

Інститут психології імені Г.С. Костюка
Національної академії педагогічних наук України

**СОЦІАЛЬНО-
ПСИХОЛОГІЧНІ
ПРОБЛЕМИ**

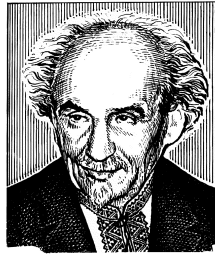
**СТАНОВЛЕННЯ
СУБ'ЄКТА**

**ЕКОНОМІЧНОЇ
СОЦІАЛІЗАЦІЇ**

За редакцією
В.В. Москаленко



НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
Інститут психології імені Г.С. Костюка



T. W. Shcherba

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ СУБ'ЄКТА ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ

Монографія

*За науковою редакцією
В.В. Москаленко*

Київ
2012

УДК 316.61
ББК 88.52
С 69

*Рекомендовано до друку вченою радою Інституту психології імені Г.С. Костюка
НАПН України (протокол № 10 від 26 грудня 2011 р.)*

Рецензенти:

*Г.О. Балл, член-кореспондент НАПН України, доктор психологічних наук,
професор;
П.В. Лушин, доктор психологічних наук, професор*

Авторський колектив:

*Т.В. Говорун, Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі, Л.М. Карамушка,
О.В. Лавренко, О.О. Міщенко, В.В. Москаленко, Ю.Ж. Шайгородський*

С 69 **Соціально-психологічні** проблеми становлення суб'єкта економічної соціалізації : монографія / [Т.В. Говорун, Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі та ін.] ; за наук. редакцією В.В. Москаленко. — Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2012.
300 пр.
ISBN 978-966-189-137-0

Видано державним коштом. Продаж заборонено.

У монографії розкривається соціально-психологічна сутність суб'єктності економічної соціалізації особистості, показано, що вона реалізується в результаті екстеріоризації та інтеріоризації тих нових структур, які утворюють економіко-психологічний простір, в якому кожен із партнерів взаємодії виявляє і реалізує себе як суб'єкта економічної діяльності. На основі емпіричного дослідження розкриваються такі соціально-психологічні характеристики суб'єкта економічної соціалізації, як ставлення до власності, до грошей. Досліджується економічна культура студентської молоді як суб'єктна складова економічної соціалізації. В монографії також приділено значну увагу аналізу характеристик окремих компонентів економічної соціалізації молоді, показано, що особливості конфігурації цих компонентів детермінують процес становлення економічного суб'єкта.

Призначена для науковців, які працюють у галузі соціальної психології.

ББК 88.52

ISBN 978-966-189-137-0

© Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2012
© Т.В. Говорун, Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі, Л.М. Карамушка, О.В. Лавренко, О.О. Міщенко, В.В. Москаленко, Ю.Ж. Шайгородський, 2012

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СТАНОВЛЕННЯ СУБ'ЄКТА ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ	11
1.1. Становлення суб'єкта економічної соціалізації як проблема психологічної науки	11
1.2. Інтерсуб'єктна взаємодія як механізм становлення суб'єктності особистост	23
1.3. Атрибутивні ознаки економічної суб'єктності особистості	35
ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ	47
РОЗДІЛ 2	
ЗМІСТОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОКРЕМИХ КОМПОНЕНТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ	49
2.1. Економічні ціннісні орієнтації як чинник становлення суб'єкта економічної соціалізації молоді людини	49
2.2. Проблема формування економічних настановлень суб'єкта економічної соціалізації	70
2.3. Гендерний аспект проблеми становлення особистості як суб'єкта економічної соціалізації	84
ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ	93
РОЗДІЛ 3	
ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК СУБ'ЄКТА ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	96
3.1. Ставлення до власності як показник становлення суб'єкта економічної соціалізації студентської молоді	96
3.2. Емпіричне дослідження психологічних особливостей економічної суб'єктності у зв'язку зі специфікою ставлення старшокласників до грошей	118
3.3. Економічна культура особистості як суб'єктна складова процесу економічної соціалізації студентів	135
3.4. Особливості економічної соціалізації особистості в умовах навчання в аспірантурі (суб'єктна парадигма)	174
ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ	189
ПІСЛЯМОВА	192
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	194

ВСТУП

Актуальність дослідження

Актуальність дослідження проблеми соціалізації особистості як становлення активного суб'єкта соціальних перетворень зумовлено, перш за все, затребуваністю знань про закономірності формування людини нового типу у відповідності з радикальними змінами системи соціальних цінностей.

Існують і наукові підстави актуальності даної проблеми. Феномен соціалізації відноситься до категорії узагальнених, інтегральних психологічних феноменів. Потреба у дослідженні таких феноменів загострюється саме тоді, коли близькі до цієї проблеми, але менш узагальнені, стають більш розробленими, що вимагає переглядів деяких положень всезагального. Цей рух від особливого до всезагального є типовим шляхом розвитку наукових досліджень.

На сьогодні можна відмітити зміни, що намітились у розумінні соціалізації під впливом досліджень особистості, що здійснено в суб'єктній парадигмі. Традиційно у всіх найбільш відомих визначеннях соціалізації в явній формі не підкреслюється активність суб'єкта по усвідомленому перетворенню і формуванню як соціальних норм і цінностей, так і соціального оточення, а також самого себе. Частіше за все соціалізація розуміється як засвоєння індивідом соціального досвіду шляхом його включення в соціальне середовище і відтворення системи зв'язків та відношень, або як процес активного засвоєння індивідом цінностей і норм суспільства і формування їх в систему соціальних установок, яка визначає позиції і поведінку індивіда як особистості в системі суспільства, а також як процес і результат засвоєння і активного відтворення індивідом соціального досвіду (знань, цінностей, соціальної компетентності), що дозволяє йому інтегруватись у суспільство і поводитись там адаптивно.

Однак можна відмітити й те, що уже в 2004 році А.В. Мудрик в своїй книзі «Соціалізація людини» [98] наголошує, що в рамках суб'єкт-суб'єктного підходу ефективна соціалізація означає не тільки адаптування людини в суспільстві, але й становлення її суб'єктом власного розвитку і суспільства в цілому. Можна також констатувати, що все більша кількість дослідників поступово стає прихильниками загальної тенденції підкреслювання зростаючої ролі суб'єктності в соціально-психологічних процесах, зокрема й соціалізації особистості. У понятті «суб'єкт соціалізації» акцентується увага на тій стороні розвитку особистості, яка реалізується через пошуки її свого способу життєдіяльності на основі її базових відношень до світу, інших людей, людства в цілому і самої себе, які сприйма-

ються, приймаються або створюються нею у часовій перспективі, а також на основі власної системи життєвих смислів і принципів, цінностей і ідеалів, можливостей і здібностей, очікувань і домагань.

В існуючих підходах до розуміння суб'єкта соціалізації найбільш часто використовується термін «вибір» у відношенні зовнішніх умов, виду діяльності, форми ділової активності тощо. Окрім вибору, особистість перетворює й саму себе. Відбувається самоздійснення особистості [128], яке розгортається у часі життя, яке людина структурує відповідним чином, та у просторі соціальної взаємодії. Перетворення самої себе (самоздійснення) є основним критерієм визначення вищого рівня суб'єктності особистості і одночасно умовою (і підставою) високого рівня соціалізованості. В умовах радикальних змін, кризового стану найбільш ефективним стає спосіб життя, який Л.І. Анциферова називає «продуктивним способом життя», що ґрунтується на системі життєвих даровань особистості, здібностей особистості розглядати життя і його події в різних системах координат, виявляти латентні можливості життєвих ситуацій; сприймати раптовість, невизначеність, багатозначність обставин життя як стимул для свого розвитку [9; 10]. Отже, характеристикою суб'єкта є, окрім здатності перетворювати самого себе, ще й здатність перетворювати своє оточення, яке стає умовою формування і розвитку нових властивостей особистості. Поняття «самотрансценденція» як здатність людини «вийти за межі самої себе» означає не тільки реалізацію того, що складає передумови або є в людині, але й розширення можливостей її самореалізації, що передбачає значну внутрішню активність і творчість, що спрямовані не тільки на неї, але й на оточуюче середовище. Суб'єктом соціалізації є індивід, який, конструюючи середовище, створює самого себе. Як зазначає Т.М. Титаренко, на кожному етапі життя особистість може розглядатись як результат конструювання з боку соціального оточення та самоконструювання, що відбувається під впливом соціокультурних умов.

Що ж стосується досліджень економічної соціалізації особистості, то в них традиційно склались підходи, в яких економічна соціалізація найчастіше розглядається в просторі координат суспільства. Економічна соціалізація почала досліджуватись в рамках економічної психології, в якій доволі часто психологічні дослідження будуються за аналогією з економічними, в якості основних змінних виступають не психологічні, а соціальні і економічні фактори. Наприклад, широко розповсюдженими є дослідження залежності економічної поведінки або ставлень особистості до економічних об'єктів від її приналежності до певних соціально-психологічних груп. Особистісні характеристики пояснюються безпосереднім впливом різних соціально-економічних та демографічних факторів. Спираючись на таке розуміння взаємозв'язку особистості і середовища, більшість спеціалістів з економічної психології визначають економічну соціалізацію тільки як засвоєння особистістю економічних цінностей, завдяки чому відбувається

включення її в систему економічних відносин. Таке розуміння економічної соціалізації спирається на постулат тотожності матеріальних (економічних) і життєвих цінностей. Однак аналіз досліджень економічних психологів показує, що причиною економічної поведінки як особистості, так і соціальної групи можуть бути фактори економічної свідомості, зокрема ціннісно-смилова її система. Наприклад, певний спосіб життєдіяльності індивіда може розцінюватись як, скажімо, утриманство з позиції суспільства, однак з позиції самого суб'єкта цей феномен може інтерпретуватись інакше, якщо людина вибрала такий спосіб життєдіяльності свідомо як такий, що найбільше відповідає її можливостям, очікуванням, рівню домагань і базовим цінностям.

В останні два десятиліття можна відмітити рух наукової думки в бік врахування особливостей сприйняття, пам'яті, мислення, емоцій суб'єкта в аналізі його економічної поведінки. Так, нобелівський лауреат у галузі економіки Д. Канеман разом з А. Тверські в своїх дослідженнях запропонували підхід до прийняття рішень в умовах ринку, виходячи з аналізу суб'єктом цінності і імовірності існуючих альтернатив [66]. Це стало переворотом в уявленнях вчених — економічних психологів, які до цього практично не звертались до врахування особливостей суб'єкта економічної діяльності в своїх теоретичних концепціях. Максимізація корисності вважалась головним принципом прийняття економічних рішень. Поведінка, що не відповідала цьому принципу, вважалась нераціональною. Дослідження Д. Канемана і А. Тверські показали, що про раціональність суб'єкта у виборі альтернатив економічної поведінки можна говорити як про ціннісно-смислову раціональність, яка полягає в тому, що суб'єкт вважає за доцільне діяти відповідно з найбільш значимими життєвими смислами, цінностями, ідеалами, цілями і принципами. Зокрема, таким видом раціональності є «економічний інтерес», тобто такий феномен, в якому основні життєві цінності суб'єкта однозначно зв'язані в його свідомості з матеріальними благами і економічними ресурсами. Зрозуміти економічну поведінку особистості або групи, особливо таку, яка суперечить економічному інтересу, можливо лише з позиції суб'єктності. Лише з цих позицій можна пояснити факт, що в ряді ситуацій суб'єкт покладається не на свої економічні інтереси, а захищає життєві принципи, цінності, норми, ідеали, які є найбільш важливими для нього або для його групи. Власні цілі суб'єкта можуть бути підпорядкованими цілям близьких людей або соціальних груп, бо вони є більш значимими для нього, з його точки зору. Крім того, цілі сучасного періоду життя особистості можуть бути підпорядковані іншим, більш значимим цілям наступного етапу розвитку особистості, або основній цілі його життя. Отже, немотивовану для стороннього спостерігача економічну поведінку можна зрозуміти з точки зору особливостей свідомості суб'єкта.

Паралельно з тим, як в економічній психології випадки «нез'ясованої економічної поведінки» починають пояснюватись опосередкованим впли-

вом на неї ціннісно-сміслових значень економічних явищ і ресурсів, спостерігаються парадигмальні зміни в соціальній психології, які полягають в тому, що змінюється підхід до дослідження людини, окремих соціальних груп і людства в цілому. Сприймання, інтерпретація і оцінка ситуації людиною здійснюється на основі смислової інтерпретації дійсності. Отже, посилюється дослідницький інтерес до суб'єктності особистості. Дослідження засвідчують, що економічні ресурси (гроші, власність, праця, багатство та ін.) мають різні смисли для окремих категорій людей [46; 51; 52; 55; 71; 132; 147]. Зокрема, П. Уеблі в своїх дослідженнях показує велике значення альтруїстичних мотивів економічної діяльності [130]. Підліток, наприклад, якщо він дотримується принципів соціального обміну, може розглядати дружбу на основі економічних відносин, а любов та симпатію сприймати з точки зору вигоди і користі. Але більшість з них цього не робить з-за ідеологічних мотивів, які не тільки пояснюють світ, але й оправдовують чи засуджують певну поведінку. Не випадково поведінка студентів економічних факультетів порівняно з іншими більш узгоджується з економічною теорією.

Отже, в розумінні економічної соціалізації особистості останнім часом теж намітились зміни. Все більше дослідників поступово стають прибічниками загальної тенденції підкреслювання зростаючої ролі суб'єктності в соціально-психологічних процесах, зокрема, і в аналізі економічної соціалізації, наголошуючи на тому, що в дослідженні економічної соціалізації особистості потрібно дотримуватись таких умов: мати на увазі те, що особистість або група є індивідуальним або груповим суб'єктом — активним, самостійним, відповідальним, здатним до саморегуляції і рефлексії; розглядати суб'єкт як такий, що динамічно розвивається, має уявлення про власні можливості і потенціали, основні етапи свого життя, а також про цілі і потреби на кожному етапі життєдіяльності; враховувати ціннісно-сміслові складові активності суб'єкта. Зміст цих умов є також одночасно і характеристикою суб'єктності особистості.

Не дивлячись на те, що аналіз теоретичних і емпіричних результатів дослідження в галузі економічної та соціальної психології дає докази пріоритетної значимості ціннісних, смислових, нормативних, часових та інших характеристик суб'єктності економічної соціалізації особистості, ця проблема і досі не отримала необхідного висвітлення в літературі, не дивлячись на її надзвичайну актуальність. Тому аналіз сутності феномену і поняття суб'єкта економічної соціалізації, визначення структурних компонентів та особливостей їх конфігурації як чинників становлення суб'єкта економічної соціалізації має неабияке теоретичне та практичне значення. Отже, актуальність проблеми зумовила вибір дослідження, метою якого стало виявлення соціально-психологічних чинників, які впливають на становлення суб'єкта економічної соціалізації молоді.

Об'єкт дослідження — соціально-психологічні закономірності становлення суб'єкта економічної соціалізації.

Предмет дослідження — психологічна структура та змістові характеристики суб'єкта економічної соціалізації молоді в умовах шкільної та вузівської освіти.

Концептуальними основами дослідження проблеми суб'єкта економічної соціалізації в монографії стали роботи видатних психологів, які присвячені аналізу життєвого шляху і розвитку особистості протягом її життя (Б.Г. Ананьєва, Л.І. Анциферової, Л.І. Божович, М.Й. Боришевського, Є.І. Головахи, С.Д. Максименка, В.О. Моляко, С.Л. Рубінштейна, В.А. Семиченко, Л.В. Сохань, В.О. Татенка, Т.М. Титаренко, Е. Еріксона та ін.), в яких сформульовано основні положення про перетворюючу, життєтворчу роль особистості. В основу дослідження економічної соціалізації, яке здійснено в монографії, покладено принцип, з точки зору якого становлення і розвиток соціальних властивостей особи може розглядатись тільки в контексті соціального співжиття індивідуальних суб'єктів (Бахтін, С.Д. Максименко, В.О. Васюгинський, Г.В. Дьяконов, В.О. Татенко, Т.М. Титаренко, А.У. Хараш та ін.) В дослідженні застосовувались як теоретичні, так і емпіричні методи дослідження. Зокрема, здійснено теоретичний аналіз філософської, соціально-психологічної, психологічної, економічної, соціологічної, педагогічної наукової літератури з питань виховання, соціалізації, психології управління, вікових особливостей особистості, економічної психології та з інших питань, які стосуються заявленої теми. Емпіричне дослідження здійснено із застосуванням методик, адекватних специфіці виділених компонентів економічної соціалізації (когнітивного, конативного та афективного), а також групи методик з визначення соціально-психологічних властивостей, особливостей і якостей особистості. У дослідженні нами було застосовано комплексні програми, які включають аналіз смисложиттєвих орієнтацій, домагань і очікувань, що розглядались як фактори становлення суб'єкта економічної соціалізації. Отримані результати показали, що репрезентовані в свідомості особистості різні елементи економічного простору детермінують економіко-психологічні особливості особистості, які визначають її економічну соціалізованість.

Монографія складається з трьох розділів.

У першому розділі «Теоретико-методологічні засади дослідження соціально-психологічних чинників становлення суб'єкта економічної соціалізації» викладено концептуальні засади дослідження.

Другий розділ монографії «Змістові характеристики окремих компонентів економічної соціалізації молоді» присвячено аналізу таких складових суб'єкта економічної соціалізації, як економічні ціннісні орієнтації, економічні настановлення. Доводиться їх детермінуючо-регулююча функція в становленні особистості як суб'єкта економічної діяльності. В розділі

проаналізовано також гендерний аспект проблеми становлення особистості як суб'єкта економічної соціалізації.

Третій розділ «Дослідження соціально-психологічних чинників становлення суб'єктності економічної соціалізації молоді» присвячено емпіричному дослідженню особливостей виявлення економічної суб'єктності у шкільної та вузівської молоді. В рамках визначених концептуальних засад чинники економічної соціалізації особистості розглядаються в монографії як внутрішні та зовнішні структури інтерсуб'єктного соціально-психологічного простору, що утворюється завдяки психологічній причетності до взаємодії її учасників. На основі цього було розроблено емпіричну структурно-функціональну модель суб'єкта економічної соціалізації, яка представлена через комплекс індивідуальних економічних ставлень суб'єктів економічних відносин (внутрішніх чинників) та відображень групових утворень, в яких символічно опосередковується зміст ситуаційних обставин (зовнішніх чинників). Показано, що зовнішні та внутрішні чинники зумовлюють утворення певної матриці інтерсуб'єктного простору, в якому відбувається взаємна активація суб'єктностей.

На основі здійснення емпіричного дослідження доводиться, що система відношень особистості до економічних об'єктів, в яку включається індивід, є тим інтеріндивідним простором, що виконує соціалізуючу функцію. Зокрема, будучи репрезентованою у свідомості як система ставлень до таких економічних об'єктів, як власність, гроші, багатство, майно тощо, ця система відношень стає інтраіндивідним феноменом, що детермінує економічну поведінку і визначає характеристики індивіда як суб'єкта економічної реальності. Показано, що в просторі взаємного обміну знаннями і уявленнями, враженнями і оцінками, діями і вчинками щодо економічних об'єктів (гроші, майно, ідеї тощо) відбувається взаємна зміна когнітивних, афективних, конативних складових економічної свідомості усіх суб'єктів взаємовідносин. Зокрема, трансформується зміст системи ставлень учасників взаємодії до власності, до інших учасників відносин власності, до себе як до суб'єкта привласнення. В свою чергу особливості ставлень до феноменів економічного життя визначають зміст, спрямованість, емоційну насиченість, стиль зв'язків між суб'єктами відношень власності, визначаючи таким чином і особливості самого інтеріндивідного простору цих відносин.

