesny, S., & Eagly, A.H. (2008). Communion and agency judgments of women and men as a function of role information and response format. // *European Journal of Social Psychology*, 38, 1148-1155
6. Burgess, D., & Borgida, E. (1999). Who women are, who women should be: Descriptive and prescriptive gender stereotyping in sex discrimination. // *Psychology, Public Policy, and Law*, 5, 665-692
7. Fecenec Diana *Wielowymiarowy Kwestionariusz Samooceny Podrecznik*, Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych, 2008. - 115 str.
8. Fiske Susan T. *Social Beings – a core motives approach to Social Psychology*. – Danvers: John Wiley and Sons, 2004.
9. Klamut Rychard *Kwestionariusz Postaw Życiowych KPZ*, Warszawa: Pracownia testów psychologicznych Polskiego Towarzystwa {psychologicznego, Warszawa, 2009. - 103 str.
10. Linda Babcock, Michele Gelfand, Small and Heidi Stayn *Gender Differences in the Propensity to Initiate Negotiations.* // David De Cremer, Marcel Zeelenberg, J. Keith Murnighan (2006). - *Social Psychology and Economics*. - p. 256

11. Lopus J.S., Morton J.S., Reinke R., Schug M.C., Wentworth D.R. Exemplary Lessons for High School Economics. Student Activities.- New York - National Council on Economic Education, 1989. – 125 p.
12. Matczak Anna Kwestionariusz Komputeracji Społecznych, Wydawa II uzupełnione. – Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych, 2007. – 77 str.
13. Matczak Anna, Aleksandra Jaworowska Człowiek W Pracy. Podrecznik Warszawa: Polskie Towarzystwo Psychologiczne, 2009.- 91 str.
14. Positive Psychology. A practical guide. London: Icon Books Ltd, 2012.-216p.
15. Psychologia Ekonomiczna red. Tadeusz Tyszka .-Gdańsk: Wydawnictwo Psychologiczne, 2004.-613 str.
16. Tyszka Tadeusz Psychologia zachowani ekonomicznych – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1997. – 182 str.
17. Verges P. Tyszka T. Representation of economics by French and Polish students // Tyszka T (red). Cognitive Representation of Economics Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii, 1994.

ПІСЛЯМОВА

Зміст монографії «Соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді» представляє логічне продовження розгорнутого дослідження проблеми економічної соціалізації молоді в умовах шкільної та вузівської освіти, яке розпочато в 2000 році співробітниками лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України. В монографії проблема економічної соціалізації представлена за результатами теми НДР лабораторії як завершення дослідження закономірностей та чинників становлення економічної культури молоді.

Економічна культура сучасної молоді аналізується, з одного боку, як важлива суб'єктна складова процесу економічної соціалізації, а з іншого,- як результат цього процесу, який пов'язано з адаптацією людини до умов включення її в соціально-економічний простір. Авторами аналізуються проблеми, що виникають в зв'язку з тим, що це включення відбувається по-різному в залежності від того, до якої групи належать індивіди (вікової, статевої, професійної, регіональної).

Виходячи з розуміння економічної соціалізації як процесу інтеріоризації особистістю економічних цінностей суспільства, автори пов'язують сутність економічної культури особистості з тим аспектом системи економічних цінностей суспільства, в якому репрезентовано культурний смисл соціально-історичного досвіду людства. Саме в цьому вбачається соціально-психологічний ракурс дослідження економічної культури особистості, а також його інноваційність.

В українській психології економічна культура особистості в соціально-психологічному аспекті досліджується вперше. Аналогів таких досліджень немає. Дослідження спрямовано на подолання негативних проблем формування економічної культури молоді особистості, що зумовлені труднощами адаптації до умов ринкової економіки. Автори пов'язують питання формування економічної культури молоді із засвоєнням нею системи економічних норм та цінностей, набуттям економічного досвіду та перетворенням її в суб'єкт економічних відносин сучасного суспільства.

Крізь всю монографію проводиться ідея, що економічна культура особистості за своєю сутністю є прогресивно спрямованою характеристикою особистості. Моральність визначено як одну з основних характеристик економічної культури особистості. Автори доводять, що у феномені економічної культури особистості «моральне» є тотожним «культурному», бо статусу всезагальності в культурі набуває лише позитивний попередній досвід людства.

Одним із позитивних здобутків свого дослідження автори вважають здійснений ними аналіз співвідношення економічного і морального в

економічній культурі особистості, який вони пов'язують, перш за все, з дослідженнями чинників виникнення «внутрішнього морального конфлікту» суб'єкта економічної діяльності в умовах ринкової економіки українського суспільства. Це підтверджено здійсненим в роботі моніторингом співвідношення «моральності» та «економічності» в економіко-психологічних характеристиках студентської молоді.

Значна частина емпіричного дослідження, представленого в монографії, присвячена особливостям економічної культури школярів. Визначено особливості типів економічної культури в залежності від віку школярів. Доведено, що для молодших школярів характерна дифузна, неформлена економічна культура, в основі якої лежать моральні цінності безкорисливих дружніх взаємин. Для підлітків в економічній культурі характерна присутність цінностей зла, ригідності та категоричності позиції власника; цінностей динамізму та інструментальної оснащеності власника і цінностей можливостей та потенцій. Для старшокласників характерні цінності незалежності та інструментальної оснащеності, які доповнюються цінностями потенцій та можливостей особистості старшокласника, втілюваних у термінальних цінностях-цілях любові, влади, здоров'я, принциповості, відповідальності.

Наукова новизна дослідження, представленого в монографії, полягає в тому, що вперше на основі узагальнення сучасного стану розробленості даної проблеми в соціальній психології, розкрито сутність, основні характеристики, структурні компоненти економічної культури молоді, визначено соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді; здійснено емпіричне дослідження, в результаті якого виявлено: а) особливості структурних складових економічної культури особистості в умовах шкільної та вузівської освіти; б) визначено вплив особливостей соціально-психологічного простору на виявлення структурних компонентів економічної культури особистості молоді людини в процесі її економічної соціалізації, в) проаналізовано вплив соціально-демографічних чинників на становлення економічної культури молоді людини.

Теоретичне значення дослідження полягає у поглибленні теорії соціалізації особистості, а також теорії економічної соціалізації особистості в результаті аналізу становлення економічної культури особистості як суб'єктної сторони і результату економічної соціалізації особистості; у розширенні знань про зовнішні та внутрішні детермінанти процесу становлення економічної культури молоді; у отриманні нових знань про особливості формування економіко-психологічних властивостей особистості учнів та студентів, втілених в їх економічній культурі.

Представлене в монографії дослідження проблеми закономірностей становлення економічної культури молоді не може претендувати на вирішення всіх питань цієї складної та багатоаспектної теми. Основна мета, яка була поставлена авторами дослідження, полягала в тому, щоб

проаналізувати чинники та механізми становлення економічної культури особистості, на основі чого створити теоретичну структурно - функціональну модель економічної культури молоді, яку можна було б не тільки використати для створення програми емпіричного дослідження, але й застосувати як основу системи соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації різних верств населення. Останнє ми залишаємо на перспективу.

Д О Д А Т К И

Додатки

До розділу ІУ. Особливості чинників становлення економічної культури особистості (Н.М. Дембицька)

Додаток А

А.1. Бланк анкети

для дослідження особливостей ставлення молодших школярів до особистої власності

1. Напиши, будь ласка, що в своєму житті ти називаєш особисто своїм, про що можеш сказати: «це - моє»?»: _____
- _____
- _____

2. «Хто наш герой у майбутньому?»

3.

4. Яке ставлення до себе як до господаря свого світу склалось у твого казкового героя? _____
- _____
- _____

5.

А.2. Бланк анкети

для дослідження особливостей ставлення підлітків та старшокласників до особистої власності

1. Напишіть, будь ласка, що в своєму житті Ви називаєте особисто своїм, про що можете сказати: «це - моє»?»: _____
- _____
- _____

2. Спробуйте пофантазувати і напишіть невеличку казку про особисті речі, майно, гроші людини, яка має своє господарство _____
- _____
- _____
- _____

3. Оцініть, будь ласка, наскільки для Вас щось особисто своє, наприклад, особисті речі, ідеї, гроші пов'язані з почуттями і станами, названими нижче. Для цього обведіть серед оцінок ту цифру, яка відповідає Вашій думці, де 1 – зв'язок найменший, а 5 – зв'язок найбільший.

Найменший зв'язок		Середній		Найбільший зв'язок
1	2	3	4	5

Пов'язані з моральнісними поняттями :	Оцінка зв'язку особисто моїх речей, ідей чи грошей з почуттям				
	1	2	3	4	5
1. Правдивість					
2. Любов					
3. Відповідальність					
4. Досягнення					
5. Нетерпимість					
6. Справедливість					
7. Свобода					
8. Зло					
9. Засіб для існування					
10. Здоров'я					
11. Незалежність					
12. Принциповість					
13. Комфорт					
14. Розваги					
15. Інформація					
16. Цинізм					
17. Влада					
18. Конфлікт					
19. Сила					
20. Безпека					
21. Брехня					
22. Розвиток					
Пов'язані з такими почуттями і станами:					
1. Приємне					
2. Активізує					
3. Корисне					
4. Позитивне					
5. Потребує енергійності					
6. Вигідне					
7. Пов'язане з людяністю					
8. Потребує сміливості					
9. Практичне					
10. Те, чому віддаю перевагу					
11. Потребує рішучості					
12. Різке					
13. Безпечне					
14. Рятівне					
15. Передове					
16. Потребує самостійності					
17. Безтурботне					
18. Справжнє					
19. Потребує швидких реакцій					
20. Пов'язане з творчістю					

21. Прибуткове					
22. Додає натхнення					
23. Додає спокою					
24. Глибоке					
25. Сучасне					
26. Хороше					
27. Перспективне					
28. Надає впевненості					

Таблиця 1. Компоненти економічної культури школяра

Компонент економічної культури школяра	Окремі блоки параметрів	Індикатори	Методи дослідження
Когнітивний	<ul style="list-style-type: none"> Образ особистої власності (уявлення про себе та інших як власників, уявлення про об'єкти привласнення : особисте майно, ідеї, продукти творчої діяльності, гроші): 	<ul style="list-style-type: none"> когнітивна складність образу особистої власності («моє», «чуже», «наше»), вікові відмінності в уявленнях про особисте та чуже майно, ідеї; про себе та інших як учасників відносин праці, купівлі-продажу, виробництва, підприємництва, інвестування, меценатської діяльності, сплати податків, споживання диференціація видів особистої власності та тенденції у їх описах (софтизація, віртуалізація речей; тенденції до їх взаємозамінності, зміни їх культурного статусу; до десакралізації різних аспектів культурного статусу речей; до надмірного та демонстративного споживання речей; масового виробництва деструктивних речей; гедонізму; заміни і розширення особистого речового простору 	<ul style="list-style-type: none"> Авторська програма дослідження особливостей образу особистої власності та власника Модифікована методика «Топіка Я» Метод факторного аналізу уявлень про «моє», «чуже», «наше».

Афективний	<ul style="list-style-type: none"> Емоційно-ціннісне ставлення до суб'єктів (до себе та інших) та об'єктів привласнення 	<ul style="list-style-type: none"> Модальність емоційно-ціннісного ставлення до об'єктів володіння, до себе та інших як суб'єктів особистої власності (негативне, позитивне, індиверентне чи амбівалентне ставлення). 	<ul style="list-style-type: none"> Авторська програма дослідження особливостей ставлення школярів різного віку до особистого майна, особистих ідей та продуктів творчої діяльності, до себе та інших як суб'єктів привласнення; Опитувальник «Суверенність психологічного простору» С.К.Нартової-Бочавер Модифікований нами опитувальник «Моральнісна оцінка грошей» О.І.Горбачової і А.Б.Купрейченко
Кона-тивний	<ul style="list-style-type: none"> Стратегії та способи економічної поведінки в системі особистої власності 	<p>відмінності у традиційних та нових способах оперування особистими та чужими речами, ідеями, продуктами творчої діяльності школярів (особливості руху об'єктів власності в системі особистої власності; (де)конструктивні, активні-пасивні способи оперування особистим майном)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Авторська програма дослідження особливостей ставлення школярів різного віку до особистого майна, особистих ідей та продуктів творчої діяльності, до себе та інших як суб'єктів привласнення Авторський опитувальник «Способи оперування власністю». Проективна методика «Казка про власність» (модифікований варіант методики «Написання казки про гроші» О.І.Горбачової і А.Б.Купрейченко

Соціально-психологічні чинники становлення економічної культури в системі особистої власності	<ul style="list-style-type: none"> • Зовнішні : <ul style="list-style-type: none"> -Соціально-психологічні якості школяра -Внутрішньосистемні 	<ul style="list-style-type: none"> - Соціально-психологічні якості школяра - Співвідношення окремих складових компонентів становлення економічної культури школярів 	<ul style="list-style-type: none"> • Методика Т.Лірі <p>Статистичні методи обробки емпіричних даних</p>
---	---	---	--

Додаток А. 3

План структурованого інтерв'ю

для дослідження ставлення учнів молодшого шкільного віку до особистої власності
Серед учнів початкової школи всі питання та інструкції проголошуються усно. Письмово виконуються малюнки, підписи на них та окремі таблиці.

Вітаю вас, друзі!