Наукова новизна даного дослідження полягає в тому, що вперше на основі узагальнення сучасного стану розробленості проблеми становлення суб'єкта соціалізації особистості в соціальній психології розкрито сутність, основні характеристики, структурні компоненти суб'єкта економічної соціалізації особистості, а також визначено соціально-психологічні чинники становлення суб'єкта економічної соціалізації молоді; здійснено емпіричне дослідження, в результаті якого виявлено: а) особливості структурних складових суб'єктів економічної соціалізації в умовах шкільної

та вузівської освіти; б) визначено вплив особливостей соціально-психологічного простору на виявлення структурних компонентів суб'єкта економічної соціалізації особистості молодшої людини; в) проаналізовано вплив соціально-демографічних чинників на становлення суб'єкта економічної соціалізації молодшої людини.

Теоретичне значення дослідження полягає у поглибленні теорії соціалізації особистості а також теорії суб'єктності особистості в результаті аналізу становлення суб'єктності економічної соціалізації особистості; у розширенні знань про зовнішні та внутрішні детермінанти процесу економічної соціалізації особистості; у отриманні нових знань про особливості формування економіко-психологічних властивостей особистості учнів та студентів, втілених в їх економічній культурі.

Монографія призначена для науковців, які працюють у галузі соціальної психології. Сподіваємось, що матеріал, який представлено у монографії, допоможе більш глибоко оволодіти знаннями з теорії соціалізації. Розділи монографії написані авторським колективом у такому складі: вступ — В.В. Москаленко; розділ 1: 1.1. — В.В. Москаленко, Н.М. Дембицька, 1.2. — В.В. Москаленко, 1.3. — Н.М. Дембицька; розділ 2: 2.1. — Ю.Ж. Шайгородський, 2.2. — О.В. Лавренко, 2.3. — Т.В. Говорун; розділ 3: 3.1. — Н.М. Дембицька, 3.2. — І.К. Зубіашвілі, 3.3. — О.О. Міщенко, 3.4. — Л.М. Карамушка.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СТАНОВЛЕННЯ СУБ'ЄКТА ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ

В розділі викладено загальні теоретико-методологічні принципи дослідження визначеної проблеми. Зокрема, розглядається сутність суб'єктного підходу в дослідженні соціалізації особистості, визначаються атрибутивні характеристики суб'єктності, наголошується на значенні суб'єкт-суб'єктної взаємодії у становленні суб'єкта економічної соціалізації.

1.1. Становлення суб'єкта економічної соціалізації як проблема психологічної науки

Становлення особистості як суб'єкта власної соціалізації є ключовим у проблематиці економічної соціалізації особистості. Дане питання розпочнемо з того, як розуміти сам термін «становлення особистості». У загальних рисах категорія становлення розкрита у філософському вченні Гегеля як діалектичний процес перетворення можливості у дійсність. В розробку досліджуваної категорії зробили свій внесок послідовники філософії життя та екзистенціалізму. В рамках загального філософського трактування цього процесу, становлення є рухом до буття, притаманність буттю, поступальний крок, щоб бути. Становлення — ще не буття того, що становиться, але рух до буття, до виникнення. Це результат саморуку матерії, що являє собою процес виникнення принципово нових об'єктів, процесів, явищ, що безпосередньо не виводяться з «вихідних матеріалів». Отже, якщо в цьому контексті розглядати особистість, що включається у економічні відносини, то становлення її суб'єктності постало б як процес виникнення принципово нових характеристик.

Говорячи про елементарні властивості будь-якої речі, А.Ф. Лосєв [87] зазначає, що становлення є найбільш суттєвою з них. Зміна, рух, народження, вмирання — словом, будь-який процес, що так чи інакше притаманний речам, живим і неживим, є нічим іншим, як видом становлення. У цьому рухові А.Ф. Лосєв протиставить категорію «становлення» категорії «є», «існує» (таке, що вже стало, буття якого розпочалось). Якщо застосувати таке розуміння досліджуваного феномену до суб'єкта економічної

соціалізації, то його становлення, очевидно, доцільно розуміти як процес руху, розвитку суб'єкта, в ході якого він перестає бути одним і стає іншим. Що ж означає «ставати іншим»? Той же філософ пояснює, що становлення завжди передбачає оформлення того, що становиться, і відбувається, це, перш за все, у формі числа. Число передує всякій якості чи, в крайньому разі, супроводжує її [87]. Число передбачає покладання чогось, при цьому становлення може розглядатись як чистий акт покладання чогось, що становиться. Якщо прорахувати численний ряд таких актів, отримаємо нову якість. Таким чином, становлення суб'єктності індивіда у економічних відносинах постає як процес виникнення принципово нових економіко-психологічних якостей.

Через категорію становлення О.М. Леонтьєв [83] пояснює етапність особистісного розвитку. Особистісні метаморфози в ході становлення починаються з того, що суб'єкт діє заради підтримки свого існування, а призводять до того, що суб'єкт підтримує своє існування заради того, щоб діяти — творити справу свого життя, здійснювати своє людське призначення. Як зазначає О.М. Леонтьєв, цей переворот, завершуючи етап становлення особистості, разом з тим розкриває безмежні перспективи її розвитку. Отже, становлення економічної суб'єктності особистості розглядається нами як процес, вписаний у процес більш високого порядку — розвиток економічної культури особистості, її економічну соціалізацію. Він виражає оформлення певних економіко-психологічних якостей на тому чи іншому етапі розвитку економічної культури особистості.

Увагу психологів до поняття «суб'єкт» привернув ще на початку 20-х років засновник суб'єктно-діяльнісного підходу в психології С.Л. Рубінштейн, визначивши, що діяльність людини — це завжди діяльність суб'єкта або суб'єктів [119]. Поняття «суб'єкт», за С.Л. Рубінштейном, стосується саме людини, а термін «суб'єктність» використовується для визначення здатності індивіда або групи бути суб'єктом, тобто виявляти суб'єктні якості.

Дослідники феномену суб'єктності так чи інакше бачать його крізь призму становлення соціальності індивіда, тобто взятого у генетичному зв'язку з соціальним оточенням. Так, Леонтьєв О.М., пояснюючи своє розуміння цього процесу на рівні індивідуальному, вважає, що з психологічної точки зору становлення є процесом «ускладнення» особистісних якостей, яке має місце тоді, коли людина з необхідністю вступає в систему суспільних взаємин.

Абульханова-Славська К.О. називає суб'єктом індивіда, який довільно управляє психікою і своїми діями, свідомо організовує своє життя [3]. Особистість як суб'єкт встановлює міру своєї активності і погоджує її з соціальними структурами, нормами і формами діяльності.

В роботах В.А. Петровського досліджуються феномени надситуативної активності як прояви суб'єктності, феномен якої полягає у тому, що людина сприймає себе в якості причини свого буття в світі, що виявляєть-

ся в актах вільного виходу за межі наперед встановленого (прояву активної неадаптивності людини) [109 ; 110]. Суб'єктність, на думку автора, виражає якісну своєрідність людини як цілепокладаючої, вільної, відповідальної істоти, що розвивається.

Суб'єктогенез як створення особистістю «приватних схем та сценаріїв, а також самоорганізація психіки (центрування на Я, приписування Я здатності до управління, вибудовування опозицій Я і світ, Я та Інші тощо)» називає В.М. Розин [116, с. 108] умовою, що змушує переходити до самотійної поведінки і з чим пов'язується становлення суб'єкта.

Людина як суб'єкт є вершителем свого життєвого шляху, джерелом саморозвитку, цілеспрямовано змінює дійсність, але тим самим змінюючи і саму себе. Причому з віком роль самісних процесів зростає. По мірі дорослішання людини в її житті все більше місця займають саморозвиток, самовиховання, самоформування і відповідно більша питома вага належить внутрішнім умовам як основі розвитку, через яку завжди тільки й діють всі зовнішні причини, впливи. А із зростанням ролі внутрішніх умов посилюється вибірковість у взаємодії людини з зовнішнім світом і виділяється певне коло зовнішніх впливів, яким людина може бути піддана, тобто формується специфічне середовище її життя.

Згідно з В.О. Татенко, суб'єктність — «схильність до відтворення, творіння себе у відповідних, а часом і в несприятливих умовах. Відображає, перш за все, характер активності людини як суб'єкта і розкривається, як вільний, самостійний, автономний, ініціативний, творчий, оригінальний» [125, с. 224].

Загальною тенденцією досліджень суб'єктності особистості є уявлення про те, що саме особистість є носієм перетворюючих властивостей людини. Загалом, точки зору науковців щодо основних ознак суб'єкта приводять нас до висновку, що суб'єктом економічної соціалізації слід вважати особистість, якісна своєрідність якої полягає у здатності самотійно і творчо покладати себе в якості причини свого економічного буття на основі свідомого, рефлексивного та активно-перетворюючого ставлення до дійсності.

При цьому можна вичленити і суто соціально-психологічні ознаки суб'єктності: здатність формувати специфічне середовище свого життя, при цьому співвідносячи міру своєї активності з соціальними структурами, нормами і формами діяльності, виявляючи відповідальну, вибірккову взаємодію з зовнішнім світом. Таким чином, бачимо, що становлення економічної суб'єктності є процесом оформлення як якостей, що означають внутрішньоособистісні зміни, так і суто соціально-психологічних, які забезпечують органічний зв'язок індивіда з зовнішнім економічним оточенням.

Однією з особливостей поняття «суб'єкт» є його інтегративний характер та можливість використання в психології для означення характеристик

як індивіда (індивідуальний суб'єкт), так і групи (груповий, колективний суб'єкт). Поняття «суб'єкт» дозволяє виявити загальне в психологічних властивостях особистості, малої і великої групи та суспільства в цілому. Як зауважив А.В. Брушлінський, фактично суб'єктом може бути спільність будь-якого масштабу, включаючи людство [29].

В соціальній психології інтенсивно формується широке коло нових наукових напрямів дослідження групових явищ, результати дослідження яких використовуються в практичній роботі з різного роду природньо і штучно створеними групами. До таких напрямів відносяться дослідження групової психотерапевтичної практики, групових форм навчання і професійної підготовки, комплектування виробничих управлінських команд та ін. В теоретичному плані загальним для цих досліджень є використання поняття «груповий (колективний) суб'єкт» або «група як суб'єкт», яке означає ту або іншу спільноту з відповідними характеристиками, а саме: активністю, цілісністю, сумісною діяльністю. Умови сучасного суспільства детермінують необхідність інтенсивного дослідження характеристик групового суб'єкта, який здатен протистояти різним видам загроз для нормального функціонування суспільства.

Виникає питання: що нового в розуміння суб'єктності може дати дослідження груп? По-перше, значний внесок можуть зробити результати вивчення впливу характеру соціально-економічних змін і їх динаміки на економічну свідомість і поведінку групи. По-друге, важливою проблемою дослідження є визначення пріоритетної значимості для прогнозування поведінки групи різних елементів суб'єктності: мотиваційно-ціннісних, смислових, емоційних та ін. По-третє, важливим для розуміння сутності суб'єктності має значення дослідження динаміки цінностей груп, які вступають в період ринкових змін. Важливим є з'ясування того, яку роль в економічній поведінці людей, що мають зовсім різні життєві цінності, відіграють загальні соціальні очікування.

А.Л. Журавльов виділяє три властивості, які можуть служити критерієм визначення і описання групового суб'єкта [53, с. 170—182]. По-перше, це взаємопов'язаність і взаємозалежність індивідів в групі, завдяки чому група стає носієм цілісних психологічних якостей, процесів, станів, властивостей. Причому якості групового суб'єкта можуть бути дуже багатоманітними, а самі їх сукупності — різними за обсягом. По-друге, здатність (властивість) групи до саморефлексії, завдяки чому в групі формується соціально-психологічне почуття «ми». По-третє, активність групи, яка утворюється в результаті реалізації у членів групи їх психологічної готовності до сумісної активності. Остання детермінується соціально-психологічним почуттям «ми».

Виділяючи три основні ознаки суб'єктності групи, А.Л. Журавльов вважає, що за умови їх нерівномірного розвитку в групі вони можуть розглядатись як різні рівні суб'єктності, а генеральною ознакою суб'єктнос-

ті потрібно вважати здатність групи виявляти сумісні форми активності. У випадку конкретного дослідження ці ознаки розглядаються одночасно як параметри групового суб'єкта. Загалом, про будь-який рівень суб'єктності можна говорити, коли в наявності є визначені параметри. В зв'язку з цим виникає питання про можливість існування груп, які не мають якостей суб'єктності, наприклад, у випадках стихійно утворених тимчасових груп, або територіальних груп, які утворюються за місцем і часом проживання, або «номінальних» груп, груп-конгломератів та ін.

В емпіричних дослідженнях економічної соціалізації з позиції суб'єктності необхідно виділяти і досліджувати групи не тільки за економічними і соціально-демографічними ознаками, але й за наявності загальних цінностей, ідеалів, перспектив, очікувань, домагань, зі схожою динамікою або близьким відношенням до інших людей, своїм місцем і роллю в соціумі. Такі критерії виділення груп і організації досліджень можуть внести суттєвий внесок в розуміння їх суб'єктності.

Отже, в дослідженні суб'єктності потрібно диференційовано підходити до аналізу групового та індивідуального суб'єкта. Основні характеристики суб'єктності по-різному формуються і виявляються у індивіда і групи. Дії індивіда є більш непередбачуваними порівняно з дією групи, яку легше передбачити. В групі нівелюється полярність особистісних якостей, і за рахунок алгебраїчної сумачії індивідуально-психологічних характеристик груповий суб'єкт має меншу їх варіативність.

Змістом групового суб'єкта є певна якість групи (колективу), якість бути суб'єктом, яка різною мірою характеризує різні колективи (групи). Мовою сучасної соціальної психології «колективність» розуміється як сумісність, тому поняття «груповий» і «колективний» суб'єкти у більшості не диференціюються. Колективність як сумісність не можна змішувати з колективістськими відносинами і колективізмом як психологічною якістю груп, або особистості в колективі. Таке розуміння колективу і колективності було характерним для вітчизняної соціальної психології початку 20-х років і було визначено, зокрема, в роботах М.М. Бехтерева [22, с. 41]. Характеристики групового суб'єкта в результаті взаємодії індивідів в групі стають надіндивідуальними.

Як же змінюється «якість суб'єктності» в разі переходу від індивіда до групи, від малої групи до великої? Спираючись на принципи розглядання (дослідження) психічних явищ, на яких наголошував Б.Ф. Ломов [86], а саме, на важливості виділення в цілісній психіці таких субсистем, як когнітивна і регулятивна (остання включає емоційно-вольові процеси), на цьому шляху можна виділити дві тенденції.

Перша характеризує зміни когнітивної складової поведінки (цілеспрямований відбір інформації, інтелектуальний аналіз, висновки). Тут можливості індивіда є більшими, ніж можливості групи. Чим чисельніше є суб'єкт, тим більше знижується його суб'єктність за цим

параметром. Група може виступати в ролі своєрідного демпфера індивідуальної ініціативи, бо масова свідомість тяжіє до стереотипів, зворотно впливає на інтелект індивіда як щось усереднене.

Друга тенденція стосується емоційно-вольової складової поведінки. Тут суб'єктність групи отримує явний пріоритет. В групі діють механізми наслідування, психологічного зараження, зниження групової відповідальності. Стимулом для групової поведінки стає груповий ентузіазм.

Умовою ефективності соціальної дії як базового елемента соціодинаміки є гармонійне співвіднесення індивідуальної і групової суб'єктності. Крайні варіанти у цьому сполученні породжують соціальні аномалії, а саме: групова занадта саморефлексія призводить до соціальної пасивності, а емоційність, що позбавлена когнітивного регулятора, породжує ефект наговпу.

Якщо ж застосувати поняття «суб'єктність» до людства в цілому як «суб'єкта історії», то це вже сфера соціології, філософії, де з цього приводу не вшухають дискусії. Ю. Габермас, наприклад, вважає, що не може реально існувати суб'єкт історії, бо історія — це результат, а не щось існуюче завдяки суб'єкту. Тема суб'єкта історії звучить як питання раціональності або ірраціональності історичного процесу, як тема наявності в історичному процесі вищого сенсу і як реальна можливість людства впливати на хід історії. Думка, яка виходить в західній філософії від Платона і закріплена Гегелем, полягає в тім, що людський розум має коріння в Абсолюті, що і гарантує розумність дій людини.

Отже, актуальним для соціальної психології є питання оцінки реальних можливостей людини (індивіда і групи) відносно активного впливу на соціальні процеси. Питання стоїть так: яка роль людської суб'єктності (тобто можливості адекватного сприйняття і розуміння, планування дій і їх реалізації) в процесі самоорганізації суспільства. Разом з тим питання про сенс історії і її кінцеву мету виходить за межі емпіричної проблематики. Навіть для умовної відповіді на це запитання потрібно вийти за межі земного людського буття з його системою вимірювань та понять, тобто зайняти позицію зовнішнього спостерігача, який має більш масштабний «метасенс». Тим не менш питання про суб'єктні якості малих та великих соціальних груп, а також людства в цілому не знімається.

Індивідуальний і груповий суб'єкт тісно взаємопов'язані. С.Л. Рубінштейн підкреслював, що розглядати індивідуальну діяльність суб'єкта відокремлено від діяльності інших суб'єктів допустимо в науковому дослідженні, але слід пам'ятати про те, що вона завжди є діяльністю суб'єктів. Те ж саме стверджував Б.Ф. Ломов, який писав: «Точно кажучи, будь-яка індивідуальна діяльність є складовою частиною діяльності сумісної. Тому в принципі вихідний пункт аналізу індивідуальної діяльності полягає в тім, щоб визначити її місце в діяльності сумісній, а відповідно і функцію

даного індивіда в групі... Звичайно, з метою наукового дослідження можна індивідуальну діяльність «вирізати» із загального контексту і розглядати її ізольовано. Але обов'язково при цьому картина буде неповною. Взагалі навряд чи можливо (і особливо в умовах сучасного суспільства) знайти таку діяльність, в якій би індивід подібно Робінзону все від початку і до кінця робив сам» [86, с. 232].

В існуючих підходах до визначення характеристик суб'єктності часто використовується термін «вибір» стосовно зовнішніх умов, професії, місця роботи, виду діяльності, форми ділової активності тощо. В зв'язку з цим слід наголосити, що окрім вибору особистість здатна перетворювати і формувати оточуюче середовище, створювати нові види діяльності, розробляти нові норми, стандарти і правила поведінки. Ці перетворення стосуються не тільки зовнішніх умов або видів діяльності, але також творчого перетворення, переосмислення самої особистості. Основу суб'єктності складає самодетермінація, тобто зміни особистості, які відбуваються у відповідності з її особистими смислами і цілями відносно незалежно від наявності або відсутності зовнішньої стимуляції.

Самотрансценденція, яка розуміється як здатність людини вийти за межі самої себе, як вищий щабель суб'єктності, означає не тільки реалізацію того, що складає передумови або те, що має місце в людині, але й розширення можливостей її самовизначення, передбачає значну внутрішню активність і творчість, спрямовані по відношенню до себе. Отже, основним критерієм визначення вищого рівня суб'єктності людини є можливість перетворення самої себе. Суб'єктність соціалізації в цьому плані може розглядатися як вибір особистістю власного шляху розвитку на основі створених нею базових відносин до світу, на основі власної системи життєвих смислів, принципів, цінностей, можливостей, здібностей, очікувань і домагань.

Економічна соціалізація особистості має багату психосоціальну природу, вона визначається впливом цілого спектру факторів. Суб'єкт і оточуюче середовище знаходяться в суперечливій єдності. Тому, хто береться досліджувати елементи оточуючого світу поза цієї єдності, не вдається виявити в них ті характеристики, які є доступними для сприйняття і значимі для конкретної людини або групи, визначаються неповторністю ціннісно-сміслової і мотиваційно-потребової сфер індивідуального або групового суб'єкта. У свідомості суб'єкта умови середовища опосередковуються, трансформуються через власну систему життєвих принципів, смислів, цінностей і ідеалів, норм і правил, що ним приймаються.

Те, що економічні ресурси мають високу значимість для більшості людей, не викликає жодних сумнівів. Але з якими життєвими цінностями вони пов'язані у конкретного індивідуального або групового суб'єкта — це питання, на яке ще потрібно знайти відповідь. Значимі соціальні об'єкти або явища можуть як існувати реально, так і не існувати в реаль-

ності, можуть сприйматись різними людьми дуже по-різному і виконувати в їх житті особливі функції.

Характер взаємозв'язку особистості і соціального середовища у великій мірі визначається тим, як сприймає оточуюче середовище суб'єкт, тобто які його елементи значимі для нього, до яких ставиться нейтрально, які ним не сприймаються, а які зовсім ігноруються. Сказане може бути віднесеним і до аналізу внутрішнього світу суб'єкта. Людина може приймати, ставитись терпимо, не помічати окремі власні цінності і ідеали, потреби і інтереси, особистісні якості. Таке вибіркове і в той же час перетворююче відношення суб'єкта до внутрішніх і зовнішніх умов зумовлює використання термінів «психологічний» і «соціально-психологічний простір» замість терміну «середовище». Саме тому в дослідженні проблеми соціалізації більш доцільно використовувати термін «простір», а не «середовище».

Використання термінів «психологічний» і «соціально-психологічний простір» має давню традицію в психології і соціології (А. Адлер, Е. Богардус, Г. Зіммель, К. Левін, П. Сорокін, Т. Шибутані та ін.). В роботах сучасних психологів (А.Л. Журавльова, А.Б. Купрейченко, Ю.М. Забродіна, В.Е. Клочко, С.К. Нартової-Бочавер та ін.) досліджуються різні види психологічного (ментального, комунікативного, особистісного) простору або його окремих компонентів (наприклад, психологічної дистанції). Визначаючи характерні особливості феномену і поняття «простір», В.Е. Клочко зауважує, що поняття «простір» відрізняється від понять «середовище», «об'єктивна реальність» тим, що для описання останніх достатньо чотирьох координат — трьох просторових і часу. Поняття «простір» включає в себе, як мінімум, ще три суб'єктивні координати — значення, смисл, цінність, а це означає, що він є пронизаним емоціями, завдяки яким предмети, носії цих верххуттєвих якостей, стають доступними нашій свідомості [75].

На думку В.Е. Клочко, «за поняттям «ментальний простір» стоїть не комплекс зав'язаних у систему елементів об'єктивної дійсності, але й не свавілля системотворення, що здійснюється людиною. Це те, що відбувається між людиною і середовищем, простір, в якому знімається як об'єктивна логіка середовища, так і суб'єктивна логіка людини, підпорядкована одній логіці — логіці самоорганізації людини як відкритої системи» [75, с. 33—34].

Про соціально-психологічний простір можна сказати, що він є «суб'єктивним» середовищем, тобто середовищем, яке сприймається вибірково, яке представлено у свідомості, засвоєне і доповнене, а точніше — «народжене», створене, сформоване самим суб'єктом у відповідності з його життєвими принципами, цінностями і цілями. В загальному вигляді «соціально-психологічний простір» людини є сформована суб'єктом система позитивно або негативно значимих соціальних об'єктів або явищ (включаючи його самого), які займають конкретні позиції в структурі, знаходяться в певних зв'язках один з одним і виконують деякі функції або

ролі у відповідності з певними нормами, правилами, стандартами і закономірностями.

Отже, для того, щоб зробити висновок про вплив факторів середовища на свідомість і поведінку того чи іншого об'єкта дослідження, необхідно виділити групи респондентів, які по-різному сприймають і оцінюють значимість цих факторів для власної життєдіяльності. Важливо також визначити те, яке місце займають різні елементи і фактори оточуючого середовища в структурі соціально-психологічного простору типового представника кожної групи, що вивчається. Аналіз деяких економіко-психологічних досліджень показує, що у представників різних соціальних груп дуже розрізняються значення, смисл і цінність економічних ресурсів — грошей, роботи, власності, багатства і т. ін.

Психолого-економічні характеристики особистості, які зумовлюють стратегії її економічної активності, базуються на значеннях, смислах і цінностях економічних ресурсів (праця, гроші, власність, багатство і т. ін.), які у індивідів, а також у окремих груп не є однаковими. Як показано, наприклад, в деяких дослідженнях економічної поведінки [73, с. 209—210], економічну пасивність представників деяких соціальних груп можна пояснити такими соціально-психологічними факторами як традиціями патерналістської економічної свідомості, що спирається на традиції колективізму, надії на державу, начальника.

Існує ряд досліджень [52; 53; 54—56; 79; 133; 134], які дозволяють визначити особливості економічної соціалізації особистості на основі аналізу ціннісно-сислової структури її свідомості та її динаміки. Н.А. Журавльовою [55, с. 406] емпірично виявлено, 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. Нею показано, 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. Вона встановила, що орієнтація на середньовиражене матеріальне благополуччя частіше виявляється у представників старших вікових груп, які вже мають дітей. Представники молодших вікових груп, які вже мають сім'ю, але не мають дітей, з низьким рівнем освіти частіше демонструють свою орієнтацію на досягнення високого рівня матеріального добробуту (багатства) [55, с. 405].

Отже, ступінь спрямованості на економічні цінності визначають не об'єктивні соціально-економічні умови, а феномен свідомості, зокрема суб'єктивні уявлення, соціальні установки, психологічні відносини. Наприклад, особливості економічної поведінки детермінуються емоційними оцінками, що пов'язані з власністю. В соціальних уявленнях людей вла-

сність може оцінюватись позитивно і негативно, може сприйматись як тягар, як засіб експлуатації, викликати прагнення до влади, накопичення. Без знання особливостей сприйняття власності і ставлення до неї з боку її суб'єктів, різних груп населення неможливо ні організувати економічну активність індивідуального або групового суб'єкта, ні проводити ефективну економічну політику в суспільстві. Як доведено нашими дослідженнями [47], різного роду емоційні оцінки, що пов'язані з власністю, виявляються у особливостях економічної поведінки. Було з'ясовано, що особливості економічної соціалізації корелюють зі смисловим змістом досвіду студентів у сфері відносин власності.

На економічну поведінку індивідів суттєвий вплив здійснюють особливості їх ставлення до грошей. Дослідження ставлення людей до грошей, яке було проведене Є.І. Горбачовою і А.Б. Купрейченко [44], виявило, що гроші тісно пов'язані з такими цінностями, як відповідальність, досягнення, інформація, розваги, здоров'я і любов. Крім того, було встановлено, що у свідомості значної частини опитуваних гроші асоціюються одночасно з полярними категоріями: свободою і залежністю, правдою і брехнею, справедливістю і безвідповідальністю і т. ін. Така двоїстість призводить до формування суперечливого, конфліктного ставлення до грошей у значній кількості населення, а це, в свою чергу, негативно впливає на економічну поведінку.

Одним з основних елементів економічної соціалізації особистості є економічні ціннісні орієнтації, які є детермінантом економічної активності особистості. Тому особливості економічної соціалізації можна визначити на основі аналізу їх структури і динаміки. Регулятивне значення ціннісних орієнтацій яскраво продемонстровано в дослідженнях А.С. Готліба [45, с. 477] на прикладі групи «професіоналів», члени якої здійснювали усвідомлений вибір економічної поведінки, яка суперечить економічному інтересу, але відповідає їх системі життєвих цінностей. В дослідженні Е.Б. Філінкової [133] показано, що система цінностей детермінує економічну ідентичність особистості. Це було доведено нею в дослідженні групи підприємців, в якій виявилось декілька різних типів самоідентифікації, основна відмінність між якими полягає в системі 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. Психологічною основою ідентифікації з «керівником» є усвідомлене прагнення підприємців до реалізації особистих інтересів у бізнесі через залучення інших людей. Підприємців, що ідентифікуються з групою «професіоналів», визначає особливе ставлення до моральних норм у бізнесі, яке характеризується прагненням діяти без їх порушень [133, с. 575]. В дослідженні Е.Д. Короткіної [79] було пока-

зано 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.

Отже, показники економічної соціалізованості залежать не безпосередньо від економічної ситуації, а опосередковуються системою особистісних та професійних цінностей суб'єкта. Від системи цінностей особистості залежить також її економічна активність, ставлення до неї. Як свідчать 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 [55, с. 102]. В дослідженнях, які проводились Н.А. Журавльовою, 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 порівнюються. Наприклад, для студентів-енергетиків характерними є уявлення про багатство як про економічний добробут, який дозволяє задовольнити основні споживацькі потреби [55, с. 100—105]. Було з'ясовано, що уявлення людей різних професій про економічні ресурси і економічну активність необхідно розглядати через систему професійних цінностей суб'єкта.

Отже, ставлення особистості до грошей, багатства, власності, праці та інших економічних ресурсів пов'язано з ціннісно-сисловою стороною суб'єктності особистості. Детермінантами економічної соціалізації особистості стають ті фактори, які наділяються нею значеннями і смислами, що відповідають її найбільш значимим потребам, інтересам, ідеалам, цінностям та ін. Слід також мати на увазі те, що для однієї й тієї ж людини конкретний економічний об'єкт або феномен на різних етапах життя може виконувати різні функції і наповнюватись зовсім різними смислами. Наприклад, поняття «дім» у молодому віці може бути негативною ознакою обивательського способу життя, потім воно може стати бажаним символом успішності і засобом самовираження або символом безпеки, а у похилому віці, коли з домом пов'язано багато хвилюючих спогадів, йому належить важлива роль у збереженні почуття цілісності і безперервності життя.

В процесі соціалізації особистості відбувається трансформація структури її уявлень. У підлітків в ній домінують емоційні компоненти, головним у розумінні благополуччя є прийняття (у групі однолітків); у двадцять років виділяються такі елементи уявлень, як матеріальна забезпеченість, здоров'я і сім'я, і в подальшому відбувається переструктурування елеме-

нтів, що входять в уявлення. Так, у віці 20 років провідним компонентом уявлення про благополуччя є самореалізація, в 30 років — успішна професійна діяльність, а у 40 років — турбота про рідних і близьких. В дослідженнях А.Л. Журавльова і А.Б. Купрейченко [52, с. 102] була встановлена динаміка соціальних уявлень студентів про багатство в залежності від віку. Першокурсники в більшій мірі схильні до стереотипного розуміння багатства як категорії, що означає володіння чим-небудь. Вони пов'язують багатство з наявністю модного автомобіля, меблів, одягу. Студенти 3-го і 5-го курсів багатство в більшій мірі представляють як можливість допомагати близьким. Отже, уявлення про багатство пов'язано з рівнем соціальної зрілості і виражають спрямованість особистості на певні цілі, зокрема, на професійну самореалізацію або турботу про близьких. Результати дослідження економічного самовизначення студентів показали, що компоненти економічної свідомості і самосвідомості студентів в процесі професіоналізації в вузі є досить динамічними. Ця динаміка пов'язана з особливостями процесу особистісного становлення, який відображає зміну життєвих пріоритетів, цілей, самооцінки здібностей і можливостей досягнення цих цілей, а також інших компонентів суб'єктності особистості, зокрема, ставлень до людей, соціальних груп і суспільства в цілому. Ці зміни і зумовлена ними динаміка економічної свідомості студентів характеризуються нерівномірністю, яка найбільш виражена за показниками значимості грошей, уявлень про багатство і бідність [54]. Динаміка ціннісних орієнтацій особистості в процесі економічної соціалізації є предметом спеціальних досліджень також ряду інших авторів. В деяких дослідженнях відмічається, що з віком відбувається переструктурування соціальних уявлень про благополуччя. Так, в дослідженні Т.В. Фоломеевої [134] було показано, що матеріальна забезпеченість, гроші, високий прибуток складають ядро соціальних уявлень про економічне благополуччя для респондентів вікової категорії від 12 до 45 років. Однак зі збільшенням віку підструктура «економічне благополуччя» стає меншою за обсягом. З матеріальним благополуччям пов'язується можливість реалізації в різних сферах життєдіяльності і, передусім, в сфері сімейних відносин: основою сімейного благополуччя вважається стабільне, стійке матеріальне становище.

Отже, спираючись на роботи психологів і соціальних психологів, які займаються проблемою суб'єктності, можна визначити такі основні характеристики суб'єкта економічної соціалізації:

- зв'язок суб'єктності з економічними цінностями суспільства;
- потреба особистості у економічній самовизначеності як потреба у формуванні деякої смислової системи, в якій центральним моментом є уявлення про смисл економічних ресурсів;
- спрямованість особистості на економічну активність;
- активне визначення особистістю своєї позиції відносно соціально-економічної системи суспільства.

1.2.

Інтерсуб'єктна взаємодія як механізм становлення суб'єкта економічної соціалізації

Дослідження останніх двох десятиліть зумовили появу нових характеристик загальних тенденцій в теорії соціалізації, які свідчать про якісні зміни в її розвитку. Головною тенденцією є домінування конструкціоністського підходу в аналізі соціалізації. Традиційно соціалізація розглядається як зміна якісних фаз, до кожної з яких людина повинна бути підготовленою попереднім етапом розвитку. Соціалізація за традицією розглядається як процес нібито повернутий назад, як реакція, що настає за змінами соціальної ситуації. Конструктивістський підхід, навпаки, повинен вирішувати проблему знаходження характеристик особистості, які забезпечують майбутній успіх. В процесі соціалізації формуються особистісні передумови для виконання задач наступного етапу розвитку людини. Соціалізація в такому розумінні повинна вирішувати проблему «заглядування» вперед, як процес, звернений у майбутнє. Конструкціоністський підхід суттєво відрізняється від традиційного диспозиціонізму, який у поясненні процесу соціалізації акцентує увагу на особистісних властивостях як стійких утвореннях, що жорстко зумовлюють поведінку індивіда. Диспозиційний підхід, з точки зору якого соціалізація — це формування характеристик, що забезпечують нормативне функціонування індивіда, склався ще в 20-х рр. ХХ ст. У своєму аналізові соціальної успішності (соціалізованості) людини Ф. Гіддінгс спирається на наявність у неї певних особистісних рис. Так, з його точки зору, більш соціально бажаними є люди уважні, відповідальні, незалежні в думках і такі, що прагнуть принести користь суспільству. Навпаки, безвідповідальні, байдужі, егоїстичні індивіди погано пристосовані до соціального середовища і не мають успіху. Отже, досягнення рівня успішності, адекватного соціальній ситуації, зумовлено певними особистісними установками, атитюдями. Дійсно, цей підхід в певному діапазоні спрацьовує, а саме: якщо це стосується пояснень поведінки і розвитку особистості в буденних обставинах, тобто в обставинах обмеженого кола повторюваних ситуацій. Спостерігаючи за індивідом в певних соціальних умовах, ми виходимо з того, що ті ж самі закономірності будуть виявлятися в іншій ситуації. Саме так і відбувається, якщо ситуація не дуже відрізняється від попередньої. Буденний диспозиціонізм спрацьовує, поки не виникає нестандартна ситуація, наприклад, та, яку змодельював у своєму відомому дослідженні Стенлі Мілгрем. Проте реакцію людей в нестандартних ситуаціях передбачити неможливо з будь-якою точністю. Принаймні це неможливо зробити, використовуючи інформацію про особистісні диспозиції цих людей або навіть про їх поведінку у минулому. Це підтверджується досвідом піввікових досліджень. Максимальна статистична кореляція (0,30) виявленості тих чи інших індивідуальних відмінностей,

з одного боку, і поведінки в новій ситуації, що підтверджує або заперечує ці показники, — з другого, найкраще відображає існування цієї «стелі передбаченості». Перебільшене уявлення людей про значущість особистісних рис і диспозицій з одночасною нездатністю визнати важливість впливу ситуаційних факторів на поведінку індивіда отримало назву «фундаментальної помилки агрибуції».

На відміну від традиційних підходів, які наголошують на важливості досліджень рушійних факторів соціалізації, нові тенденції в теорії соціалізації виявляються у підкресленні того, що аналіз обмежувальних факторів є так само важливий, як і рушійних. Ці тенденції ґрунтуються на визнанні того, що соціалізація відбувається як динамічний багатofакторний процес, в якому задіяна велика кількість одночасно існуючих факторів, які мають характер силового поля і існують як напружена система. В нестандартній ситуації різко виявляються внутрішні чинники соціалізації, які характеризують активність суб'єкта, ту конфігурацію сил, яка діє всередині суб'єкта. Ця внутрішня сила взаємодіє із зовнішньою як суб'єктивна інтерпретація індивідом соціальної ситуації. Концепція напружених систем у розгорнутому вигляді представлена в роботах видатного американського соціального психолога Леона Фестінгера.

Отже, постає актуальним дослідження соціалізації особистості в конструкціоністській парадигмі. Важливим об'єднуючим принципом концепції цієї парадигми є онтологізація людських взаємодій, тобто наголос робиться на породжуючому ефекті взаємодії, на виникненні в процесі взаємодії людини з іншими людьми нової реальності, в результаті інтеріоризації якої відбувається процес соціалізації. Тому важливими для теорії соціалізації стають питання механізмів створення та особливостей цієї нової реальності, яка створюється у інтеріндивідній взаємодії. Особливе значення в поясненні інтеріндивідної природи психічних феноменів мають дослідження інтеракціоністського напрямку, в яких робиться акцент на конструюванні соціально-психологічної реальності в процесі міжіндивідної взаємодії. З виникненням конструкціонізму, який можна назвати сучасним інтеракційним напрямом, онтологізація людських взаємодій стає важливим принципом дослідження соціально-психологічних явищ, зокрема й соціалізації особистості.

Поняття «конструкціонізм», яке означає конструювання людьми соціальної реальності, введено в психологію американським соціальним психологом К. Гергеном [151] у 1973 р. В ідеї «соціальної психології як історії» він змальовує загальні контури нової методології. В його роботах висунуто ідею, що основним змістом соціально-психологічних процесів є конструювання знання соціальними агентами. К. Герген наголошує на значенні розуміння відносності знання, історичності людського мислення, його залежності від ідеології і політики. Акцент робиться на тому, що всі знання відстоюються, осмислюються в суспільстві. Отже, людина ство-

рює реальність. Для розуміння цього стає важливим аналіз взаємодій, відносин і цінностей. Такі ідеї було протиставлено Гергеном вивченню закономірностей стабільної соціальної поведінки.

Аналогічну концепцію, в якій обґрунтовується думка про роль соціальної взаємодії у розумінні процесів пізнання, було розвинуто в європейській соціальній психології, зокрема засновником етогенетичної психології, англійським соціальним психологом Р. Харре, який у 1992 р. назвав свій методологічний підхід до розуміння соціальної реальності другою когнітивною революцією. Він теж проголошує ідеї відносності значень, переважаючої ролі контексту в розумінні історичності знань.

Важливим об'єднуючим принципом конструктивістських концепцій Гергена і Харре є онтологізація людських взаємодій. Герген висуває тезу «*communicamus ergo sum*», робить основним об'єктом аналізу групи співбесідників, що беруть участь у розмові. Для конструктивіста, як стверджує Герген [151], основним є мікросоціальний процес. Саме тут, а не в головах людей конструюється знання. Харре [140] говорить про існування двох аспектів людської реальності: з одного боку, індивід має чисто «біологічну природу», а з іншого — виступає як колективне ество, що набуває своїх атрибутів тільки завдяки своїм зв'язкам з іншими індивідами, причому не в одному якомусь колективі, а у чисельності колективів.