Запрошуємо вас створити казкового героя. Він не схожий на жодну істоту на Землі, тому що живе тільки в нашій фантазії. Та ми знаємо один його секрет. Він дуже хоче бути успішним. Перш за все, він хоче бути успішним господарем у своєму світі. Але, здається, він не дуже добре знає, як стати господарем. То ж допоможемо йому це з'ясувати.

1.Спочатку уявімо цього казкового героя. Поки що він існує тільки у ваших фантазіях. А щоб він став справжнім, його слід намалювати. То ж візьміть чистий аркуш і олівцем намалюйте його.

2.Подивись на нашого героя. Він живе у світі , про який говорить: „це моє”, „мій світ”. Обведіть межі його світу, намалюйте їх олівцем.

3.З чого складається його світ, що там є такого, про що наш герой каже „це моє”? На малюнку поділіть його світ на частини і підпишіть їх.

4.Як, по-вашому, наш герой до себе ставиться як до господаря свого світу? (підкресліть одну з відповідей)

Так

Ні

5.А як він ставиться до своїх речей?

Про них дбає той, кому це важливіше
(мама, рідня)

Дбає про них сам

(Підкресліть відповідь)

6. Як наш герой ставиться до того місця вдома, яке він вважає «своїм»?

Йому безпечно і затишно в цьому місці

Не знає в домі місця, де було б
безпечно і затишно*(Підкресліть відповідь)***7. Чи вдається йому самому обирати собі друзів?**

Так, завдяки цій можливості у нього багато друзів і знайомих

Ні, у нього мало таких можливостей

*(Підкресліть відповідь)***8. Зверни увагу: наш герой поки що один на цьому малюнку. Але в житті кожного господаря трапляються й інші. Домалюй одного такого сусіда на тому ж малюнку.****9. У нього також є щось, що він називає «моїм». Домалюй межі його світу.****10. Що, по-твоєму, переживає наш герой, коли поряд з'явився інший господар?**
Напиши.

11. Як наш герой ставиться до свого сусіда?
Напиши

12. Як наш герой ставиться до „чужого” світу? *Напиши*

13. Як, по-твоєму, живуть і хазяйнують наш герой та його сусід? (відміть 3 відповіді)

1. Живе у своєму світі, не зустрічається з сусідом	
2. Ходить до сусіда в гості, разом хазяйнують	
3. Заради успіху може в чомусь поступитись сусідові	
4. Воює за свій світ з сусідом	
5. Заради успіху може допомагати сусідові в обмін на його допомогу	

Дякуємо тобі за участь у створенні казкового героя!Наостанок підпиши своє **прізвище** _____, **ім'я** _____, **клас** _____.

Додаток Б
Бланк анкети
для дослідження ставлення підлітків та юнацтва до особистої власності

Шановний учню!

Запрошуємо Вас взяти участь у дослідженні економічних уявлень українських школярів. Опитування анонімне, тому розраховуємо на Ваші відверті та вичерпні відповіді.

- 1) Назвіть, будь ласка, те в своєму житті, що вважаєте своїм, тобто таким, яке належить Вам:

- 2) Що, на Ваш погляд, із названого вище, інші люди можуть вважати також своїм ?

- 3) Як Ви ставитесь до того, що на речі, які вважаєте своїми власними, хтось ще може заявляти права? (*поставте відмітку у відповідній клітині*):

Цілковито негативно	Негативно	Важко визначитись	Позитивно	Цілковито позитивно

- 4) Багато хто хоч раз у житті починав збирати, накопичувати якісь речі (марки, монети тощо). Як Ви вважаєте, що може спонукати людину до колекціонування? (*Напишіть*) :

- 5) Уявіть себе колекціонером. Можливо, таким Ви і є.

Щ Що саме Ви хотіли б колекціонувати?	З яких причин Ви б це робили (робите)?

- 6) Якими способами Ви могли б збільшити Вашу колекцію:

7) Оцініть, наскільки часто отримуєте бажане названими вище способами. При цьому оцінку 1 ставте **над тим способом**, який використовується Вами найчастіше, оцінку 2 – менш часто і т.д. (оцінки запишіть над твердженнями у пункті 7).

8) Що може заважати збільшенню Вашої колекції?

9) Колекція, як і будь-яке майно, потребує уваги господаря. Уявіть собі, що хтось заявляє права на те, що Вам належить. Якими будуть Ваші дії?

10) Де на відрізку Ви позначили б матеріальне положення своєї сім'ї? (поставте хрестик):

Бідні

Багаті

11) Оберіть зі списку 10-ти цінностей ті, які є найбільш важливі для Вас. Зробіть це в такий спосіб: прочитайте список, потім поруч з найважливішою для Вас цінністю поставте цифру 1, поруч з найменш важливою – цифру 10:

a.	Матеріальна забезпеченість		b.	Робота, можливість працевлаштування	
c.	Творчість		d.	Воля	
e.	Розваги		f.	Любов	
g.	Активне життя		h.	Мудрість	
i.	Здоров'я		j.	Краса	
k.	Друзі		l.	Власність	
m.	Безсмертя, віра в Бога		n.	Впевненість у собі	
o.	Пізнання		p.	Родина	
q.	Щастя інших		r.	Престижна професія	
s.	Багатство				

12) Вкажіть, будь ласка, Вашу стать: **жін.** **чол.**

Дякуємо Вам за співробітництво!

До р. 2.3.3. Уявлення студентської молоді про «економічно успішну людину» (О.В. Лавренко)

Бланк для вивчення асоціацій На тему «Етичні якості економічно успішної людини»

Шановний студенте! Лабораторія соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка досліджує взаємопов'язаність економічної культури особистості та її моральності. Просимо Вас взяти участь у дослідженні. Опитування анонімне, тому своє прізвище вказувати не треба.

Перерахуйте, будь ласка, які асоціації (слова, образи, ситуації, предмети, якості і т.п.) виникають у Вас, коли Ви чуєте словосполучення «**Етичні якості економічно успішної людини**».

Запишіть, будь ласка, 3-5 асоціацій у тому порядку, в якому вони виникли у Вас, не задумуючись про їх логічність. Не намагайтесь при цьому чітко формулювати свої асоціації.

А тепер запишіть, будь ласка, ті 3-5 асоціацій, які, на Ваш погляд, дозволяють людині досягти економічного успіху, нехтуючи будь-якими моральними цінностями, нормами.

Дякуємо за участь у дослідженні!

До р. 3.2. Емпіричне дослідження особливостей моральної орієнтації студентської молоді як складової їх економічної культури (О.В.Лавренко – авторська анкета)

Анкета

Шановний студенте!

Запрошуємо Вас взяти участь у дослідженні проблем економічної соціалізації молоді в сучасних умовах, яке проводить лабораторія соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України.