Концепції Гергена і Харре — це одна з двох основних гілок сучасного конструкціонізму. Другою гілкою конструкціонізму є концепція соціальних уявлень С. Московічі [97, с. 174—177], яка акцентувала увагу на питаннях становлення, трансформації, динаміки феноменів соціальної реальності. В яких би формах (наукових, релігійних, естетичних та ін.) не виявлялись соціальні уявлення, вони завжди є способом інтерпретації, осмислення повсякденної реальності, певною формою соціального пізнання, яка передбачає когнітивну активність індивідів і груп. Уявлення не є пасивним відтворенням зовнішнього у внутрішньому. Воно є процесом активного соціально-психологічного відтворення дійсності у взаємодії індивідів певної спільноти, групи. Взаємодіючі суб'єкти за допомогою соціальних уявлень відтворюють, ніби знову створюють об'єкти, людей, події оточуючого світу. Активний характер соціальних уявлень виявляється не тільки в тому, що вони реконструюють елементи зовнішнього світу. Активність соціальних уявлень виявляється і в тому, що вони надають смислу поведінці особи, інтегрують людину в систему соціальних відносин, тобто орієнтують і спрямовують діяльність людини. Завдяки соціальним уявленням факти оточуючого світу трансформуються, щоб стати знанням, яке використовують повсякденно.

Реальний зміст та структурні елементи соціального уявлення залежать від групових процесів, зокрема від того, як структурована група. У внутрішньогруповій міжособистісній взаємодії соціальні уявлення визначають поле можливих комунікацій, цінностей або ідей, що представлені в точках

зору, які поділяються групою, і тим самим спрямовують і регулюють бажану поведінку членів групи. С. Московічі так пояснює утворення стійкої системи відносин членів групи до якого-небудь соціально значущого об'єкта: прививається те, до чого є схильність, що вписується в уже існуючу структуру. Істинними є ті уявлення, які є прегнантними (прегнантність — це тенденція кожного феномена зайняти більш визначену, виразну, завершену форму, що є одним із законів гештальта), відповідають думці і сприйняттю оточуючих. Система уявлень, яка за логікою конвенції стала «об'єктивною реальністю», детермінує зміст соціальної взаємодії.

Для аналізу того, як відбувається «вписування» об'єкта уявлення в систему знань, що склалась раніше, Московічі вводить поняття «ідентифікаційної матриці». Матриці існують для упорядкування як несоціальних, так і соціальних явищ. Матриці для соціальних явищ мають свою специфіку: окрім того, що вони носять оціночний характер, ці матриці завжди пов'язують інформацію, що поступає, з певними соціальними категоріями, наділяючи об'єкт уявлення відповідним словом і значенням. Існують групові детермінанти обробки інформації, яка поступає ззовні: якщо властивості об'єкта, який сприймається, відповідають основним параметрам ідентифікаційної матриці групи, то йому приписується весь комплекс як наявних, так і відсутніх, але пов'язаних з нею характеристик. Соціальні уявлення стають не тільки системою інтерпретації і категоризації явищ оточуючої дійсності, але й конструюючим фактором соціальної реальності.

Для конструктивістського підходу в дослідженні соціалізації індивіда важливими є такі положення:

- реальність соціального світу і реальність внутрішнього світу особистості — це реальності, що постійно пізнаються, осмислюються і інтерпретуються, і в цьому смислі вони є створеними;
- результатом процесу конструювання є створення людиною образу світу, частиною якого є уявлення про саму себе як частину цього світу — соціальна ідентичність;
- завдяки формуванню соціальної ідентичності людина вміє орієнтуватись у непередбачених ситуаціях.

Отже, в поясненні конструкціоністських концепцій соціальність є продуктом інтеріндивідної людської взаємодіяльності. Соціалізація індивіда як процес становлення і розвитку соціальних властивостей особи може розглядатись тільки в контексті соціального співжиття індивідуальних суб'єктів. Цей принцип покладено в основу розуміння сутності економічної соціалізації. Економічна соціалізація індивіда як процес становлення соціальності людини може відбуватись лише в інтеріндивідній взаємодії, в якій виникають умови реалізації у індивіда суто людських властивостей, якими є, перш за все, суб'єктність особистості. Суб'єктність особистості, яка розуміється як саморозвиток індивідом власної психіки на основі потенційних можливостей [125—127], реалізується в умовах, в яких інтер-

індивідуальна взаємодія виявляється як інтерсуб'єктна, суб'єкт-суб'єктна взаємодія. Отже, інтерсуб'єктна взаємодія є механізмом становлення суб'єкта економічної соціалізації особистості.

Інтерсуб'єктний підхід до аналізу особистості, що розроблено у вітчизняній психології, протиставляється моносуб'єктному розумінню особистості (Г. М. Андреева, В.О. Васютинський, О.М. Леонтьєв, Б.Ф. Ломов, С.Д. Максименко, В.О. Петровський, А.У. Харащ, В.О. Татенко та ін.). На думку А.У. Хараща, «міжіндивідуальний зв'язок стає вихідною одиницею психологічного аналізу, а сукупність таких зв'язків — дійсною речовиною», яка утворює «інтрапсихічний склад» особистості. Вмістилищем життя, по суті, бачиться тепер уже не замкнений «внутрішньоіндивідуальний» простір, а відкритий простір комунікацій і взаємодій між людьми, по відношенню до якого факти «індивідуальної психіки» виявляються підпорядкованими і похідними [138, с. 3].

Суб'єкт-суб'єктною (інтерсуб'єктною) можна назвати таку інтеріндивідуальну взаємодію, в якій кожен з учасників виявляє свою суб'єктність через причетність до створення надіндивідуального, інтеріндивідуального простору. Отже, сутність суб'єкт-суб'єктної взаємодії в її породжуючому ефекті, в створенні нової реальності, яка є ядром спільного інтерсуб'єктного простору. Цей простір утворюється індивідами в результаті екстеріоризації їх внутрішніх станів, а також взаємної інтерпретації один одного. «Учасники взаємодії, — пише В. Васютинський, — взаємно репрезентуються один для одного та водночас взаємно означають дійсність, у такий спосіб утворюючи інтерсуб'єктивний світ. Цей світ, з одного боку, виникає в результаті інтерсуб'єктної взаємодії, а з іншого — стає її передумовою, простором, середовищем» [34, с. 172]. Отже, ситуація взаємодії суб'єктів породжує соціально-психологічний простір, який детермінує процес соціалізації індивіда. Цей процес соціалізації відбувається як екстеріоризація і інтеріоризація тих нових структур, які утворюють соціально-психологічний міжіндивідуальний простір. 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» [34, с. 181]. Процес суб'єкт-суб'єктної взаємодії — це не проста інтеракція, а процес взаємної згоди людей приймати впливи один на одного за умов, що вони ставляться до себе і до іншого як до автономного, суверенного суб'єкта активності і як до цінності. Інтерсуб'єктна взаємодія розуміється як трансцендентальне взаємопроникнення, взаємне зумовлювання суб'єктів взаємодії, як спільно-взаємна зануреність суб'єктів в специфічні дискурси. І в цьому сенсі можна констатувати, що факт взаємодії є породжуючим, бо він породжує

нову реальність, нові смисли в силу взаємовпливу. Отже, в інтерсуб'єктній взаємодії кожен з її учасників виявляє і реалізує свою суб'єктність.

В процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії створюється інтерсуб'єктний простір як суб'єктивоване середовище. Це суб'єктивоване середовище створюється в результаті зіткнення, зіставлення, порівняння його суб'єктів. На думку М.С. Кагана, сутність цього процесу полягає не просто в факті передачі і прийому інформації, а у створенні «нової» інформації, загальної для суб'єктів взаємодії і такої, що породжує їх спільноту [65, с. 149—150].

Важливою є думка Б.Ф. Ломова щодо узгодженості цілей суб'єктів міжособистісних відносин, яка потрібна для організації конкретної сумісної взаємодії, в якій виникає єдине соціально сумісне, 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, використовувані в ній знаряддя, відомості про ситуацію, узагальнені дані про імовірний досвід учасників взаємодії, про особливості їх особистостей, необхідні для прийняття рішення сумісної діяльності в цілому.

У зв'язку з означеним вище виникає проблема індивідного та надіндивідного в інтерсуб'єктній взаємодії. Як вже відмічалось, міжіндивідна взаємодія створює комунікативний соціально-психологічний простір, який зумовлює процес соціалізації взаємодіючих індивідів. М. Бубер розглядає цей простір як особливу онтологічну реальність, яка є первісною категорією людської дійсності, хоча і реалізується в різній мірі [32, с. 23—94]. Інтрапсихічний стан, як внутрішнє, «монадне» життя індивідів, детерміновано впливами інших людей. В результаті такої детермінації відбувається перебудова особистості і діяльності суб'єкта взаємодії. Соціальне життя будь-якого індивіда відбувається в рамках відносин з іншими, як члена спільноти, що регулюється загальними правилами і нормами. Ця спільнота належить не сукупності суб'єктів, а сукупному суб'єкту, який має систему особливих якостей, що не зводяться до якостей індивідів, з яких складається сукупний суб'єкт. У зв'язку з цим постає проблема індивідуального і надіндивідуального, їх відособлення і єдності. Не можна не погодитись з тим, що індивідуальне буття є надто очевидним фактом, аби можна було його заперечувати. Інша річ, як розуміти природу індивідуального і надіндивідуального. Цілком зрозуміло, що ступінь їх автономності може коливатись.

Погляди на природу індивідуального і надіндивідуального в історії психології є різними: від ствердження абсолютної автономності цих феноменів до її заперечення, розуміння індивідуального як частки надіндивідуального. Проблема взаємозв'язку індивідуального і надіндивідуального розв'язується як зняття суперечності єдиної системи «Людина — Світ». Індивідуальне пов'язано з надіндивідуальним так, що перше зорієнтована

не на інтеріндивідну взаємодію, а останнє — залежить від індивідного і виявляється в ньому. «Для людського індивіда, — пише В.О. Васютинський, — світ постає через злиття з іншою людиною, через їхнє співіснування, спільне буття, і це спільне буття відразу стає власним буттям індивіда. Такий зв'язок визначає зміст індивідуального існування, наповнює значеннями й сенсами, але попередньо енергетизує його, спонукає до взаємодії, специфічно спрямовує до відображення соціальних впливів» [34, с. 172]. Отже, індивідне і надіндивідне людини існують в єдності «комунікативного стану» [138; 139], який детермінується двоїстим способом, і самою взаємодією суб'єктів, і їх готовністю прийняти вплив один одного, причому дуже динамічний, мінливий в ході самого процесу взаємодії. Комунікативний стан, як вважає А.У. Хараш [138; 139], — це, з одного боку, узагальнений стан готовності до прийому впливів з боку інших людей, який передбачає відповідну глобальну перебудову особистості і діяльності суб'єкта. Іншими словами, це цілісне рецептивне настановлення суб'єкта, змістом якого є очікування спрямованих на нього дій і оцінок. Це, з іншого боку, готовність до комунікативного впливу — налаштованість на дії і оцінки по відношенню до інших людей, яка визначається рецептивним настановленням суб'єкта і є, в свою чергу, її визначальною. Хараш показує, що комунікативний стан лише частково належить суб'єкту у вигляді настановлення, головні його властивості знаходяться у «біляіндивідному просторі». Отже, виникає питання розмежування індивідуальних феноменів і феноменів надіндивідуальних, або групових.

Спробу вийти за межі індивідуальної парадигми було зроблено концепцією соціальної ідентичності Генрі Теджфела та Джона Тернера. В їх теорії соціальної ідентичності введено три основних концепти: соціальна категоризація, соціальне порівняння і соціальна ідентифікація. Дослідження спрямовано на пошуки первинного фактора, який перетворює прості сукупності людей в соціальні спільноти або індивідуальних суб'єктів в сукупного соціального суб'єкта. Увагу Г. Теджфела та його колег було зосереджено на процесах міжгрупової взаємодії. Чисельні експерименти показали, що за деяких умов індивіди поведуться на користь групи, в яку вони входять. Піклуючись про групову вигоду, вони можуть наносити собі певний індивідуальний збиток, не дивлячись на повну відсутність будь-якого примушування з боку групи або яку-небудь попередню домовленість. Виникає питання з'ясування тих початкових умов, за яких зароджується групова поведінка. Це питання було вирішено в концепції самокатегоризації Джона Тернера, якою було подолано індивідуальну парадигму і представлено групи як феномен колективного суб'єкта.

Концепція самокатегоризації почала формуватись лише у 1985 році. На відміну від визначення Г. Теджфелом соціальної ідентичності як аспекту «Я-концепції», що виводиться з групового членства і ґрунтується на ньому, нове розуміння соціальної ідентичності впливає безпосередньо

із самокатегоризації і розглядається як каузальна база групових процесів. Самокатегоризація — це, по-перше, сприйняття індивідами своєї ідентичності в будь-якому відношенні один одного, приналежності до однієї, значимої для індивідів категорії і, по-друге, шлях включення індивідів в соціальну структуру суспільства через нові форми міжгрупової взаємодії. Феномен самокатегоризації містить більш глибокий смисл, ніж факт тривіального усвідомлення індивідом своєї схожості з іншими. Самокатегоризація означає, в першу чергу, не схожість між собою індивідів як членів певної групи, а відмінність від всіх людей і соціальних груп. Вона відображає диференціюючі процеси і орієнтується на створення групових меж і міжгрупових відносин. Самокатегоризація — це не чисто когнітивний, пов'язаний з інформацією, процес. Категоризація перетворюється на самокатегоризацію завдяки включенню індивідів у загальне поле активності, що задане конкретними умовами взаємодії. Це загальне поле активності зумовлене соціальними потребами, які тягнуть людину в групу. Як вже відмічалось, потреби, які у ієрархії потреб Маслоу займають вищі щаблі, можуть задовольнятися тільки в соціальних групах за рахунок членства в них.

Концепція самокатегоризації визначає альтернативу великій кількості досліджень, що здійснено в традиціях розглядання групи як соціальної «зцепленості» (Тернер) індивідів. Традиційно факторами формування групи розглядаються такі феномени, як згуртованість, колективні зв'язки, соціальний вплив. Вводячи формування соціальної ідентичності в рамки процесу самокатегоризації, Д. Тернер «перевертає» каузальний зв'язок наступним чином: він доводить, що міжгрупова поведінка не є результатом самосприйняття, а навпаки — вона є його причиною. Нове розуміння соціальної ідентичності впливає безпосередньо із соціальної категоризації і виглядає як каузальна база групових процесів.

Поділ ідентичності на персональну і соціальну дозволяє обґрунтувати доцільність деперсоналізації і стереотипізації групових членів як основи для категоризації зовнішніх груп. Крім того, стає зрозумілим, що сам процес становлення і реалізації ідентичності особистості є головною умовою її соціалізації і входження в соціальний світ людей. Соціальна ідентичність як сприйняття себе членом інгрупи, як такого, хто відрізняється від членів аутгрупи, знижує сприйняття себе як автономного, унікального індивіда. Тобто процес набуття соціальної ідентичності супроводжується деперсоналізацією особистості. Саме це є передумовою виникнення таких феноменів, як згуртованість, етноцентризм, емпатія, взаємовплив тощо. Проте деперсоналізація — це не втрата індивідуальності і не спрощення її, і може розглядатись як прибавка, а не втрата ідентичності. Вона знаменує перехід до нового, більш адекватного для даної ситуації рівня взаємодії. Як пише І.Р. Сушков, формування соціальної спільноти починається з деперсоналізації, тобто з віднесення індивідами себе до чогось

загального, загального поля активності, яке зумовлене загальним контекстом міжгрупової взаємодії [124, с. 270].

Центральним процесом, за рахунок якого людина як індивідуальна істота включається у розвиток суспільства, є ідентифікація. В результаті ідентифікації індивіди отримують можливість через соціальну ідентичність продовжити вплив своєї особистості далеко за межі фізичного існування людської особи. Соціальна ідентичність, яка виявляється через уніфікацію індивідуальних оцінок, образів і установок, підвищує у індивіда впевненість в їх істинності, мотивує до розповсюдження їх на весь оточуючий світ. Таким чином, через деперсоналізацію (соціальну ідентичність) збагачується індивідуальність особи, яка продовжує себе в інших. У зв'язку з цим, можна погодитись, що долею народу керують у більшій ступені покоління, що вмерли, ніж ті, що живуть.

Взаємодія — це універсальна властивість всього існуючого світу речей і явищ в їх взаємній зміні, впливові одного на інші. В суспільстві взаємодія — це система зв'язків і взаємодій між індивідами, соціальними групами, сукупність всіх соціальних відносин. М.М. Обозов [105; 106] вважає поняття «взаємодія» родовим по відношенню до таких його видів, як «взаємовідношення», «взаємодопомога», «взаєморозуміння», «взаємовплив» тощо. Як відомо, людина для задоволення своїх потреб повинна вступати у взаємодію з іншими людьми, входити в соціальні групи, брати участь у сумісній діяльності. Тому, звичайно, неможливо знайти на Землі людину, яка була б зовсім ізольованою від інших людей. Більш того, одне лише розуміння того, щось десь існують інші люди, може суттєво змінити поведінку індивіда. Чисельні дослідження виявили суттєві зміни в психіці людини, які відбуваються при її сприйнятті себе членом спільноти. Наприклад, феномени «зрушення ризику», агресивність досліджуваних в експериментах С. Мілграма і Зімбардо пояснюються тим, що члени груп сприймають себе з більш екстремальних позицій, ніж окремі індивіди. Цей екстремізм має не індивідуальну, а групову основу. У випадках перебування в таких групах як натовп відповідальність індивіда за свої дії стає мінімальною.

У всіх сферах свого життя людина зв'язана з іншими людьми безпосередньо чи опосередковано, пасивно чи активно, постійно чи ситуативно. Соціальні взаємозв'язки мають різні підстави і багато різних відтінків, які залежать від особистісних якостей індивідів, що вступають у взаємозв'язок. Формування цих зв'язків відбувається поступово від простих форм до складних. Соціальні зв'язки індивіда, який знаходиться навіть у малочисельній групі, являють собою чисельність взаємодій, які складаються з дій і зворотних реакцій на них. Утворюється складна система взаємодій, в яку включено різну кількість індивідів. Отже, інтеріндивідна взаємодія є природною потребою людини. Становлення людини відбувається не завдяки пристосуванню генетичноспадкованої видової поведінки до зміни

середовища, як це спостерігається у тварин, а в результаті передачі людям досвіду попередніх поколінь на основі міжіндивідної взаємодії. Індивід може реалізуватись як соціальна істота лише у спілкуванні з іншими людьми. Людина, з'являючись на світ, не має ніяких навичок, ні здібностей для існування. Ті якості, які забезпечують її життєдіяльність в даному соціумі, вона набуває в процесі взаємодії з іншими людьми. Як іноді говорять, якби раптово на землі зникли всі люди старше двох років, то малюки, які вижили б, вирости б дикунами. Вони не змогли б скористатися досягненнями прогресу людства. Більш того, вони не змогли б розмовляти один з одним, бо не знали б мови. Все це виникло в процесі спілкування в далекій давнині людства, і всього цього навчається кожна людина з моменту народження від інших людей в процесі спілкування з ними. Свідомість і мова, саме мислення є продуктом взаємодіяльності людей. Це добре ілюструє унікальний науковий педагогічний експеримент, який проводився в Загорській школі-інтернаті під керівництвом видатного вітчизняного психолога А.І. Мещерякова. Особливості експерименту Загорської школи в тому, що в процесі виховання і навчання, яке було побудовано на основі взаємодії дітей і вчителів через предмети, у сліпоглухонімих дітей сформувались психічні властивості, які дали змогу дітям не тільки навчитись говорити, але й навчатись в загальноосвітній школі, а деяким — у вищих навчальних закладах. Людський світ — це поле смислів і значень. Ці смисли і значення створюються і підтримуються різними формами людських стосунків, соціальних взаємодій, вони закріплені в мові. Без цього світу немає людини. Завдяки входженню в цей світ через взаємодію людини з іншими людьми формується особистість. Ж. Лакан показує, що наявність Іншого і взаємодія з ним є сутнісним фактором виникнення власного Я [81]. Екзистенціальний психолог Р. Мей [90] вважає, що дійсною одиницею аналізу особистості є саме взаємодія її з іншою особистістю. Людина приходить до свого внутрішнього через те, якою стає для інших. С.Д. Максименко пише, що первісно людина є такою, якою її визначають відносини з Іншими. Він наголошує, що людині первісно дано взаємодіяти з системою відношень і смислів, що створено іншими людьми, і являє собою їх світ існування [88]. Прагнення людини до взаємодії з іншою пояснюється їх потребою регулювати власну Я-концепцію і підвищувати самооцінку, самостверджуватись, самопідтверджуватись, позбавитись страху, тривоги, сумнівів, невпевненості.

Карл Роджерс, вводячи поняття Я-концепції, вважав, що самосвідомість, організовану як Я-концепція, можна коректувати, удосконалювати, поліпшувати. Сформувавшись в свій час, Я-концепція бореться не тільки за своє збереження, але й за підсилення себе. Підсилитись вона може тільки розвиваючись і удосконалюючись. В розвитку, в перебудові Я-концепції і полягає сутність самоактуалізації особистості. Для цього потрібна підтримка з боку оточуючих, порівняння з іншими, протиставлення себе

іншому. С.Д. Максименко в своїй роботі «Генеза здійснення особистості» [88] звертає увагу на те, що в межах живої природи Землі не зустрічається жодного випадку ізолюваного існування організму. Саме в цьому вбачали унікальність єдності земного життя творці теорії біосфери та ноосфери Т. де Шарден і В.І. Вернадський. Цей факт говорить про те, що існування життя на всіх його рівнях забезпечується поряд з іншими умовами також нескінченним потягом до взаємоіснування. Отже, існує природна потреба людини в іншій людині, у взаємодії з нею.

Соціальне буття реалізується через взаємовідносини між людьми, які є найважливішою детермінантою всієї системи психічного, а отже і умовою існування особистості. Людська життєдіяльність відбувається як взаємодія індивідів, в основі якої лежать первинні потреби у іншій людині. Е. Фромм називає потребу зв'язку індивідів з навколишнім світом нездоланною людською потребою [136, с. 26—40]. Задоволення цих потреб стає можливим лише завдяки виявленню їх у навколишнє середовище через спілкування з іншими людьми. Особистість як діяльний суб'єкт завжди відчуває потребу в оцінці її діяльності з боку іншої людини, щоб співвіднести цю оцінку з самооцінкою. Б.Г. Ананьєв цю потребу характеризує як вияв особистістю потреби у соціальній стимуляції свого розвитку. Ця постійна потреба в іншій людині, значення «іншого» є найважливішим в житті людини будь-якого віку. Людині важливо, щоб її помічали. В спілкуванні людина підтверджує значення свого «Я». Ще на початку ХХ ст. англійський філософ, психолог і педагог У. Джеймс казав, що для людини немає більш жорсткішого покарання, ніж бути в суспільстві і бути непомітним для інших людей.

Оскільки потреби людського індивіда можуть бути задоволеними лише через контакт з іншими, то можна стверджувати, що первинно процес задоволення потреб людською істотою відбувається в соціальній організації, тобто з самого початку процес формування властивостей індивіда має соціальний зміст. Якщо людська психіка має первісно інтеріндивідний характер, то соціалізація індивіда може розглядатись тільки в контексті соціальної взаємодії. Це означає, що не існує соціалізації поза міжіндивідної взаємодії, як і людська взаємодія не може бути без соціалізації.

Особливості суб'єкт-суб'єктної взаємодії найбільш виявляються у міжособистісній формі. Міжособистісна взаємодія завжди здійснюється, як мінімум, з двома партнерами, які в цьому процесі пов'язані єдиним інформаційним простором.

Міжособистісна взаємодія — це така форма соціальних відносин, в яких здійснюється безпосереднє спілкування окремих індивідів.

Значну традицію вивчення міжособистісних відносин має вітчизняна психологія. Найбільше досліджувались пізнавальні, емоційні та практичні відносини. Найбільш повно міжособистісні відносини представлено в роботах О.О. Бодалева [23], в яких відносини аналізуються як соціальна

перцепція. В цьому контексті взаємодія суб'єктів представлена з точки зору взаєморозуміння індивідами один одного. Іншим напрямком дослідження міжособистісних відносин є та їх сторона, яка пов'язана з емпатією і атракцією [39]. В руслі цього напрямку зверталась увага на властивості привабливості в процесі взаємодії, які детермінуються або внутрішніми характеристиками об'єкта симпатії, або його соціально-рольовим статусом. У вивченні практичної сторони міжособистісних відносин розглядались різні стилі поведінки суб'єктів по відношенню один до одного.

Дослідження міжособистісних відносин у вітчизняній психології спирається на методологічну концепцію відношення, що розроблено В.І. Мясіщевим, який визначає психологічні відношення як цілісну систему індивідуальних, усвідомлених зв'язків особистості з різними сторонами об'єктивної дійсності [100—103]. Він писав, що діяльність і поведінка однієї й тієї ж особистості в кожен даний момент визначається її відносинами, що випливають, в свою чергу, із історії розвитку особистості, тобто із всієї об'єктивної суспільно-історичної практики. В своїх роботах В.І. Мясіщев відмічав, що в процесі міжособистісних відносин відбувається не стільки процес передачі інформації, скільки взаємна згода людей приймати впливи один на одного за умов, що вони ставляться до себе і до іншого як до автономного, суверенного суб'єкта активності і як до цінності.

В понятті «міжособистісний» акцентується увага на персоніфікованій формі взаємодії, на її індивідуалізованому характері, підкреслюється емоційність відносин. Вступаючи в міжособистісне спілкування, люди орієнтуються на свої внутрішні цілі і цінності. Відносини до партнера формуються «тут і тепер», в ході безпосереднього контакту, на основі поведінки, яка ним демонструється. Міжособистісна взаємодія надає своїм партнерам значну свободу у виборі «режиму» дії, у прийнятті рішення про її тривалість. Сутність міжособистісної взаємодії визначається активною природою людської особистості, яка складає цей процес. В цьому процесі кожен учасник бачить в своєму партнерові не якийсь об'єкт, а активного діяча, і на цю його активність він орієнтується, направляючи йому інформацію, аналізуючи його мотиви, цілі, установки.

Безпосередній контакт між партнерами, який характеризує міжособистісну взаємодію, зумовлює ряд її особливостей: тісний зворотний зв'язок, що регулює процес взаємин; багатство кодів, що використовуються, зокрема й невербальних; двосторонній обмін інформацією, який відбувається у вигляді діалогу. За своєю сутністю міжособистісна взаємодія має яскраво виражений експресивний характер, пов'язаний з самовираженням «Я». Для міжособистісної взаємодії притаманний діалогічний стиль взаємовідносин як такий стиль, в якому обидва партнери сприймаються кожним як цінність, як унікальна індивідуальність, як творець власного життя. На думку М.М. Бахтіна, «одиницею» діалогу є «двоголосне слово». В діалозі сходяться два розуміння, дві точки зору, два рівноцінних голоси в дещо ціле.

У визначенні А.У. Хараша [138; 139] діалог — це стан контакту «Я» з конкретним іншим, це «слухати і чути», «дивитись і бачити». Діалог завжди орієнтовано на взаєморозуміння. В діалогічному спілкуванні відбувається відкриття людиною іншої реальності, яка відрізняється від самої себе і своїх проєкцій. Перш за все — це відкриття реальності іншої людини, її думок, почуттів, уявлень про світ і як наслідок — відкриття нових горизонтів оточуючого світу. Оскільки ставлення людини до світу завжди опосередковується спілкуванням з іншими людьми, остільки сформована особистість є результатом того, що саме їй передається ззовні оточуючими її людьми. Тому діалогічний стиль взаємодії — це така форма соціальної взаємодії, яка виводить індивіда на рівень єдності з родом, колективом, соціумом. Діалогічна взаємодіяльність є завжди діяльністю по залученню до загальних цілей і загальних цінностей. В цьому якраз виявляється зміст діалогічного спілкування, його спрямованість, його культурно-виховний ефект. Інша ситуація, в якій здійснюється процес міжособистісного спілкування, може бути визначеною як діалог, орієнтований на взаєморозуміння. В процес міжособистісної взаємодії включено рефлексію — усвідомлення індивідом того, як він сприймається партнерами зі спілкування. Це не просто розуміння іншого, а знання того, як інший розуміє мене, своєрідний подвосний процес дзеркального відображення внутрішнього світу іншої людини, в якому є присутнім «образ» партнера. Ще Л.С. Виготський підкреслював, що особистість стає для себе тим, чим вона є в собі, через те, як вона уявляється іншим. Таку ж ідею висловлював Дж. Мід, вводячи в аналіз взаємодії «генералізованого іншого». Індивід співвідносить себе з іншим не взагалі, а трансформуючи це співвіднесення в залежності від ситуації взаємодіяльності. В ході пізнання іншої людини одночасно здійснюється декілька процесів: емоційна оцінка цього іншого, намагання зрозуміти склад його вчинків і заснована на цьому стратегія зміни її поведінки та побудова стратегії своєї власної поведінки. Співставлення себе з іншим здійснюється немов би з двох сторін: кожен з партнерів уподібнює себе іншому. У побудові стратегії взаємодії кожному потрібно приймати до уваги не тільки потреби, мотиви, установки іншого, але й те, як цей інший розуміє його потреби, мотиви, установки.

1.3. Атрибутивні ознаки економічної суб'єктності особистості

Якщо аналізувати навіть ті праці, що обговорювались вище, з точки зору психологічних ефектів становлення суб'єктності особистості, то увагу привертають два взаємопов'язаних ефекти: зміни в самій особистості та зміни в економічному оточенні суб'єкта.

Розглянемо соціально-психологічні детермінанти таких змін. Серед останніх найбільш підтримуваним є факт включення особистості у соціальні відносини. Як у західних теоріях особистості, які базуються переважно на основі психоаналітичної практики (А. Адлер, Ж. Лакан, А. Маслоу, К. Роджерс, К. Юнг), так і у вітчизняних (Л.І. Анциферова, А.В. Брушлинський, Д.М. Завалшина та ін.), категорія суб'єкта з'являється там, де актуалізується потреба дослідника пояснити психічні феномени, які виникають в процесах взаємодії людини зі світом, в процесі співвіднесення і узгодження зовнішньої (об'єктивних вимог і обставин) та внутрішньої (власних можливостей, цінностей тощо) реальностей. Суб'єктність людини, на думку В.В. Знакова [61, с. 26], означає, що вона невіддільна від світу, включена у нього, але разом з цим свідомо протистоїть поводженню з собою як з бездушною річчю, об'єктом маніпуляцій.

Вказуючи на необхідність зміни масштабів одиниць аналізу психіки у бік їх більшої інтегративності (таких, які б відображали цілісні фрагменти людського буття, наприклад події, досвід тощо), В.В. Знаков перш за все наводить приклад щодо суб'єкт-суб'єктних та суб'єкт-об'єктних відношень. Він зазначає, що «взаємодія суб'єкта і об'єкта фактично призводить до включення пізнаючого у пізнаване. Людина парадоксальним чином і протистоїть, як дещо зовнішнє, об'єктивним обставинам свого життя, і сама є їх внутрішньою умовою. Суб'єкт не тільки пасивно фіксує, розуміє природні і соціальні ситуації, але й намагається активно впливати на них. Внаслідок цього він перетворює не тільки світ, але й себе у світі [61, с. 17].

В.О. Татенко говорить про здатність суб'єкта самоінтегруватись по «висхідній». Але йдеться про інтеграцію навколо своєї сутності. Це відбувається в процесі самостійного, вільного і творчого здійснення своєї життєдіяльності та розвитку в цій якості протягом усього життя у формі особистості, індивідуальності як специфічно людських відношень [125—127].

На дещо іншому, соціоцентричному характері здатності суб'єкта виконувати інтегративну функцію наполягає Розин В.М. [116, с. 108]. Він, слідом за М. Бердяєвим, М. Бубером та М. Бахтіним, пояснює природу формування особистості як діалектику двох, на перший погляд, різноспрямованих процесів. З одного боку, це постійне відтворення себе у своїй константності, у виявленні своїх меж, у конституюванні автономії та визначеності свого індивідуального існування. З іншого ж, це постійний пошук опори на допомогу інших. За словами Розина В.М., відтворити себе означає не тільки працювати над собою, змінювати та перетворювати себе, але й вислуховувати Реальність, вбудуватись у дискурс, звільнити місце для зустрічі з самим собою, вищими силами, богом; взагалі, кожне своє зусилля зв'язати із зусиллями інших сил та реальностей [116, с. 106]. Посилаючись на працю «Лекції про Пруста» М. Мамардашвілі, автор трактує

таку працю з відтворення своєї визначеності та автономії як особливий духовний досвід спасіння, в ході якого людина усвідомлює та відкриває інший світ (світи) та навчається жити в ньому — досвід набуття екзистенційної суб'єктності [116, с. 106]. В цьому твердженні вбачаємо вчинкову сутність суб'єктності особистості: основною функцією суб'єкта, на наш погляд, є інтергагивна — і в плані єднання всієї системи зв'язків і відносин, і в плані інтегрування їх ззовні всередину, в особистісні структури власного досвіду з тим, щоб спиратись на них у подальшому поступі у світі і в процесі інтеграції до внутрішньоособистісних структур базових цінностей людства.

Цілісність та інтегрованість визнається також А.В. Брушлинським як одна із головних ознак суб'єкта. Суб'єкт є інтегратором всіх властивостей людини. Ця категорія є найбільш широким, всеохопним поняттям людини, яке узагальнено розкриває єдність усіх її якостей: природних, соціальних, громадських, індивідуальних [28—31]. Індивідуальний суб'єкт автор визначає як «вищий інтегративний рівень активності людини». Згідно з визначенням А.В. Брушлинського, кожна людина є суб'єктом, проте це — онтологічна якість, і на кожному етапі розвитку людина знаходиться на певному рівні перетворювальної активності.

Через Я — суб'єктно утворюючий початок як усієї соціальної еволюції, так і розвитку окремого індивіда — Сайко Є.В. обґрунтовує системний погляд на суб'єкта-індивіда у просторі соціальних відносин суб'єкта — Соціуму [122, с. 35—36]. Так, розглядаючи Я індивіда як маркер соціального сенсу суб'єкта, Є.В. Сайко [122, с. 32] називає його генетично заданим конструктором соціального світу. Сам індивід у єдності з цим світом постає як суб'єкт соціальної дії, який творить особливий, соціальний світ — світ речей, відносин, — і який усвідомлює себе належним до цього нового культурного світу та який пізнає його у своїй цілеспрямовано організованій діяльності. Суб'єктність постійно відновлюється індивідами в системі їхніх відносин як необхідний момент існування соціального.

Отже, співзвучною нашим міркуванням щодо проблеми економічної суб'єктності є позиція названих науковців щодо сутності становлення людини як суб'єкта економічної діяльності. Остання може бути зрозумілою саме через включення людини в систему різноманітних відносин з економічною дійсністю.

Суб'єктну сутність діючого індивіда визначають смисли, цінності, цілі і задачі, проєктивні здібності тощо, які розвиваються у просторі відносин та взаємодій у соціумі. «Суб'єктність виступає як задане системами відносин, що розвиваються, явище і одночасно як умова формування цих відносин, самого соціального — людського життя, соціуму» [122, с. 40]. Культура відносин, яка твориться в просторі взаємодії і дії із загальнозначущими, фіксованими в ідеальних визначеннях предметними формами — знаками, заключаючи в собі можливість існувати не тільки в теперішньому, але і в

майбутньому, стає, за словами Е.В. Сайко, провідним чинником суб'єктності індивіда. «Саме майбутнє, можливість і необхідність його проектування стає важливим визначаючим моментом суб'єктності індивіда як свідомого цілеспрямованого діючого, який творить новий неприродний світ — світ культури» [122, с. 38]. При цьому такі відносини не зводяться до простої сукупності різнопланових зв'язків. Цим відносинам властиві не тільки усвідомлені цілі конкретної діяльності й спілкування, але і сумісне проектування майбутнього у розширенні та ускладненні умов свого функціонування.

Підсумувати сказане допоможуть слова С.Л. Рубінштейна про те, що онтологія особистості стає більш чіткою, коли остання не замкнена у внутрішньому просторі психічного, а «взята» у просторах об'єктивних явищ, існуючих поза індивідуальною психікою, у всіх її взаємозв'язках і взаємовідношеннях зі світом. Такого погляду на особистість, включену у «простори її реалізації» або буттєві простори, які можуть реорганізуватись нею згідно з її потребами і смислами, бракує сьогодні для більш повного розуміння того, якими якостями має характеризуватись сучасна молода людина як зрілий життєстійкий суб'єкт. Більш того, саме у виборі соціокультурного шляху розвитку проявляє себе суб'єктність. Так, аналізуючи особливості становлення образу нового типу особистості нашого сучасника, Розин В.М. [116, с. 100] говорить про рівноцінність внеску в нього як самої особистості (власного «Я»), так і Культури та Інших. У цьому випадку, згідно з автором, джерело нашого життя не тільки в нас самих, але і в Інших, а також в Культурі. «Реальність і моя і інших людей — принципово не є онтологічною, це є феномен культури, квінтесенція мого особистого досвіду і буття» [116, с. 100].

В цій тезі вбачаємо ідеї: 1) про взаємини особистості і економічного оточення як про інтерсуб'єктний простір та 2) про рядоположність та однакову цінність у становленні індивідуальної суб'єктності як суспільної культури, так і досвіду самої особистості.

Перше положення частково пояснювалось вище. Додамо, що, оскільки становлення економічної суб'єктності особистості є процесом ускладнення економіко-психологічних характеристик в просторі інтеріндивідної взаємодії, саме в просторі спілкування з іншим відкриваються можливості для реалізації індивідом його суто людських властивостей. Окрім того, слід зазначити функцію такої взаємодії, суть якої — у породженні, створенні, навіть співтворенні (оскільки творення є спільним для усіх суб'єктів взаємодії) нової реальності, яка є ядром спільного інтеріндивідного простору, який детермінує процес соціалізації особистості, у тому числі й економічної.

А. Журавльов і А. Купрейченко вважають, що соціально-психологічним простором людини є сформована суб'єктом система позитивно чи негативно значущих соціальних об'єктів або явищ (включаючи його са-

мого), 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. Те, що значущі соціальні об'єкти або явища можуть як існувати, так і не існувати в реальному навколишньому світі, можуть сприйматися різними людьми принципово по-різному і виконувати в їхньому житті зовсім особливі функції [54, с. 75], означає, що соціально-психологічний простір перш за все є суб'єктивним явищем.

Клочко В. обґрунтовує «ментальний простір» уже як інтерсуб'єктне явище. За цим поняттям, на думку автора, варто розглядати не комплекс зав'язаних в систему елементів об'єктивної дійсності, але й не свавілля системотворення, здійснюване людиною. Це те, що відбувається між людиною і середовищем, простір, в якому знімаються як об'єктивна логіка середовища, так і суб'єктивна логіка людини, підкоряючись одній логіці — логіці самоорганізації людини як відкритої системи» [76, с. 33—34]. Отже, проблему суб'єктивної розділеності, за словами С.І. Розума [117, с. 4], люди вирішують шляхом створення загального для всіх простору, інтерсуб'єктивного світу, що носить конвенціональний та культуроспецифічний характер.

Якими ж є психологічні ефекти становлення економічної суб'єктності особистості в просторі відносин з іншими суб'єктами?