Ознайомтесь, будь-ласка, із запитаннями та обведіть кружечком номер (цифру) тих відповідей, які найбільше співпадають з Вашою точкою зору. В ряді випадків сформулюйте свій варіант відповідей.

Опитування анонімне, тому прізвище своє вказувати не треба.

Заздалегідь вдячні Вам за щирі відповіді!

1. За останні десятиріччя українське суспільство суттєво змінилося (особливо в економічній, духовній, політичній сферах). Як Ви особисто ставитеся до таких змін? (Відмітьте, будь-ласка, один варіант відповіді)

- 1) Вітаю зміни, вважаю їх прогресивними, не дивлячись на складнощі і недоліки.
- 2) Вважаю, що зміни були необхідні, але не такою ціною.
- 3) Вважаю, що зміни були необхідні, але робити їх треба було поступово, повільно.
- 4) Вважаю, що зміни були не потрібні.
- 5) Інша відповідь (напишіть) _____
- 6) Важко відповісти.

2. Які напрямки реформування нашого суспільства Ви вважаєте самими актуальними? (Відмітьте не більше п'яти відповідей).

- 17) Економічні реформи.
- 18) Розширення демократії і розвиток самоуправління.
- 19) Розвиток національної культури (мова, література, мистецтво).
- 20) Боротьба з бюрократією.
- 21) Падіння моралі в суспільстві.
- 22) Політичні реформи, організація нових партій і рухів
- 23) Захист оточуючого середовища, благоустрій міста, району.
- 24) Розвиток засобів масової інформації, їх незаангажованість (телебачення, радіо, преса).
- 25) Реформи у сфері освіти.
- 26) Соціальний захист населення.
- 27) Поліпшення міжнаціональних відносин.
- 28) Реформування виборної системи.
- 29) Розвиток підприємництва, у тому числі молодіжного.
- 30) Боротьба з корупцією, криміналізацією суспільства.
- 31) Розробка соціальних програм, адресованих різним шарам населення, у т.ч. молоді.
- 32) Боротьба із злочинністю.
- 33) Інша відповідь (напишіть) _____
- 34) Важко відповісти.

3. Якою мірою Ви цікавитесь станом справ в економіці нашої країни (міста):

- 1) Дуже низький інтерес;
- 2) Середній інтерес;
- 3) Високий інтерес.

4. Як Ви цікавитесь станом моралі в нашому суспільстві:

- Дуже низький інтерес;
- Середній інтерес;
- Високий інтерес.

5. Моральний стан нашого суспільства я оцінюю як (закінчіть речення одним або декількома словами) _____

6. Як часто Ви дивитесь у засобах масової інформації передачі про економічну політику в нашій країні, про економічні злочини:

- 1) Майже не дивлюся, мене це не цікавить
- 2) Іноді дивлюся

3) Дивлюся часто, мене це цікавить

7. Виберіть із представленого нижче списку 7 найбільш важливих цінностей для вирішення Ваших життєвих проблем (цифрою 1 відзначте найважливішу цінність, цифрою 2 – наступну по важливості з тих, що залишилися і т.д. до 7):

	Список цінностей	Номер цінності
1	Чесність, моральність	
2	Непримиренність до недоліків у собі й інших	
3	Вихованість	
4	Терпимість	
5	Широта поглядів	
6	Освіченість	
7	Відповідальність	
8	Ретельність	
9	Незалежність	
10	Заповзятливість	
11	Самоконтроль	
12	Чуйність	
13	Життєрадісність	
14	Ефективність у справах	
15	Багатство	
16	Раціоналізм	
17	Сміливість у відстоюванні своїх поглядів	
18	Власність	
19	Тверда воля	

8. Як, на Вашу думку, більшість оточуючих людей ставляться до аморальних відхилень в економічній сфері:

- 1) Недоброзичливо, не схвалюють;
- 2) Нейтрально, байдуже;
- 3) Доброзичливо, схвалюють;
- 4) Інше (напишіть) _____

9. На Вашу думку, заради досягнення бажаного результату в економічній діяльності (Відмітьте не більше чотирьох відповідей):

- 1) В першу чергу треба враховувати свої потреби, інтереси, а потім – громадські
- 2) Іноді можна знехтувати інтересами інших людей заради досягнення своїх цілей
- 3) Треба захищати інтереси моїх друзів, навіть якщо це шкодить інтересам сторонніх людей
- 4) Своїм людям треба допомагати в будь-якій ситуації
- 5) При прийнятті рішень треба керуватися загальнолюдськими цінностями
- 6) У вчинках завжди треба враховувати інтереси і права інших людей, навіть незнайомих
- 7) В нестабільних умовах ми самі повинні створювати норми і правила взаємодії людей

8) В умовах глобальних змін на нас лежить відповідальність за формування нових етичних «кодексів»

10. Виберіть із представленого нижче списку 7 найбільш важливих для Вас (для Вашого життя) цінностей (цифрою 1 відзначте найважливішу цінність, цифрою 2 – наступну по наступну по важливості з тих, що залишилися і т.д. до 7):

	Список цінностей	Номер цінності
1	Здоров`я	
2	Друзі	
3	Безмертя	
4	Пізнання	
5	Щастя інших	
6	Багатство	
7	Робота	
8	Свобода	
9	Мудрість	
10	Краса	
11	Власність	
12	Матеріальна забезпеченість	
13	Творчість	
14	Розваги	
15	Активне життя	
16	Впевненість у собі	
17	Сім`я	

11. З точки зору моралі закони, що визначають економічний розвиток нашої країни (Відмітьте не більше трьох відповідей):

- 1) Захищають, враховують інтереси всіх верств населення.
- 2) Засновані на засадах моральності.
- 3) Несправедливі щодо певних верств населення.
- 4) Дають можливість олігархам ще більше збагачуватися.
- 5) Нехтують інтересами тих людей, які хотіли б чесно вести свій бізнес.
- 6) Здебільшого є аморальними по суті.
- 7) Інше (напишіть) _____

12. Як особисто Ви ставитеся до багатих заможних людей?

- 1) Доброзичливо
- 2) Нейтрально
- 3) Вороже
- 4) Важко відповісти

13. На Вашу думку, багаті, заможні люди зажили своїх статків у нечесний спосіб:

- 1) Так
- 2) Ні
- 3) Можливо
- 4) Важко відповісти

14. Оцініть ступінь Вашого бажання йти на економічний ризик лише моральними засобами заради підвищення своїх доходів:

- 1) Дуже слабке бажання
- 2) Середнє бажання
- 3) Сильне бажання

15. Оцініть ступінь Вашого бажання йти на економічний ризик у будь-який аморальний спосіб (переступивши моральні норми) заради підвищення своїх доходів:

- 1) Дуже слабке бажання
- 2) Середнє бажання
- 3) Сильне бажання

16. На Вашу думку, наскільки притаманні сучасній молоді наступні якості (відмітьте у кожній строчці лише одну відповідь)?

		Притаманні більшій частині молоді	Притаманні меншій частині молоді	Не притаманні	Важко відповісти
1	Прагнення добре вчитися				
2	Ініціативність				
3	Чесність, порядність				
4	Принциповість, відповідальність				
5	Схильність до ризику, інновацій				
6	Чуйність. Готовність прийти на допомогу				
7	Оптимізм				
8	Впевненість у завтрашньому дні				
9	Прагнення своє особисте майбуття пов'язувати з майбутнім України				
10	Агресивність, жорстокість				
11	Надмірна турбота про розваги, зовнішній вигляд				
12	Надмірний інтерес до придбання речей				
13	Зловживання алкоголем				
14	Вживання наркотиків				
15	Зайнятість виключно своїм особистим благополуччям				
16	Схильність до протиправних дій				

17	Бажання заробити гроші з допомогою різних афер				
18	Байдужість до того, що відбувається у суспільстві				
19	Бажання виїхати за кордон				

17. Як Ви оцінюєте доцільність моральних норм в суспільстві (Відмітьте не більше трьох відповідей):

- 1) Моральні норми створюються заможними, владними людьми, щоб управляти іншими.
- 2) Моральні норми – це фундамент суспільства, основа співробітництва людей.
- 3) Суспільство обов'язково деградує без моральних норм.
- 4) Моральні норми з часом «старіють» і потребують заміни.
- 5) Моральні норми є відносними, кожен повинен мати свій «моральний кодекс».
- 6) Не може бути ніякої «моралі для своїх» і «моралі для чужих».
- 7) З допомогою моралі, моральних норм суспільство регулює поведінку своїх членів.
- 8) Суспільство повинно регулюватися законами, а не моральними нормами.
- 9) Інше (напишіть) _____

18. Наскільки наведені нижче якості і засоби досягнення цілей сьогодні є важливими для досягнення успіху в житті (відмітьте у кожній строчці лише одну відповідь)?

	Якості, досягнення цілей	засоби	Важливо	Не дуже важливо	Зовсім не важливо	Важко відповісти
1	Здібності, таланти		1	2	3	4
2	Працелюбність		1	2	3	4
3	Освіта		1	2	3	4
4	Допомога батьків, родинні зв'язки		1	2	3	4
5	Удача, везіння		1	2	3	4
6	Зв'язки з потрібними людьми		1	2	3	4
7	Чесність, принциповість		1	2	3	4
8	Ініціативність, винахідливість		1	2	3	4
9	Хороше здоров'я		1	2	3	4
10	Гроші		1	2	3	4
11	Уміння пристосуватися		1	2	3	4
12	Чіткі життєві плани		1	2	3	4
13	Уміння використовувати людей для досягнення своїх цілей		1	2	3	4

19. Які, на Вашу думку, основні причини підштовхують молодих людей до протиправних дій в економічній сфері (Відмітьте не більше трьох відповідей)?

- 1) Правова необізнаність
- 2) Безкарність правопорушень в економічній сфері

- 3) Можливість отримання легкої здобичі, легких грошей
- 4) Низький рівень доходів у сім'ї
- 5) Неможливість законним чином заробити гроші
- 6) Недієвість моральної перестороги всередині себе
- 7) Розваги
- 8) Інше (напишіть) _____
- 9) Важко відповісти

20. Як Ви ставитеся до старих речей у вашому домі (Відмітьте не більше трьох відповідей)?

- 1) Зберігаю старі речі «на чорний день»
- 2) Зберігаю старі речі, бо рука не піднімається їх викинути
- 3) Старі речі викидаю на смітник
- 4) Старі речі віддаю своїм родичам, знайомим
- 5) Старі речі віддаю малозабезпеченим людям (в притулки, дитячі будинки тощо)
- 6) Намагаюся продати старі речі через Інтернет
- 7) Інше (напишіть) _____
- 8) Важко відповісти

21. Як Ви ставитеся до нових речей у вашому домі (Відмітьте не більше трьох відповідей)?

- 1) Прагну купувати новинки техніки (гаджети), брендові речі як свідчення свого благополуччя і статусу
- 2) Купую нові речі переважно вітчизняного виробництва, підтримуючи українського товаровиробника
- 3) Прагну купувати речі іноземного виробництва, бо вони дозволяють мені виділитися із «сірої маси»
- 4) Вважаю, що не треба гнатися за новинками техніки, брендовими речами, бо вони швидко оновлюються
- 5) Не можу що сезонно оновлювати свій гардероб, новинки техніки, а тому купую речі у кредит
- 6) Намагаюся купити нові речі на розпродажах
- 7) Інше (напишіть) _____
- 8) Важко відповісти

22. Як Ви ставитеся до ведення домашнього господарства (Відмітьте не більше трьох відповідей)?

- 1) У нашій сім'ї прийнято щомісячно розраховувати свої витрати на ведення домашнього господарства
- 2) Йдучи у магазин, я складаю список необхідних витрат і намагаюся його дотримуватися
- 3) У нашій сім'ї прийнято «забивати холодильник сповна», не задумуючись над витратами
- 4) У нашій сім'ї прийнято готувати набагато більше, ніж ми можемо з'їсти
- 5) У нашій сім'ї не прийнято щомісячно розраховувати свої витрати на ведення домашнього господарства
- 6) У нашій сім'ї ощадливо і раціонально ставляться до комунальних послуг (витрати води, газу, електроенергії)
- 7) У нас не прийнято економно ставитися до витрат води, газу, електроенергії
- 8) Інше (напишіть) _____

9) Важко відповісти

І ще декілька відповідей

23. Ваша стать (підкресліть): 1) чоловіча; 2) жіноча

24. Ваш вік: 1) до 18 років; 2) 19-20 років; 3) 21- 24 роки; 4) 25 і більше років.

25. Ваша освіта:

- 1) Середня
- 2) Середня спеціальна
- 3) Незакінчена вища
- 4) Повна вища
- 5) Друга вища (післядипломна)

26. Сімейний стан:

- 1) Неодружений (незаміжня)
- 2) Одружений (заміжня), є діти
- 3) Одружений (заміжня), немає дітей
- 4) Розлучений (розлучена)
- 5) Інша відповідь (напишіть) _____

Навчальний заклад _____

Факультет _____

Спеціалізація _____

Курс _____

Дякуємо за участь у дослідженні!

До р. 5.5. Ставлення до грошей як чинника економічної культури старшокласників. (І.К. Зубіашвілі)

Методики дослідження ставлення до грошей старшокласників

Шановний учню!

Запрошуємо Вас взяти участь у дослідженні економічних уявлень українських школярів. Опитування анонімне, тому розраховуємо на Ваші відверті та вичерпні відповіді.

Додаток 1.