«Суб'єкт — це свідомо діюча особа», — підкреслює С.Л. Рубінштейн у своїй книзі «Людина і світ» [119, с. 67]. На рефлексивності, здатності особистості усвідомлювати здійснювані нею вчинки як вільні моральні діяння, за які вона несе відповідальність перед собою і суспільством, як одному з основних критеріїв суб'єкта, наполягають А.В. Брушлинський, В.В. Знаков, О.М. Волкова, Н.Ю. Волянюк, В.О. Татенко та інші. Рефлексивність як здатність ставити і корегувати цілі, усвідомлювати мотиви, самостійно вибудовувати дії та оцінювати їх відповідність тому, що замислене, вибудовувати плани життя, на думку А. Неверова [104, с. 19], розвивається саме у відносинах з оточенням. В.В. Знаков іде далі, підкреслюючи тісний зв'язок рефлексивності людини з її моральністю. Він пов'язує суб'єктність з внутрішньою свободою людини, яка приймає рішення про способи своєї взаємодії з іншими людьми, перш за все, на основі свідомих моральних переконань [61, с. 23]. На підтвердження цієї тези звернемось до міркувань В.О. Татенка про те, що бути суб'єктом — це не тільки хотіти і могли, але самопричинно відповідально діяти у напрямі реалізації своїх інтенцій і актуалізації своїх потенцій [126, с. 348].

Отже, викристалізовується ще одна грань суб'єктності як основної ознаки — відповідальність, заснована на здатності до рефлексії та високій моральності.

Сутність становлення відповідальності у економічних відносинах можна зрозуміти, якщо становлення суб'єкта відрізнити від його існування

(функціонування). В чому ж полягає різниця між функціонуванням особистості у системі економічних відносин і становленням її як суб'єкта економічної діяльності?

До відповіді на це питання наближаємось завдяки обґрунтуванню суб'єкта з точки зору системно-еволюційного підходу, здійсненому А.Н. Неверовим [104]. Говорячи про здатність до постановки цілей та їх оцінки як основної характеристики суб'єкта, автор звертається до феномену співвідношення цілей і функцій елементів системи. Найбільш доцільно, на його думку, розуміти функцію як смисл існування, призначення, необхідності складної системи. Функція відображає призначення системи, виступаючи чинником, що її утворює. Таким чином, функція задається системі ззовні і показує, яку роль дана система має виконувати в рамках більш загальної системи, до складу якої вона включена як елемент, компонент поряд з іншими системами, взаємодія з якими виступає як середовище її існування. Це положення, на думку А. Неверова, має два важливих наслідки. Імпульс до змін, в тому числі і розвитку системи, може генеруватися як всередині системи, так і зовні, але утворюється система тільки за рахунок об'єктивації, тобто надання їй певної функції системою більш високого порядку.

Окрім функції, система може мати мету. Мета в узагальненому вигляді являє собою «бажаний» стан виходів системи, тобто певне значення або підмножину значень інтрасистемних функцій. Слід зазначити, що в окремих працях мета прирівнюється до ідеалу, проте ідеал — це якийсь стан системи, який є максимальною реалізацією наявної області досяжності, тоді як мета — це не всякий стан системи, а тільки інтрасуб'єктно-бажаний. Отже, ідеал ширший за поняття мети і не завжди може порівнюватись з нею.

Згідно з класифікаціями мотивів психологами В.Г. Асєєва, Р.С. Немова, П.М. Якобсона, мета є самостійним мотивом. Причому мету неможливо віднести ні до зовнішньої, ні до внутрішньої мотивації, вона перебуває в полі їхнього перетину. Дійсно, мета може бути як задана ззовні, так і поставлена системою самій собі. У останньому випадку вона буде виражати внутрішні потреби системи. Але в будь-якому випадку вона розташовується на зовнішньому контурі взаємодії середовища і системи, так само, як і функція. Тому, всупереч сформованій в літературі і в дослідженнях з системного аналізу думці, цілі підсистеми (в нашому випадку — особистості), якщо вона, у свою чергу, є самокерованою цілеспрямованою системою, не можуть (і не повинні) бути підпорядковані цілям тієї системи, в яку вона входить, в силу вихідної відмінності потреб та інтересів. Їхні цілі повинні бути несуперечливими, взаємно не виключати одна одну. У той же час функція і мета можуть збігатися. У цьому випадку можна говорити про усвідомлення елементом (особистістю) свого місця в системі (наприклад, системі економічних відносин) і збіг його прагнень з потребами в ньому. Виходить, що до суб'єктів можна віднести складні системи (все вищесказа-

не стосується лише такого типу систем), що генерують цілі всередині себе, а до об'єктів — системи, яким цілі задані ззовні. Таким чином, особистість як систему, також як і групи різної чисельності, можна віднести як до суб'єктів, так і до об'єктів.

Стосовно функції, то необхідно відзначити, що людина — унікальна складна система, що виконує різноманіття функцій: одна задається суспільством (людством), інша — групами членства, третя — референтними групами, а по суті самою людиною. Причому дані функції не лише не співпадають, але найчастіше є взаємовиключними. Вищезазначене дозволяє констатувати, що суб'єктом є такий елемент системи, що здатен до самостійної, надситуативної активності, обов'язковою умовою якої виступає самодетермінована ним постановка цілей.

Отже, слідом за А. Неверовим, можна говорити про джерело цілей як базову відмінність між суб'єктом і об'єктом. У випадку суб'єкта ініціатором цілей є він сам. Важливими для нашого розуміння природи суб'єкта є подальші міркування щодо того, за рахунок яких якостей власних і середовищних з'являється і розвивається суб'єкт, отже, за рахунок чого у особистості з'являється здатність самостійно ставити цілі. Відповідь полягає у тому, що суб'єктність формується за рахунок присвоєння зовнішнього середовища.

На ідеї вагомості для становлення суб'єкта у взаємозв'язках зі світом, а саме на можливостях вільного творення світу і себе в цьому світі, можливості бути автором свого життя, також засноване трактування категорії суб'єкта В.О. Татенком [125—127]. І в цьому — ще одна принципово важлива функція суб'єкта — творення власне «свого» світу, власного буття у цьому світі, автором якого стає сама особистість, забезпечення авторства ще одному (і не одному) буттєвому просторові особистості, об'єктивація у світі своєї людської творчої сутності. Мабуть, саме таким способом формуються межі суб'єктності: те, що є частиною «Я» (або «Ми»), — внутрішнє середовище суб'єкта, а те, що суб'єктивно належить іншим суб'єктам, — зовнішнє середовище суб'єкта.

Про атрибутивну властивість суб'єкта — суб'єктність як динамічне його продовження рівнями активності в різних площинах життєздійснення говорить і З.С. Карпенко [72, с. 158]. Авторка визначає особистість через категорію інтегрованого суб'єкта, «суб'єкта співвіднесення різних модусів людського існування, деякий мігруючий центр зав'язування словесних вузлів у неосяжному просторі морфогенетичного розвою потенціалу буття» [72, с. 171].

Отже, функцією суб'єкта є інтегративне єднання зовнішньо- і внутрішньоособистісних явищ в єдину систему. Але, про що скажемо нижче, функцію інтеграції суб'єкт виконує і на внутрішньоособистісному рівні. Ми бачимо сутність цієї ідеї в тому, що суб'єкт, з одного боку, забезпечує цілісність і взаємопов'язаність «внутрішніх» психічних властивостей

і станів між собою; забезпечує підтримку системної організації всіх внутрішньоособистісних процесів у відповідних системних відношеннях. З іншого боку, суб'єкт відповідає за активну організацію відносин особистості зі світом. В контексті активного включення суб'єктом внутрішньоособистісної системи будь-якого рівня і модусу (як окремих психічних явищ та інтегративних психічних утворень, так і конкретних процесів в рамках індивідуальної психіки) у позаособистісну надсистему ми наполягаємо саме на використанні терміну «взаємовідношення» як констатації системного взаємозв'язку «особистість — світ», соціально-психологічним засобом, інструментом якого і стає суб'єкт.

Саме буття людини є тією реальністю, що співвіднесена з психологічними характеристиками суб'єкта, це буття, перетворене людиною. В цьому контексті особистість відбувається, стає подією у власному житті на межі внутрішнього і зовнішнього світу. Особистісне буття наявне тоді, коли проявляється активність особистості по встановленню взаємовідношень із зовнішнім світом. Результатом цих взаємовідношень є втілення суб'єктності особистості в об'єктивній реальності, в різних просторах об'єктивного буття людства. Отже, процес становлення суб'єктності особистості може розглядатись як об'єктивація суб'єктивного світу, а це вже феномен культури суспільства.

Взаємність описаних зв'язків зумовлює співіснування двох світів — індивідуального і соціального, в яких лише одна співприсутність викликає взаємні зміни. Отже, весь процес економічної соціалізації особистості уже не може розглядатись як одностороння детермінація змін в особистості як об'єктові впливу з боку соціального середовища, зокрема, інших суб'єктів. Адже тільки вступивши у економічні відносини, індивід не просто підпорядковується дійсності, але і втілює у ній самого себе. Реалізуючи різні відношення, один і той же індивід виявляється суб'єктом різних життєвих проявів, зокрема сприйняття, мислення, переживань, діяльності, і реалізує відповідні функціональні можливості (властивості, якості, ролі і т. п.). В цей момент індивід виступає творцем власного життєвого простору, він, за висловом К.О. Абульханової, організує (реорганізує, спрямовує і т. ін.) свою активність [2; 3]. Щоправда, така активність не може бути безконтрольною. Так, О.Н. Волкова описує дві його сутнісні характеристики: здатність змінювати оточуючу дійсність і себе стосовно неї, а також реалізація своїм життям принципу міри, перетворюючи і межі свого втручання [37, с. 22]. Головною ознакою особистості як суб'єкта, на думку тієї ж авторки, є її здатність інтегруватись у системні відношення зі світом. Отже, суб'єкт забезпечує взаємодію особистості з дійсністю у різних формах активності (діяльності, пізнанні, спілкуванні). Він встановлює зв'язки між цими формами активності, не тільки ситуативні, але й пролонговані; суб'єкт здійснює стратегічні напрями взаємодії зі світом, через сукупність яких він і прокладає лінію життя особистості.

Отже, суб'єктний вимір економічної соціалізації актуалізується в момент необхідності узгоджувати функціонування особистості як системи не тільки з її внутрішньосистемними (індивідуальними) особливостями, а також із зовнішніми умовами та вимогами (з іншими суб'єктами та економічними об'єктами). На думку К.О. Абульханової, саме в момент їхнього «стикування», узгодження або розв'язання суперечності між ними й утвориться той позаособистісний простір (між особистістю і дійсністю), що повинен бути організований суб'єктом заново як нова система. Для того щоб така система виникла, необхідна активність особистості як суб'єкта [2; 3].

Активність при цьому виступає як «особлива якість взаємодії суб'єкта з об'єктивною реальністю, такий спосіб самовираження і самоздійснення особистості, за якого її якість як цілісного, самостійного суб'єкта, що саморозвивається, або досягається, або ні. Саме у терміні «суб'єктність» (до речі, на відміну від «суб'єктивності») підкреслюється «активно-перетворююча сутність» людини як суб'єкта, «активна позиція людини». Таким чином, ще однією функцією суб'єкта є активність, спрямована на перетворення світу. В суб'єктності втілена здатність перетворювати зовнішнє за законами внутрішнього, реорганізовувати буття.

У пошуковій рішенні допоможе дискутований в сучасній науці феномен проєкції, що є уявним рухом від суб'єкта до об'єкта, процесом «перенесення» внутрішнього образу речі зі свідомості у зовнішній світ. Завдяки активності свідомості суб'єктивний образ об'єкта і сам об'єкт суб'єктом ототожнюються. Це неминуче слідує за процесом присвоєння образу, тобто після присвоєння останнього в поле суб'єктності починає потрапляти сам об'єкт. Цілком очевидним є положення про те, що соціальні суб'єкти (тобто суб'єкти, які виникли переважно способом привласнення елементів суспільства), до яких, безумовно, відносяться будь-які групи, організації, виникають за рахунок відчуження людської суб'єктності (тобто перетворення, за певними параметрами, учасників даних суб'єктів на об'єкти). Однак не менш очевидним є й те, що в процесі привласнення чужої суб'єктності формується якість нове утворення, яке, як ми вже відзначали, в сучасній філософії найчастіше позначається поняттям «дух».

Таким чином, можна зробити висновок, що суб'єкт, пізнаючи світ, не тільки сприймає, а й «творить» його. Інформацію, отриману ззовні, він переробляє і знову повертає у зовнішній світ, тим самим об'єктивуючи. Об'єктивація являє собою проєкцію внутрішнього образу на зовнішній світ. Тільки суб'єкт може вийти за межі гри (щоправда, з наслідками), бути вільним від сценарію і тим більше від сюжету. Інша справа, що вартість подібної свободи буде настільки висока (в ступені відповідальності), що переважна маса суб'єктів повністю відповідає поняттям «гри», «сюжету» і «сценарію», постійно борючись за формування свого поля взаємодії,

де правила гри, сценарій і сюжет будуть знаходитися в заданих переможцем ступенях свободи.

Отже, основною характеристикою суб'єкта виступає самодетермінація цілей, в основі якої лежить пошук функціональності (сенсу) існування, а механізмом виникнення функції та цілі — рух відповідальності. Причому відповідальність збільшується в міру присвоєння елементів, тобто розширення суб'єктності, і, навпаки, зменшується в міру відчуження даних компонентів, остаточно зникаючи при передачі права ініціації цілей.

Рух відповідальності, отже становлення суб'єктних якостей особистості в системі соціальних відносин, можливий за умов несуперечливості між її функціями і цілями, а сам процес додання такої суперечливості можна розглянути як послідовний обмін внутрішньої суб'єктності на зовнішні її прояви, тобто обмін зовнішнього визнання через зайняття певних соціальних позицій, меж суб'єкта, на внутрішню свободу в діяльності. Тому становлення суб'єкта навряд чи можна розглядати поза вивченням моральних аспектів розвитку особистості. Узагальнюючи характеристики, що дозволяють людині стати суб'єктом, можна стверджувати, що суб'єктом можна назвати тільки внутрішньо вільну людину, що приймає рішення про способи своєї взаємодії з іншими людьми на підставі свідомих моральних переконань.

Як відомо, відповідальність — категорія, що відображає особливе соціальне і морально-правове ставлення особистості до суспільства, яке характеризується виконанням свого морального обов'язку і правових норм. Відповідальність визначає ступінь провини або заслуг, показує обов'язковість, надійність особистості і навіть підкреслює значущість посади, займаної нею, і відповідно виступає характеристикою соціальної позиції. Не випадково М. Вебер пов'язує відповідальність перш за все з результатом — зі здатністю індивіда передбачити і врахувати його у своїх діях. Можна стверджувати, що саме відповідальність детермінує прогнозування майбутнього, ступінь цілісності сприйняття життєвого шляху, переконання особистості про можливості і здатності керувати власним життям, сенс життя і ступінь задоволеності ним. Слід зазначити, що відповідальність виступає породженням феномену рішення, виникаючи як його неминучий супутник. Приймаючи рішення, елемент системи автоматично несе відповідальність як за відмову від інших альтернатив, так і за наслідки даної відмови. З точки зору теми даного дослідження і матеріалів, викладених раніше, ми повинні особливо відзначити, що постановка мети являє собою варіант рішення. Більш того, з економічної точки зору саме категорія відповідальності виступає основою для виникнення витрат і прибутку, а з більш комплексних позицій — існування будь-яких результатів економічної діяльності та права на їх привласнення. Таким чином, відповідальність виступає одним з тих феноменів (можливо, основним), які супроводжують суб'єктність.

Відповідальність визнається Рубінштейном С.Л. [119] однією з найбільш важливих характеристик суб'єкта, що поряд з ініціативою виступають як вищий рівень активності. Відповідальність людини не тільки за те, що вона робить, але і за те, чим вона буде, стане, за себе саму, за те, чим вона є, оскільки те, чим вона зараз є, — це в якийсь попередній момент її життя було тим, чим вона буде. Це положення дозволить нам побачити, що людина — це творець свого життя і що вона несе за нього відповідальність. Тому в поняття суб'єктності поряд із рефлексивністю, свободою вибору й унікальністю вводиться і відповідальність.

Дослідники виділяють два види відповідальності як властивості особистості. Один вид характеризує її схильність дотримуватися в своїй поведінці загальноприйнятих правил, соціальних норм, виконувати різні рольові обов'язки і іменується зазвичай як «соціальна відповідальність особистості». Інший вид відповідальності пов'язаний з локусом контролю особистістю своєї долі, своїх дій та їх результатів. Локус контролю відображає загальну схильність людини «приписувати відповідальність за події, що відбуваються в її житті, собі, власній поведінці, здібностям (інтерналі); або оточенню, нагоді, долі, обставинам, тобто силам, невіддільним її управлінню (екстернали)». Аналізуючи поняття відповідальності, К. Муздибасв [99] пише, що всі види відповідальності об'єднує те, що вони являють собою форми контролю за діяльністю суб'єкта з боку суспільства або його самого. Контроль, як відомо, носить виключно дискретний характер і можливий тільки на основі знакової системи (системи індикаторів). Вищеозначені види представляють функціонально різні форми контролю на різних етапах діяльності, характеризуючи відповідальність або з позиції суспільства, або з позиції внутрішнього світу суб'єкта. У першому випадку відповідальність відображає підзвітність соціального суб'єкта за реалізацію вимог суспільства (або його інститутів) з подальшим застосуванням санкцій залежно від ступеня провини або заслуг, тобто виступає як засіб зовнішнього контролю та зовнішньої регуляції діяльності, і може бути визначена як об'єктність. У другому випадку поняття відповідальності відображає ставлення до належного самого суб'єкта, його схильність, готовність здійснити належне, тобто виступає як засіб внутрішнього контролю (самоконтролю) і внутрішньої регуляції (саморегуляції) діяльності, оскільки суб'єкт виконує належне на свій розсуд, свідомо і добровільно.

З локусом контролю становлення суб'єктності («суб'єкт-об'єктної орієнтації») пов'язує Е.Ю. Коржова [78]. Вона вважає, що людина в будь-якій ситуації залишається суб'єктом, хоче вона того чи ні. Але якщо у випадку суб'єктної орієнтації (або інтеріоризованої суб'єктності) для неї характерна свідомою робота над собою, самоаналіз за допомогою різних технік (наприклад, релігії чи психотехнік), то для об'єктної орієнтації (екстеріоризованої суб'єктності) людина неусвідомлено поміщає себе в такі життєві ситуації, в яких вона змушена розвиватися. Таким чином,

сама відповідальність визначає соціальну позицію як суб'єкту (у разі якщо домінує внутрішня її складова) або об'єкту (якщо домінує соціальна складова).

Отже, все сказане підтверджує те, що становлення суб'єкта навряд чи можна розглядати поза вивченням моральних аспектів розвитку особистості. Справді суб'єктною може вважатись не будь-яка перетворююча активність, оскільки таке перетворення не може бути необмеженим вже тому, що особистість діє в спільноті, у співприсутності, співбутті інших. Вона, як ми вже зазначали, проявляється в інтерсуб'єктному просторі відносин з іншими суб'єктами. Отже, така активність справді відбувається, тобто стає справжньою подією в цьому просторі тоді, коли зорієнтована на цінності-цілі інших учасників відносин. Ця теза співзвучна основним положенням соціокультурного та вчинкового підходів, згідно з якими суб'єктність проявляє себе у ряді вчинків, тобто вона актуалізується (реалізується) у вчинкові і виявляється (сама для себе) для самої людини у рефлексивній дії. Так, вчинок, на думку Н.Я. Большунової [24], являє собою реалізацію і прояв суб'єктності як моменту досягнення своєї автентичності та утвердження онтологічності цінностей у контексті авторського ставлення людини до свого життя (до самої себе і світу).