Методика «Рівень співвідношення «цінності» і «доступності» (О. Фанталової, модифікація М. Семенова)

Інструкція : «Використовуйте «Бланк А».

На бланку представлений перелік різних потреб людини.

Оцініть кожна з них за 10-бальною шкалою, наскільки для Вас кожна з них у даний час важлива, необхідна, цінна.

Припустимо, Ви оцінили «Гарне харчування» = 10 балів. Останнє означає, що наявності гарного харчування Ви відводите максимум важливості, максимум значення.

Зачитуйте потреби. У «Бланку А» у графі «Ц - цінність», вкажіть число від 1 до 10.

А тепер на тому ж бланку оцініть, наскільки для Вас кожна з них доступна, наскільки досить того, що маєте (Д).

Приклад: допустимо, Ви оцінили «Гарне харчування» = 2 бали. Останнє означає, що гарне харчування для Вас малодоступне, важко досяжне. (Д=2).

Зачитуйте потреби. У «Бланку А» у графі «Д – доступність» вкажіть число від 1 до 10.

Бланк А.	Ц	Д	Примітка
1. Гарне харчування			
2. Відчуття фізичної безпеки			
3. Гарна родина			
4. Самоповага			
5. Бути залученим до справи.			
6. Достатня кількість грошей			
7. Гарні умови життя			
8. Впевненість у майбутньому			
9. Розуміння і підтримка інших людей			
10. Визнання навколишніх.			
11. Знайти місце в житті.			

Додаток 2.

Опитувальник «Ставлення до грошей» (А. Фернама)

Інструкція: виразить ступінь згоди з твердженнями за шкалою

Згодний = 7 6 5 4 3 2 1 = не згодний

(обведіть відповідну цифру праворуч від питання)

1. Я часто купую непотрібні мені речі через те, що вони	1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---	---

пропонуються за зниженою ціною.	
2. Я ставлю гроші вище задоволення.	1 2 3 4 5 6 7
3. Я можу купити річ, що мені не потрібна, щоб справити враження на інших.	1 2 3 4 5 6 7
4. Навіть якщо в мене досить грошей, я маю почуття провини, коли мені доводиться їх витратити.	1 2 3 4 5 6 7
5. Я часто говорю: «Я не можу собі цього дозволити», незалежно від того, зможу я чи ні.	1 2 3 4 5 6 7
6. Я завжди знаю майже до копійки, скільки грошей у мене в гаманці або в кишені.	1 2 3 4 5 6 7
7. Я часто маю труднощі, приймаючи рішення про витрату грошей, незалежно від їх суми.	1 2 3 4 5 6 7
8. Я почуваю себе змушеним сперечатися або торгуватися щодо ціни майже усього, що я купую.	1 2 3 4 5 6 7
9. Я завжди знаю суму моїх заощаджень (у банку або в гаманці).	1 2 3 4 5 6 7
10. Коли в мене з'являються «зайві» гроші, я почуваю себе не у своїй тарілці, поки не витрачу усі до копійки.	1 2 3 4 5 6 7
11. Іноді я буваю дуже щедрий до друзів, щоб завоювати їхню прихильність.	1 2 3 4 5 6 7
12. Я часто почуваю себе гірше тих, хто має більше грошей, ніж я, навіть коли я знаю, що вони не зробили нічого для того, щоб одержати їх.	1 2 3 4 5 6 7
13. Я часто використовую гроші як зброю для керування або залякування тих, хто мені заважає.	1 2 3 4 5 6 7
14. Я іноді відчуваю перевагу над тими, хто має менше грошей, ніж я, незалежно від їхніх здібностей і досягнень.	1 2 3 4 5 6 7
15. Я твердо вірю, що гроші можуть вирішити всі мої проблеми.	1 2 3 4 5 6 7
16. Мені неприємно відповідати на питання про своє фінансове становище.	1 2 3 4 5 6 7
17. Купуючи щось, я в першу чергу цікавлюся ціною.	1 2 3 4 5 6 7
18. Я впевнений, що непристойно запитувати людину про її зарплату.	1 2 3 4 5 6 7
19. Я почуваю себе нерозумно, якщо заплачу за що-небудь більше, ніж інші.	1 2 3 4 5 6 7
20. Я зневажаю гроші і тих, у кого їх надто багато.	1 2 3 4 5 6 7
21. Я завжди відкладаю гроші на «чорний день».	1 2 3 4 5 6 7
22. Та сума грошей, що я маю, завжди не достатня.	1 2 3 4 5 6 7
23. Гроші – це єдина річ, на яку можна розраховувати.	1 2 3 4 5 6 7
24. Я ставлюся до грошей таксамо, як і мої батьки.	1 2 3 4 5 6 7
25. Я вважаю, що зарплата людини красномовно свідчить про її розум.	1 2 3 4 5 6 7
26. Я часто залишаю дрібну задачу при покупці продуктів і речей або за які-небудь послуги (перукареві, офіціантові, таксисту), тим, хто мені сподобався.	1 2 3 4 5 6 7
27. Час, витрачений на заробляння грошей, – загублений час.	1 2 3 4 5 6 7
28. Я часто купую що-небудь, коли в мене поганий настрій.	1 2 3 4 5 6 7
29. Я не люблю давати людям гроші у борг.	1 2 3 4 5 6 7

30. Моє фінансове становище краще, ніж думає більшість моїх друзів.	1 2 3 4 5 6 7
31. Я зробив би практично все можливе заради грошей, щоб їх стало досить.	1 2 3 4 5 6 7
32. Моє фінансове становище гірше, ніж думає більшість моїх друзів.	1 2 3 4 5 6 7
33. Суперечки про гроші – часте явище в моїй родині.	1 2 3 4 5 6 7
34. Я зберігаю гроші в національній валюті.	1 2 3 4 5 6 7
35. Більшість моїх друзів мають більше грошей, ніж я.	1 2 3 4 5 6 7
36. Я думаю про гроші набагато більше, ніж ті люди, яких я знаю.	1 2 3 4 5 6 7
37. Я постійно турбуюся про своє фінансове становище.	1 2 3 4 5 6 7
38. Я часто мрію про те, що я зроблю, коли в мене буде багато грошей.	1 2 3 4 5 6 7
39. Я маю звичку стежити за курсом валют.	1 2 3 4 5 6 7
40. Я пишаюся своєю здатністю заощаджувати гроші.	1 2 3 4 5 6 7
41. У нашій країні за грошима ми порівнюємо один одного.	1 2 3 4 5 6 7
42. Я не в змозі змінити своє фінансове становище.	1 2 3 4 5 6 7
43. Я пишаюся фінансовими досягненнями своєї родини й охоче розповідаю про них своїм друзям.	1 2 3 4 5 6 7
44. Я вважаю розсудливим приховувати фінансові питання від рідних і друзів.	1 2 3 4 5 6 7
45. Я легко витрачаю гроші на інших, і неохоче – на себе.	1 2 3 4 5 6 7
46. Гроші – корінь усього зла.	1 2 3 4 5 6 7
47. Я надаю перевагу тому, щоб ні в кого не брати гроші в борг.	1 2 3 4 5 6 7
48. Гроші можуть дати людині значну владу.	1 2 3 4 5 6 7
49. Щоразу, роблячи покупку, я підозрюю, що мене намагаються ошукати.	1 2 3 4 5 6 7

Додаток 3.