У вчинкові, на думку В.А. Роменця [118, с. 22—28], особистості не тільки перехрещуються, а зливаються воедино. Комунікація між ними — основна умова вчинку, оскільки внаслідок неї виникає соціальна спільність, єднання всередині неї. І навпаки, «вчинок, усвідомлений як продуктивний обмін духовними змінами між своєрідними особистостями, становить живу прогресуючу комунікацію» [118, с. 29], оскільки таким чином уможливилось досягнення основної мети вчинку — життєствердження власної суб'єктності не за рахунок іншої суб'єктності, але в опорі на неї, в єдності з нею.

Підсумовуючи, зазначимо, що провідним чинником становлення економічної суб'єктності особистості є таке включення її у відносини з іншими суб'єктами економічної діяльності, яке передбачає позицію у цих відносинах, співвіднесену з об'єктивними, абсолютними базовими цінностями. Основними соціально-психологічними ефектами становлення суб'єктності на інтраіндивідуальному рівні є відповідальність, заснована на здатності до рефлексії та високій моральності. На інтеріндивідуальному рівні в ході взаємних дій, взаємного впливу різних індивідуальних буттєвих просторів утворюється нова реальність, яка становить ядро суб'єкт-суб'єктного простору. Найвищим рівнем розвитку таких взаємин є автентичне співбуття як своєрідна особлива цілісність, організована спільним інтерсуб'єктивним простором. Це є особлива реальність, що вже не зводиться до індивідуальних реальностей, що її утворюють, і в якій не те що розмиваються індивідуальні суб'єкти, але народжується нова суб'єктність — спільна. Вона носить вчинковий характер вже тому, що принципи рефлексивності, від-

повідальності, моральності, на яких засновується існування інтерсуб'єктного простору, поділяються усіма його учасниками. Це можна вважати справжньою подією в такому співбутті, оскільки вона знаменує взаємне духовне зростання, перетворення і встановлення нових відношень до світу усіх суб'єктів.

ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ

На основі теоретико-методологічного аналізу літератури з проблеми обґрунтовано концептуальні засади дослідження проблеми соціально-психологічних чинників становлення суб'єкта економічної соціалізації, основні положення яких можна конкретизувати наступним чином.

а) Дослідження суб'єктності процесу економічної соціалізації пов'язано з тим, що значущість економічних ресурсів (зарплата, прибуток, власність, гроші, багатство тощо) зумовлена певними життєвими цінностями. У свідомості суб'єкта умови середовища опосередковуються, трансформуються через власну систему життєвих принципів, смислів, цінностей і ідеалів, норм і правил, що ним приймаються. Виходячи з цього, суб'єктність економічної соціалізації розглядається в дослідженні як вибір особистістю власного шляху розвитку на основі власної системи життєвих смислів, принципів, цінностей, можливостей, здібностей, очікувань і домагань, як базових відносин до економічної реальності.

б) Характер взаємозв'язку особистості і соціально-економічного середовища значною мірою визначається тим, як його сприймає суб'єкт, тобто які його елементи значущі для нього, до яких ставиться нейтрально, які їм не сприймаються, а які зовсім ігноруються. Сказане може бути віднесено і до аналізу внутрішнього світу суб'єкта. Людина може приймати, ставитись терпимо, не помічати окремі власні цінності і ідеали, потреби і інтереси, особистісні якості. Таке вибіркоче і в той же час перетворююче відношення суб'єкта до внутрішніх і зовнішніх умов зумовлює використання термінів «психологічний» і «соціально-психологічний простір» замість терміну «середовище».

в) Соціалізація індивіда як процес становлення соціальності людини може відбуватись лише в інтеріндивідній взаємодії, в якій виникають умови реалізації у індивіда суто людських властивостей, якими є, перш за все, суб'єктність особистості. Суб'єктність особистості, яка розуміється як саморозвиток індивідом власної психіки на основі потенційних можливостей, реалізується в умовах, в яких інтеріндивідна взаємодія виявляється як інтерсуб'єктна, суб'єкт-суб'єктна взаємодія. Отже, механізмом становлення суб'єкта економічної соціалізації є інтерсуб'єктна взаємодія.

Інтерсуб'єктний підхід до аналізу суб'єктності економічної соціалізації особистості в теорії соціалізації протиставляється моносуб'єктному розумінню особистості. Процес суб'єкт-суб'єктної взаємодії — це не проста інтеракція, а процес взаємної згоди людей приймати впливи один на одного за умов, що вони ставляться до себе і до іншого як до автономного, суверенного суб'єкта активності і як до цінності. Сутність цього процесу полягає не просто у факті передачі і прийому інформації, а у створенні нового буття, загального для суб'єктів взаємодії і такого, що породжує їх спільноту.

г) Провідним чинником становлення економічної суб'єктності особистості є таке включення її у відносини з іншими суб'єктами економічної діяльності, яке передбачає позицію у цих відносинах, співвіднесену з об'єктивними, абсолютними базовими цінностями. Основними соціально-психологічними ефектами становлення суб'єктності на інтраіндивідному рівні є відповідальність, заснована на здатності до рефлексії та високій моральності. На інтеріндивідному рівні в ході взаємних дій, взаємного впливу різних індивідуальних буттєвих просторів утворюється нова реальність, яка становить ядро суб'єкт-суб'єктного простору. Найвищим рівнем розвитку таких взаємин є автентичне співбуття як своєрідна особлива цілісність, організована спільним інтерсуб'єктивним простором. Це є особлива реальність, що вже не зводиться до індивідуальних реальностей, що її утворюють, і в якій не те що розмиваються індивідуальні суб'єкти, але народжується нова суб'єктність — спільна. Вона носить вчинковий характер вже тому, що принципи рефлексивності, відповідальності, моральності, на яких засновується існування інтерсуб'єктивного простору, поділяються усіма його учасниками. Це можна вважати справжньою подією в такому співбутті, оскільки вона знаменує взаємне духовне зростання, перетворення і встановлення нових відношень до світу усіх суб'єктів.

ЗМІСТОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОКРЕМИХ КОМПОНЕНТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

В розділі проаналізовано зміст структурних компонентів економічної соціалізації молоді. Зокрема, показано роль ціннісних орієнтацій як фактора становлення суб'єкта економічної соціалізації, акцентовано увагу на значенні в цьому процесі таких конативних компонентів, як економічні настановлення, мотиви та інтереси. В розділі також приділено увагу гендерному аспекту економічної соціалізації молоді людини.

2.1.

Економічні ціннісні орієнтації як чинник становлення суб'єкта економічної соціалізації

Сучасний світ змінюється через динамічну трансформацію економічних, соціальних, політичних сфер життєдіяльності. В умовах трансформаційних змін під дією низки факторів змінюється і світосприйняття особистості. Дослідники зазначають, що для сьогодення характерною є серйозна деформація ціннісних орієнтацій молоді, моральний занепад і зниження рівня загальної культури суспільства, комерціалізація людських стосунків, процеси глобалізації в освіті тощо, що не може не впливати як на соціальні інститути, так і на окремих особистостей зокрема. З цієї тезою можна погоджуватися чи заперечувати, але не враховувати значення саме економічних цінностей у загальній палітрі ми не можемо.

Засвоєння індивідом економічних цінностей є результатом економічної соціалізації, яка, як слушно зазначає В. Москаленко, не тільки входить до єдиного процесу соціалізації особистості у якості його важливої складової, але також є процесом формування економіко-психологічних характеристик особистості через засвоєння нею економічних цінностей суспільства в результаті здійснення економічної життєдіяльності.

Результатом процесу соціалізації взагалі і економічної зокрема є формування ціннісної структури індивіда, яка сприяє його включенню до суспільних відносин у якості їх дієвого актора, а також обумовлює становлення особистості нового соціального типу. Ціннісні орієнтації виступають тим стійким утворенням у структурі особистості, яке характеризує її ставлення до інтересів суспільства. Крім того, вони не є сталим

продуктом, який виникає один раз і назавжди, динаміка протікання процесу формування і розвитку ціннісних орієнтацій може уповільнюватися чи ставати більш інтенсивною, проте процес їх трансформації не припиняється протягом життя людини.

Система ціннісних орієнтацій — це одне з центральних особистісних утворень, яке виражає змістовне ставлення людини до соціальної дійсності й у цій якості визначає мотивацію її поведінки, впливає на всі сторони її діяльності. Ціннісні орієнтації є елементом структури особистості, який характеризує її внутрішню готовність до здійснення певної діяльності із задоволення потреб та інтересів і вказує на вектор спрямованості її поведінки.

Формування палітри ціннісних орієнтацій людини стає можливим як результат тривалого процесу становлення і розвитку індивіда протягом усього життя, що починається від самого народження дитини (а можливо, ще й до її появи на цей світ) і закінчується останніми хвилинами життя людини. Це передбачає розглядання процесу формування ціннісних орієнтацій з урахуванням його особливостей на різних вікових етапах особистості.

Ціннісні орієнтації як детермінант економічної культури особистості

Цінності особистості утворюють систему її ціннісних орієнтацій, тобто сукупність найважливіших якостей внутрішньої структури особистості, що є для неї особливо значущими. Крім того, ціннісні орієнтації утворюють певну вісь свідомості і поведінки особистості та безпосередньо впливають на її розвиток. Система ціннісних орієнтацій виступає регулятором особистісного становлення, слугує критерієм норм і правил поведінки особистості.

Різноманіттям підходів до проблеми ціннісних орієнтацій обумовлюється велика кількість визначень цього поняття в науковій літературі, а також напрямів дослідження цього феномену у соціально-філософських дослідженнях. Крім того, ціннісні орієнтації аналізуються у зв'язку з життєдіяльністю особистості, її статусу в соціальній структурі суспільства, у зв'язку з формуванням ціннісного ставлення і професійної спрямованості, духовних цінностей, сімейно-шлюбних відносин тощо. Педагогічні дослідження присвячуються формуванню в учнів орієнтації на ті чи інші цінності, зокрема на працю, навчання, інші соціально значущі цінності, на формування колективізму, ідейно-моральної позиції. Зміст ціннісних орієнтацій аналізується у різних сферах діяльності (мистецтво, дозвілля, сім'я, спілкування тощо).

Розглянемо поняття «ціннісні орієнтації» у зв'язку з терміном «орієнтація». Це обумовлено принаймні двома обставинами. По-перше, теоре-

тичний розгляд понять «орієнтація» і «цінність» дозволить обґрунтувати саме поняття «ціннісні орієнтації» як складне, багатогранне й водночас цілісне утворення. По-друге, тим, що орієнтація і цінності будуть використовуватися нами в їх самостійному категоріальному значенні.

Найчастіше поняття «орієнтація» вживається в соціальній психології, означаючи взаємовідносини індивіда й середовища. Каналами, за допомогою яких здійснюється цей зв'язок, визначають пізнання та орієнтації. Завдяки першому відбувається суб'єктивне відображення предметів і явищ навколишнього світу, завдяки другому — ставлення до них. Таким чином, за допомогою орієнтацій людина здійснює вибір значущих для неї об'єктів.

Орієнтації особистісно забарвлені, у них проявляється індивідуальне ставлення людини до навколишнього середовища, й у цьому сенсі вони суб'єктивні. За своїм змістом орієнтації специфічні. Ця специфіка обумовлюється особливостями об'єктів і явищ, що перебувають у взаємовідносинах з людиною. Звідси надзвичайне розмаїття орієнтацій (політичні, ідеологічні, моральні, естетичні, професійні тощо).

Отже, ми підійшли до розгляду поняття «ціннісні орієнтації». У якості вихідного беремо уявлення про них А. Здравомислова [59] і В. Ядова [149], які розуміють під ціннісними орієнтаціями «настановлення особистості на ті чи інші цінності матеріальної і духовної культури суспільства». На думку цих вчених, «ціннісні орієнтації є найважливішим компонентом структури особистості, у них ніби резюмується весь життєвий досвід, нагромаджений особистістю в її індивідуальному розвитку. Це той компонент структури особистості, що являє собою певну вісь свідомості, навколо якої обертаються помисли і почуття людини й з погляду якої вирішується багато життєвих питань» [59, 149]. Для розкриття сутності ціннісних орієнтацій автори залучили положення теорії настановлення Д. Узнадзе, і, зокрема, настановлення на цілі і засоби діяльності в соціальній системі. Основною функцією ціннісних орієнтацій визначено «регулювання поведінки як усвідомленої дії у певних соціальних умовах». У розробленій В. Ядовим диспозиційній концепції регуляції соціальної поведінки особистості соціальні настановлення включені до системи відносин «особистість — соціальне середовище» у якості одного з рівнів регуляції поведінки людини. Згідно з диспозиційною концепцією, людина має складну ієрархічну систему різних диспозиційних утворень, які регулюють її поведінку і діяльність. Поряд з ієрархією диспозиційних утворень існують ієрархії потреб і ситуацій. Систему диспозицій становлять: елементарні фіксовані настановлення, соціальні фіксовані настановлення, загальна спрямованість інтересів особистості до тієї чи іншої сфери соціальної активності, система ціннісних орієнтацій (як вищий рівень диспозиційної ієрархії) на цілі життєдіяльності і засоби досягнення цих цілей [149, с. 106—121]. Ціннісні орієнтації і життєві цілі багато в чому схожі, але не тотожні. Спільність їх обумовлена тим, що домінуючі у свідомості

ціннісні уявлення визначають характер діяльності в тому випадку, коли перебирають на себе функції цілі. Розбіжності, у свою чергу, продиктовані тим, що «диспозиції вищого рівня — ціннісні орієнтації — трактуються як уявлення людини про головні цілі її життєдіяльності та основні засоби досягнення цих цілей». Цілі і діяльність з їх здійснення в межах цієї концепції є засобом розумної самоорганізації життя індивідуума, особливою формою творчості, об'єктом якої виступає сама особистість.

Складність визначення ціннісних орієнтацій пов'язана з аналізом їх взаємодії з різними аспектами життєдіяльності особистості: її соціальним статусом, сімейними стосунками, спілкуванням тощо. Слід зважати й на те, що ціннісні орієнтації можуть розглядатися як ставлення, інтерес самої особистості до цінностей (С. Бубнова, Л. Лотар, В. Ольшанський), як ціннісна спрямованість особистості (Л. Анциферова, Т. Титаренко [10; 128]), як суб'єктивні особистісні уявлення та ціннісні настанови (Г. Олпорт, М. Рокич [155], І. Кон та ін.).

У контексті нашого дослідження, доцільним буде висвітлення поглядів на проблему орієнтацій Е. Фромма [136] та К. Хорні [142]. Е. Фромм виокремив п'ять «орієнтацій характеру»: рецептивну, експлуататорську, накопичувальну, ринкову і продуктивну.

Таблиця 2.1.2

Орієнтації характеру за Е. Фроммом

Орієнтація	Позитивний аспект	Негативний аспект
Рецептивна	Той, хто отримує	Пасивний, неініціативний
	Відповідальний	Той, хто не має власної думки
	Відданий	Той, хто підкоряється
	Той, хто легко адаптується	Безпринципний
	Соціально пристосований	Догідливий, невпевнений у собі
	Чутливий	Легкодухий
	Чемний	Безхребетний
	Оптимістичний	Той, хто приймає бажане за дійсне
	Довірливий	Легковірний

Експлуататорська	Активний	Той, хто експлуатує
	Ініціативний	Агресивний
	Вимогливий	Егоцентричний
	Гордий	Пихатий
	Імпульсивний	Необачний
	Самовпевнений	Зарозумілий
Накопичувальна	Практичний	Позбавлений уяви
	Ощадливий	Скупий
	Дбайливий	Недовірливий
	Стриманий	Черствий
	Терплячий	Апатичний
	Стійкий, завзятий	Упертий
	Незворушний	Ледачий
	Акуратний	Педантичний
	Методичний	Одержимий нав'язливою ідеєю
Ринкова	Цілеспрямований	Пристосовницький
	Здатний до змін	Непоследовний
	Завбачливий	Без минулого та майбутнього
	Неупереджений	Безпринципний, аморальний
	Експериментатор	Невинахідливий
	Підприємливий	Гіперактивний
	Допитливий	Нетактовний
	Розумний	Зарозумілий
	Терплячий	Байдужий
	Щедрий	Марнотратний

Складено за: [136].

У таблиці не представлено рис характеру продуктивної орієнтації. Власне, за Е. Фроммом, продуктивність — це реалізація людиною її потенційних можливостей та творчої активності, це — ідеальний стан людини. Навряд чи хтось колись досягав усіх характеристик продуктивної особистості.

Натомість за сучасних обставин надзвичайно швидко прогресує ринкова орієнтація разом із розвитком «ринку особистостей». Люди різних професій, різного соціального і майнового статусу — усі виходять на ринок. «Подібно валізі, людина має бути модною на ринку особистостей, а щоб бути в моді, вона повинна знати, які саме особистості користуються найбільшим попитом» [136].

Якщо доповнити орієнтації характеру різними типами темпераментів і здібностей, обдарувань, то стає зрозумілим, що численні поєднання цих елементів складають багатогранну розмаїтість особистостей.

Різні типи особистостей породжують і різні орієнтації у стосунках між ними. Зокрема, К. Хорні виокремлює орієнтацію на людей, орієнтацію від людей, орієнтацію проти людей [142]. Так, у орієнтації на людей переважає залежність, нерішучість і безпомічність. Людина керується, як правило, ірраціональними переконаннями. «Якщо я поступлюся, мене не чіпатимуть».

Орієнтація від людей, як відособлений тип, виступає стратегією оптимізації міжособистісних стосунків і проявляється у тих індивідів, які дотримуються захисної настанови «Мені однаково». Для відособленого типу важливо не дати себе захопити зненацька, будь то робота, кохання чи відпочинок. Як результат, ці люди втрачають зацікавленість в інших, звикають до поверхових насолод. Для цієї орієнтації характерним є прагнення до усамітнення, незалежності і самодостатності.

Характерними ознаками орієнтації проти людей, як агресивного типу, є домінування ворожості та експлуатації. Особистість агресивного типу діє, виходячи з ілюзорного переконання: «У мене є влада, ніхто мені не зашкодить». Цей ворожий тип спроможний діяти тактовно і приязно, але його поведінка зрештою завжди націлена на встановлення контролю і влади над іншими. Усе спрямовано на підвищення власного престижу, статусу або задоволення особистих амбіцій.

Зрозуміло, що йдеться про ідеальні типи особистісних орієнтацій. Але в кожному конкретний період життя будь-яка з наведених тенденцій може перетворюватися на домінуючу ціннісну спрямованість особистості.

Все вищезазначене дає підстави розглядати ціннісні орієнтації як складну інтегративну мотиваційно-смыслову структуру особистості (про що мова більш детально піде далі), що характеризує її цілісність і спрямованість та виражається в усвідомленні, переживанні свого ставлення до світу, до інших людей, до самої себе.

Роль і місце ціннісних орієнтацій у структурі особистості

Водночас, ціннісні орієнтації можна розглядати як складну інтегративну мотиваційно-сміслову структуру особистості, що характеризує її цілісність та спрямованість і проявляється в цілях, ідеалах, переконаннях, життєвих планах, якостях особистості та її активності. Обґрунтуємо цю точку зору.

Ми вже зазначали вище, що цінності особистості утворюють систему її ціннісних орієнтацій, тобто сукупність найважливіших якостей внутрішньої структури особистості, що є для неї особливо значущими. Крім того, ціннісні орієнтації складають певну вісь свідомості і поведінки особистості та безпосередньо впливають на її розвиток. Система ціннісних орієнтацій виступає регулятором особистісного становлення, слугує критерієм норм і правил поведінки особистості.

Ціннісні орієнтації можна аналізувати у зв'язку з життєдіяльністю особистості, її статусом в соціальній структурі суспільства, у зв'язку з формуванням ціннісного ставлення і професійної спрямованості, духовних цінностей, сімейно-шлюбних відносин тощо.