Методика «Незавершені речення» (модифікація М. Семенова)

Інструкція. «Перед Вами перша частина речення. Закінчіть речення на свій розсуд».

1. Гроші для мене – це...
2. Через гроші я не можу...
3. Завдяки грошам я ...
4. Відсутність грошей не дозволяє мені...
5. Коли в мене багато грошей...
6. Відсутність грошей для мене – це...

Додаток 4.

«Стандартизована програма соціально-психологічного дослідження економічної свідомості особистості» (А. Журавльова, Н. Журавльової), адаптована для старшокласників

Інструкція. Вам пропонується відповісти на низку питань. Намагайтеся висловити свою думку якомога точніше. Форма відповідей на питання дається безпосередньо в анкеті. Відзначте, будь ласка, той варіант відповіді, який, на Ваш погляд, найбільш відповідає Вашому стану. Ми розраховуємо на Ваші щирі і докладні відповіді.

1. Що у Вашій уяві персоніфікує багатство? (Виберіть не більше 3-х варіантів відповіді і підкресліть їх):

- наявність прибуткової справи
- наявність модної машини
- високооплачувана робота
- можливість не думати про завтрашній день - можливість допомагати близьким
- можливість робити пожертвування на суспільні потреби
- можливість подорожувати
- наявність нерухомості(гарних меблів, одягу й т.п. квартири, заміського будинку й т.п.)
- можливість жити там, де захочеться
- наявність рахунку в іноземному банку
- наявність валюти, коштовностей
- наявність цінних паперів великих банків
- інше (напишіть) _____

2. Оберіть із перерахованого нижче переліку цінностей 7 найбільш важливих для Вас (для Вашого життя). Робіть це в такий спосіб: прочитайте перелік, потім поруч із найважливішою для Вас цінністю поставте цифру 1, поруч з наступною за важливістю цифру 2 і т. д., поки не виберете 7 цінностей

- здоров'я
- робота
- матеріальна забезпеченість
- друзі
- воля
- творчість
- безсмертя
- любов
- розваги
- пізнання
- мудрість
- активне життя
- щастя інших
- краса
- упевненість у собі
- багатство
- власність
- родина

3. Оберіть із представленого нижче переліку 7 найбільш важливих цінностей для рішення Ваших життєвих проблем (цифрою 1 відзначте найважливішу цінність, цифрою 2 – наступну по важливості із того що залишилося й т. д. до 7):

- чесність

- підприємливість
- вихованість
- тверда воля
- терпимість
- самоконтроль
- освіченість
- раціоналізм
- відповідальність
- багатство
- незалежність
- власність
- широта поглядів
- ефективність у справах

4. Як особисто Ви ставитеся до бідних, незаможних людей? (відмітьте кружечком відповідну цифру):

Недоброзичливо 1 2 3 4 5 6 7 Доброзичливо

5. Виберіть і підкресліть, будь ласка, чим для Вас є гроші:

- здоров'я
- мудрість
- друзі
- краса
- безсмертя
- власність
- пізнання
- матеріальна забезпеченість
- щастя інших
- творчість
- багатство
- розваги
- робота
- активність життя
- воля
- упевненість у собі

5. Оцініть в цілому зміну своєї ділової активності останнім часом (підкресліть свій вибір):

- активність зросла й буде зростати
- активність підвищилася, але найближчим часом не зміниться
- залишилася на тому ж рівні, що й раніше
- активність останнім часом трохи понизилася
- активність не тільки понизилася, але й буде знижуватися далі

6. Більшість оточуючих Вас людей, якби їм довелося вибирати, насамперед зволіли б стати власником (оберіть не більш 3-х варіантів відповіді і підкресліть):

- квартири
- заміського будинку із земельною ділянкою

- дорогих автомобіля, меблів, одягу та ін.
- великого рахунку в банку
- великого пакета високоприбуткових цінних паперів
- золота, коштовностей, твердої валюти
- капіталу, вкладеного в прибутковий бізнес
- приватного підприємства, фірми, крамниці
- нерухомості, що приносить прибуток
- інше (напишіть) _____

5. 7. Як Ви оцінюєте силу, інтенсивність Вашого бажання мати гроші відмітьте кружечком відповідну цифру)?

дуже слабе бажання 1 2 3 4 5 6 7 дуже сильное бажання

8. Які асоціації (слова, образи, ситуації, предмети, якості й т.п.) зараз приходять Вам на думку, коли Ви чуєте слово «Гроші»? Запишіть, будь ласка, 4-5 асоціацій у тому порядку, як вони у Вас зараз виникли, не замислюючись над їх логічністю _____

9. Задумайтеся, будь ласка, над тим, що Вам найбільше подобається робити із грошима: одержувати їх, витратити (купувати), накопичувати (відкласти), віддавати в ріст або просто мати на руках (у гаманці)? Просимо Вас зробити оцінку попарно, порівнюючи один з одним перераховані дії із грошима. У кожній з 10-ти пар необхідно поставити знак «+» поруч із тим, що Вам подобається робити більше. Отже, Вам більше подобається:

- витратити гроші (купувати) або – накопичувати (відкласти) їх
- витратити гроші (купувати) або – давати гроші в ріст (під %)
- витратити гроші (купувати) або – одержувати гроші
- витратити гроші (купувати) або – мати на руках (у гаманці)
- накопичувати (відкласти) гроші або – давати гроші в ріст (під %)
- накопичувати (відкласти) гроші або – одержувати гроші
- накопичувати (відкласти) гроші або – мати на руках (у гаманці)
- давати гроші в ріст (під %) або – одержувати гроші
- давати гроші в ріст (під %) або – мати на руках (у гаманці)
- одержувати гроші або – мати на руках (у гаманці)

13) 10. Якою мірою кожне з нижче перелічених формулювань відповідає Вашому ставленню до грошей? (поставте відмітку біля відповідної цифри, де «1» означає «не повністю відповідає», а «7» - цілковиту згоду.

		1	2	3	4	5	6	7
1	Всі лиха в суспільстві йдуть від грошей: вони приносять нещастя й зло							
2	Гроші змінюють у гіршу сторону (псувають) людей							
3	Нічого гарного в грошах немає							
4	Гроші – це лише засіб існування							

	людини в суспільстві							
5	Наявність грошей є показником значущості людини в суспільстві							
6	Гроші роблять життя людини змістовним й щасливим							
7	Заради грошей варто жити							

11. У своєму житті кожна людина може по-різному прагнути реалізувати нижче перелічені функції грошей. Оцініть, будь ласка, за 7-бальною шкалою те, якою мірою ці прагнення характерні для Вас (де «1» означає «зовсім не характерно», а «7» - «дуже характерно»). Отже, «Гроші необхідні для того, щоб»:

		1	2	3	4	5	6	7
1	Задовольняти необхідні фізіологічні потреби і підтримувати здоров'я							
2	Бути засобом досягнення значущих цілей у житті							
3	Почувати себе в безпеці							
4	Задовольняти будь-які свої бажання							
5	Бути значною, шановною людиною							
6	Зробити життя таким, яким воно повинне бути, тобто створювати нормальні умови життя							
7	Допомагати іншим людям							
8	Удосконалювати себе, духовно і фізично зростати							
9	Добре проводити час, розважатися, шикувати							
10	Можна обходитися й без грошей							

Додаток 4

«Методика виміру соціальної адаптивності особистості» (О. Посипанова)

Інструкція. «Вам пропонується 25 тверджень, що стосуються Вашої поведінки. Для кожного твердження Вам необхідно вирішити, згодні Ви з ним чи ні, і відзначити знаком «+» у колонці «Вірно» або «Невірно». Давайте відповідь, яка першою спадає на думку, яка особисто Вам ближча і відповідає Вашим поглядам. Не намагайтеся створити своїми відповідями «гарне враження». Будь-який варіант відповіді буде вірним, якщо Ви відповісте щиро.

Твердження	Вірно	Невірно
1. Мені важко наслідувати поведінку інших.		
2. Моя поведінка звичайно відбиває мої щирі почуття, погляди і наміри.		
3. Щоб не опинитися у невігідному становищі, я звичайно відстоюю тільки ті ідеї, у яких я сам впевнений.		
4. На ділових зустрічах і вечірках я, як правило, намагаюся робити або говорити те, що сподобалося б іншим.		
5. Я можу без підготовки (експромтом) виступати навіть на теми, про які я не маю уявлення.		
6. Я думаю, що необхідно справляти на людей те враження, яке вони хотіли б.		
7. Мене вважають веселуном, «душею» компанії.		
8. Коли я не знаю точно, як поводитися в якій-небудь обстановці, я дивлюся на поведінку інших.		
9. Я всім і завжди говорю тільки правду, якою б неприємною вона не була.		
10. Я звичайно маю потребу в порадах друзів, щоб вибрати фільми, книги або знайомих.		
11. Я іноді демонструю іншим, що маю більш глибокі емоції, ніж насправді.		
12. Я більше сміюся, коли дивлюся комедії разом з іншими, ніж коли знаходжуся наодинці.		
13. У компанії я рідко буваю в центрі уваги.		
14. Для того, щоб продовжити гарні стосунки, я прагну стати таким, яким мене очікують побачити інші люди.		
15. У різних ситуаціях, з різними людьми я часто поведжуся по-різному.		
16. Я не завжди прагну подобатися іншим.		
17. На питання про самопочуття я звичайно відповідаю, що все нормально.		
18. Я не завжди та людина, якою мене хочуть бачити інші.		
19. Я ніколи не змінюю своєї думки для того, щоб догодити кому-небудь або завоювати прихильність.		
20. Я ніколи не досягав(ла) успіху у таких заняттях, як розгадка шаради або імпровізовані вистави.		
21. Мені дуже неприємно змінювати свою поведінку, пристосовуючи її до різних компаній і груп.		
22. На вечірках, у компаніях я надаю право іншим розповідати різні історії і жарти.		
23. Я звичайно почуваю себе в компаніях затишно і можу розкрити усі свої можливості.		
24. Заради важливих цілей я можу брехати, не червоніючи (якщо знаю, що мене не викриють).		
25. Я можу зробити вид, що ставлюся до людей дружелюбно, хоча насправді вони мені не подобаються.		

Додаток 5
Методика «Моральнісна оцінка грошей» (О. Горбачової, А. Купрейченко)

Інструкція. Оцініть, будь ласка, наскільки у Ваших уявленнях поняття «гроші» пов'язано з якостями, які вказані нижче. Для цього обведіть на шкалі ту цифру, яка відповідає Вашій думці (1 – «ступінь зв'язку найнижчий», 7– «ступінь зв'язку найвищий»).

Поняття	Ступінь зв'язку з поняттям «гроші»						
	Найнижчий			Середній			Найвищий
Правдивість	1	2	3	4	5	6	7
Безпринциповість	1	2	3	4	5	6	7
Любов	1	2	3	4	5	6	7
Відповідальність	1	2	3	4	5	6	7
Досягнення	1	2	3	4	5	6	7
Справедливість	1	2	3	4	5	6	7
Воля	1	2	3	4	5	6	7
Засіб існування	1	2	3	4	5	6	7
Здоров'я	1	2	3	4	5	6	7
Терпимість	1	2	3	4	5	6	7
Залежність	1	2	3	4	5	6	7
Принциповість	1	2	3	4	5	6	7
Комфорт	1	2	3	4	5	6	7
Розваги	1	2	3	4	5	6	7
Принциповість	1	2	3	4	5	6	7
Інформація	1	2	3	4	5	6	7
Цинізм	1	2	3	4	5	6	7
Влада	1	2	3	4	5	6	7
Конфлікт	1	2	3	4	5	6	7
Сила	1	2	3	4	5	6	7
Безпека	1	2	3	4	5	6	7
Розвиток	1	2	3	4	5	6	7
Несправедливість	1	2	3	4	5	6	7

Дякуємо за участь у дослідженні!

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

- Москаленко
Валентина Володимирівна** - завідувач лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, доктор філософських наук, професор
- Карамушка
Людмила Миколаївна** - головний науковий співробітник лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, член-кореспондент НАПН України, доктор психологічних наук, професор
- Говорун
Тамара Василівна** - головний науковий співробітник лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, доктор психологічних наук, професор
- Лавренко
Ольга Василівна** - провідний науковий співробітник лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидат філософських наук, доцент
- Дембицька
Наталія Миколаївна** - провідний науковий співробітник лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник
- Зубіашвілі
Ірина Костянтинівна** - старший науковий співробітник лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник

Наукове видання

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ СТАНОВЛЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ**

Монографія

Авторська редакція

Ум. друк. арк. 12,0

Видано державним коштом. Продаж заборонено.

Видавництво "Педагогічна думка"
04053, м. Київ, вул. Артема, 52-а, корп.. 2;
тел./факс: (044) 484-30-71

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовників
розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 3563 від 28.08.2009 р.