Будучи соціальними за своєю природою, цінності втілюються в структуру особистості, де відбувається їх трансформація. Деякі цінності залишаються для особистості цінностями суспільства, тобто вони загалом чужі для неї. Інші суспільні цінності певною мірою стають власними цінностями особистості. Існує й категорія цінностей, що виробляється самою особистістю (самоактуалізація, самовдосконалення, самопостереження, самоконтроль тощо). Такі цінності не нові для людства, але вони унікальні для окремої особистості.

Очевидно, що особистісний підхід дозволяє виокремити два ціннісних рівні в структурі особистості — зовнішній і внутрішній. На зовнішньому рівні містяться різні суспільні норми, які супроводжують особистість з дня її народження. Людина входить у світ готових, усталених норм. Саме тому деякі норми тяжіють над нею і заважають певною мірою її особистісному розвитку.

Норма виступає соціальною характеристикою поведінки особистості. 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. Люди мусять підкорятися такій нормі навіть якщо не розуміють її смислу, доцільності, відповідності власним інтересам. Цінність, навпаки, — це внутрішній, емоційно сприйнятий і засвоєний особистістю орієнтир її поведінки. Саме

тому цінність виступає як власна духовна інтенція, а не надособистісний, відчужений регулятор поведінки.

Без сумніву, ми зустрічаємося з однаково необхідними регуляторами поведінки — зовнішніми (норми) і внутрішніми (цінності), які доповнюють одне одного.

Чітке розуміння розбіжностей цінностей і норм не педантична вимога формальної класифікації, але принципово важливе виявлення засобів ефективною регуляції поведінки особистості та її саморегуляції за будь-яких обставин. Це співвідношення не менш важливе з точки зору виховання, як процесу цілеспрямованого формування системи цінностей молодих людей, аби вони були здатними до спонтанної саморегуляції своєї поведінки. Однією з цих цінностей може бути усвідомлення необхідності дотримуватися тих норм поведінки, які були вироблені суспільством, враховуючи критичне ставлення до тих із них, що старіють і гальмують прогресивний розвиток суспільства, обмежують свободу особистості. Чи стає норма цінністю особистості, залежить не тільки від неї самої, але й від типу культури, у якому функціонують ці норми і цінності.

Власне, одна з особливостей особистості і полягає в саморегуляції її поведінки. Це означає, що активність особистості відповідає її ціннісним орієнтаціям і підпорядкована тільки тим нормам, що набули для неї ціннісного значення. Звичайно, певних норм має дотримуватися навіть незалежна особистість. Без цього неможливе спільне життя людей, яке вимагає, аби свобода кожного була обмежена свободою інших. У протилежному випадку поведінка людини перетворюється на асоціальну — хуліганську, злочинну, як мінімум епатажну, а свобода перетворюється на сваволлю. Тому суспільство має бути зацікавленим в тому, щоб якнайбільша кількість норм перетворювалася на особистісні цінності і, відповідно, на ціннісні орієнтації поведінки, оскільки ціннісна орієнтація впливає із внутрішньої спонуки, яка виступає у формі переживання, а не з добровільного і свідомого прийняття певної системи норм.

Внутрішній ціннісний рівень — це цінності, які певним чином пройшли крізь свідомість особистості і стали її власними цінностями. Це цінності, які, в першу чергу, стосуються проблем сенсу життя та сутності особистісної активності. Мова йде про так звані екзистенціальні цінності.

Екзистенціальні цінності мають певні особливості. По-перше, у всіх проявах вони є цінностями інтроспективно-діалогічними. По-друге, екзистенціальна цінність інтегративна, і в цій інтеграції криється рухлива, динамічна ієрархія. По-третє, якщо і моральна, і естетична, і політична форми ціннісної свідомості екстравертні, — у них утілене ставлення суб'єкта до Іншого (до якого, за класичною формулою справжньої моральності, я маю ставитися так само, як до самого себе, або естетично захоплюватися об'єктом, що споглядається мною, або політично оцінювати те, що відбувається у суспільстві), — то визначення сенсу життя є інтравертною

орієнтацією ціннісної свідомості, адже суб'єкт встановлює цей зміст для самого себе. У цьому значенні слушно погодитися з В. Франклом у тому, що «совість — це орган смислу» [262].

Якщо моральні і естетичні цінності суть цінності індивідуального суб'єкта, а правові, політичні і релігійні — цінності групових суб'єктів, то екзистенціальна цінність необхідна й особистості, і суспільству в цілому. Моральна і естетична свідомість безпосередньо емоційні. Вони функціонують як почуття совісті і почуття обов'язку, як смак. На відміну від них, екзистенціальні цінності «реалізуються» через усвідомлення і можливість формулювання особистістю, перш за все, для самої себе, тобто для іншого «Я» особистості (звідси поширена потреба вести щоденник). У такий же спосіб вони мають бути сформульовані ідеологами для нації, для людства. З цим пов'язано і те, що моральні цінності не обговорюються, вони постулюються, тому що претендують на загальнолюдську значущість, а екзистенціальні цінності постійно дискутуються. Це відбувається не тільки у внутрішньому діалозі особистості, але й у зіткненні різних поглядів щодо сенсу буття різних соціальних суб'єктів, тому що в кожного своя ідеологія, а отже, своє розуміння сенсу буття.

Психологічною формою прояву ціннісних орієнтацій є переживання, яке дозволяє людині зрозуміти особистісний смисл усього, що відбувається. Переживання — це особливий емоційний процес, що зароджується на рівні повсякденної свідомості і піднімається на рівень усвідомленого духовного почуття. Позитивні емоції (задоволення, радість, захоплення, любов тощо) і негативні емоції (страх, переляк, ненависть, горе тощо) являють собою складний емоційний світ особистості, у якому відбивається вся її система цінностей.

Проблема співвідношення емоцій і цінностей обумовила появу цілого напрямку дослідження — екзистенціальної психології, основними поняттями якої стали не ситуаційні емоції (афекти, пристрасті), а емоції як стійкі структури буття людини, що дозволило більш повно розкрити поняття «екзистенціальні цінності».

Емоційність ціннісного ставлення призводить до потреби усвідомлення своїх ціннісних позицій, глибоких мотивів своєї поведінки, до спроби змінити власну ієрархію цінностей, якщо виявиться, що вона не задовольняє — або перестала задовольняти — свідомі настановлення поведінки особистості.

Внутрішній діалог особистості схожий на оцінку поведінки інших людей і виступає вже не діалогом суб'єкта і об'єкта, а внутрішньоособистісним спілкуванням, в процесі якого усвідомлюється система цінностей цілісної особистості. Саме таким чином усвідомлення сенсу життя і стає екзистенціальною цінністю. Відбувається це тоді, і тільки тоді, коли він усвідомлюється як сенс мого життя, як духовний орієнтир моєї поведінки.

Для аналізу психологічних особливостей ціннісних орієнтацій важливим моментом є міжособистісне спілкування, тобто різноманітні форми взаємин між різними за вдачею людьми.

Різні типи особистостей породжують різні орієнтації у стосунках між ними (згадати хоча б наведену вище класифікацію орієнтацій: орієнтацію на людей, орієнтацію від людей, орієнтацію проти людей, яку свого часу запропонувала К. Хорні [142, с. 259—260]).

Наведені вище положення дають усі підстави розглядати ціннісні орієнтації, як складну інтегративну мотиваційно-сміслову структуру особистості, що характеризує її цілісність і спрямованість, проявляється в цілях, ідеалах, переконаннях, життєвих планах, якостях особистості та її активності.

Запропонований підхід до цілісного, багатоаспектного аналізу ціннісних орієнтацій може бути прийнятним тільки у разі побудови його абстрактної моделі, яка б включала у себе наступні складові: мотиваційно-сміслова, процесуально-результативна, комунікативно-орієнтовна. При побудові моделі цілісного, багатоаспектного аналізу ціннісних орієнтацій особистості ми спиралися на запропоновану й апробовану О. Крупновим [80] модель структурно-функціонального аналізу властивостей особистості. Не претендуючи на вичерпний перелік аспектів формування ціннісних орієнтацій особистості, виокремимо як основні такі з них: 1) мотиваційно-смісловий, 2) процесуально-результативний, 3) комунікативно-орієнтовний.

Мотиваційно-смісловий аспект моделі віддзеркалює змістовий бік ціннісних орієнтацій особистості й виражає внутрішню основу її ставлення до дійсності, систему диспозицій. У якості компонентів цього аспекту можуть виступати, зокрема, цінності (термінальні та інструментальні), життєві плани, властивості особистості.

На зв'язок ціннісних орієнтацій з властивостями і спрямованістю особистості вказує чимало авторів. Так, О. Зотова і М. Бобнєва відзначають, що саме через спрямованість особистості її ціннісні орієнтації знаходять своє реальне вираження. За С. Рубінштейном, психологічний опис спрямованості особистості є відповіддю на запитання: «Чого хоче людина, що для неї привабливе, до чого вона прагне?» [120]. У такому контексті спрямованість можна розуміти як динамічну систему настановлень і тенденцій, потреб і мотивів, інтересів і цінностей, які перебувають у складних, у тому числі й ієрархічних, зв'язках і відносинах.

Для розкриття механізму реалізації ціннісних орієнтацій залучається поняття «відносини». Згідно з теорією відносин, ціннісні орієнтації — це конкретні прояви ставлення особистості до середовища, а також система настановлень, яка регулює поведінку особистості. У зв'язку з цим В. Водзинська пише: «Регулятором поведінки індивіда є система фіксованих настановлень, система відносин, ціннісна орієнтація. Серед фіксованих настановлень є такі, що мають власну вагу... Саме вони і є відносно стій-

кою системою фіксованих настановлень чи ціннісною орієнтацією особистості» [36].

Деякі характеристики зв'язку мотивів і цілей із загальним спрямуванням особистості вивчала Л. Божович. Для обґрунтування нашої моделі особливого значення набуває теоретична концепція О. Леонт'єва, в межах якої розглядається питання про цілі [83]. На думку дослідника, у загальному потоці діяльності, який утворює людське життя, має бути виокремлено, по-перше, деякі (особливі) діяльності — за критерієм їх спонукальних мотивів; по-друге, дії, тобто процеси, що підпорядковуються свідомим цілям; по-третє, операції, які безпосередньо залежать від умов досягнення конкретних цілей. Ці «одиниці» утворюють зовнішню і внутрішню структури діяльності. Мета тут є середньою ланкою, яка пов'язує елементи триланкової структури мотиваційної сфери. З одного боку, вона підпорядковується мотиву діяльності, конкретизує його, а з іншого боку — конкретизується й сама в умовах (засобах) здійснення окремих операцій. Доповнює точку зору О. Леонт'єва (у контексті нашого підходу) думка Б. Ломова про те, що «життєві цілі особистості виступають у ролі інтегратора всіх приватних цілей, які пов'язані з окремими діяльностями» [83, с. 322].

Будь-яка цінність, на нашу думку, може бути віднесена або (переважно) до групи альтруїстичних, або ж егоцентричних. Крім того, будь-яка цінність може, залежно від потреб людини, позначатися як на об'єктних (предметних), так і на суб'єктних (комунікативних) відносинах. Зрозуміло, що чітку межу між цими системами ціннісних орієнтацій провести досить складно. Цінність (спрямована «на себе») може задовольняти як інтереси особистості, так й інтереси інших людей і суспільства в цілому. Відтак вважаємо за доцільне розподіляти цінності за їх переважним спрямуванням на альтруїстичні та егоцентричні.

З цього усього визначаємо, що властивості особистості не тільки перебувають у певних взаємозв'язках з ціннісними орієнтаціями, але й через співвідношення оцінок особистісних властивостей найближчого оточення та самооцінок вказують на орієнтацію в ньому.

Комунікативно-орієнтовний аспект є своєрідною детермінантою формування ціннісних орієнтацій особистості. У межах комунікативної сфери найчастіше «розпочинається» пошук, процес прийняття та освоєння цінностей, оскільки інформація про існування цінності, умов її реалізації, початковий етап трансформації цінностей відбувається переважно в рамках виокремленого аспекту. Не тільки оцінка, але й корегування її, переоцінка цінностей проходять «експертизу» за допомогою комунікації. Більше того, нерідко цінність свій шлях від інформації до заперечення може «подолати» у межах комунікативного аспекту.

Компонентами цього аспекту можуть бути: оцінка міжособистісних взаємин та їх динаміки, рівень довірливості у спілкуванні, обговорення

особистих проблем, рівень конфліктності, оцінка самопочуття у взаєминах тощо.

Процесуально-результативний аспект виступає в якості реальної, динамічної системи взаємодії суб'єкта зі світом і показником результативності особистісних диспозицій. Тут ми керувалися тезою О. Крупнова, що дії суб'єкта не завжди закінчуються зовні вираженим результатом, але вони завжди є реальним процесом, оскільки будь-яка конкретна дія є продуктивною для внутрішнього саморуку навіть тоді, коли вона не виражена в зовнішньому результаті [80, с. 18].

Особистість визначається не тільки тим, які цінності та наскільки глибоко її інтегрував суб'єкт, але й тим, якою мірою цими цінностями спрямовується й реалізується його діяльність. До речі, С. Золотухіна-Аболіна виокремлює вищі цінності, в першу чергу зараховуючи до них цінності діяльності. І це, на нашу думку, цілком закономірно. Як відзначає В. Тугаринов, без ціннісного підходу «неможлива ні діяльність, ні саме життя людини як істоти, що має різні потреби, інтереси й цілі» [129, с. 256]. «Потреба сама по собі ще не може надати діяльності певного спрямування... Те, що становить єдиний стимул спрямованої діяльності, є не сама по собі потреба, а предмет, що відповідає цьому спрямуванню» [129, с. 13].

Згідно з результатами досліджень В. Асеєва [15], мотивація актуальної діяльності передбачає дві взаємопов'язані суперечності: 1) прагнення до бажаного, але не наявного в нинішній ситуації; 2) функціональну потребу в діяльності, в активності. Відтак існує суперечність між потенційним і актуальним станом суб'єкта. Діяльність детермінується як зсередини, так і ззовні. У другому випадку виникає суперечність між об'єктивною системою вимог, що висуваються до суб'єкта, і його реальною діяльністю. До внутрішньої регуляції поведінки ніби під'єднуються зовнішні впливи. У всіх випадках, і в тому, коли дія індивіда детермінується переважно зовнішніми факторами, які діють через його внутрішні умови, і в тому, коли вона переважно виходить зсередини, розвиток суб'єкта здійснюється через діяльність.

Для побудови теоретичної моделі ціннісних орієнтацій необхідно було не тільки реалізувати найзагальніші вимоги методології, але й визначити, яким чином представити такі особистісні утворення, як цінності, життєві плани, навчально-пізнавальну активність, вільну активність тощо, оскільки ці компоненти реалізуються лише в процесі взаємодії, володіючи окремо лише цілком певним функціональним призначенням у цілісному процесі. Тому цілісність моделі може бути представлена мірою пов'язаності різних аспектів ціннісних орієнтацій через аналіз кореляцій компонентів та їх параметрів.

Кожний аспект моделі ми трактуємо як складову цілісної, неподільної системи. Іншими словами, між розглянутими аспектами існують певні взаємозв'язки, оскільки в реальному процесі життєдіяльності людини

вони не роз'єднані, а злиті воедино. Такий розподіл звичайно здійснюється лише з метою аналізу, оскільки кожний з виокремлених аспектів має свою специфіку та критерії оцінки. Умовність розподілу обумовлює й наступний етап аналізу — синтезування виокремлених аспектів, що передбачає їх вивчення у зв'язках і відносинах.

Підбиваючи підсумки цієї частини нашого дослідження, відзначимо, що: 1) кожний аспект ціннісних орієнтацій трактується як складова цілісної, неподільної системи; необхідним етапом аналізу є вивчення різних її аспектів та їх компонентів у синтезі; 2) показником рівня цілісності ціннісних орієнтацій може бути ступінь пов'язаності різних її елементів; 3) цілісність як характеристика системи передбачає аналіз ієрархічної будови її складових.

Таким чином, при аналізі ціннісних орієнтацій особистості в цілому варто, на нашу думку, виходити з необхідності вивчення їх психологічної структури, як з боку ієрархічної будови компонентів, так і з боку кореляційної структури, тобто зв'язків і відносин усередині аспектів, а також і між цими аспектами.

Особливості ціннісних орієнтацій особистості в умовах сучасних економічних трансформацій

Засвоєння усталених цінностей суспільства і формування власних ціннісних орієнтацій залежить від багатьох чинників — культури, соціального середовища, особливостей особистісного розвитку. При цьому на кожному новому етапі розвитку можуть домінувати як суспільні, так і особистісні цінності. В умовах сучасних суспільних трансформацій актуалізується проблема світоглядної переоцінки цінностей, що може суттєво позначитися на формуванні ціннісних орієнтацій особистості.

Взагалі, суспільні трансформації призводять до змін у суспільній свідомості та особистісному світосприйнятті, а зміни на рівні індивідуального світогляду відбиваються на економічному, політичному, соціальному житті. Це взаємообумовлений процес, коли трансформуються політичні та економічні цілі, релігійні норми і сімейні цінності, що, в свою чергу, впливає на темпи економічного зростання, на стратегічні плани політичних партій та на перспективи демократичних інститутів у цілому.

Процеси демократизації суспільних відносин обумовлюють переоцінку особистістю структури своїх цінностей, наповнення її новим змістом. У межах нової соціально-економічної парадигми розвитку суспільства на перший план виходять особистісні потреби й інтереси, що стимулює як творчу активність громадян, так і сприяє абсолютизації егоцентричних настроїв.

Трансформація суспільства призводить до зміни економічних, політичних і культурних інститутів, нестійкості соціального середовища, нечіткості об'єктів ідентифікації, розмитості ціннісних орієнтацій.

Україна вже майже двадцять років перебуває в стані суспільних трансформацій. За цей час сталися суттєві інституційні зміни, які, у свою чергу, призвели до переосмислення та переоцінки соціально-політичної, економічної, правової ситуації в країні. Але цей процес ще не завершився, а відтак у суспільній свідомості українства й досі триває «ціннісна революція».

Впровадження ринкових механізмів пов'язане зі зміною не лише економічних, але й соціальних відносин. Змінюється спосіб життя людей, змінюються їх ціннісні орієнтації, мотивація поведінки.

Економічний лібералізм, конкуренція, прагнення до отримання прибутку тощо неоднозначно впливають на ціннісні орієнтації особистості. З одного боку, вони, безперечно, стимулюють ініціативу, розширюють можливості для розвитку здібностей і творчої активності людини. Разом з тим розвиток економічного лібералізму та конкуренції заради прибутку, як це засвідчено, зокрема, дослідженнями К. Хорні, Е. Фромма, Р. Мертона [91; 136; 142], призводить до загального відчуження, психічних фрустрацій, неврозів тощо. В умовах ринкових відносин особистість змушена постійно «переоцінювати» свої орієнтації, що посилює загрозу утворення екзистенціального вакууму. Тобто можемо стверджувати, що економічні цінності сучасного українства перебувають у стані динамічного розвитку.

Суттєвих змін зазнала й соціально-економічна система України, що спричинило трансформацію економічних цінностей.

Процес формування нової ціннісної системи значною мірою залежить від сприйняття тих чи інших поглядів, ідей представниками різних поколінь: покоління Великої Вітчизняної війни і післявоєнних років, покоління шістдесятників, покоління епохи перебудови і нове покоління — покоління часів незалежності України. Усі вони по-різному сприймають та оцінюють соціально-економічні зміни внаслідок вікових, соціальних та психологічних відмінностей. «Співіснування» цих відмінностей є суттєвим чинником процесу економічної соціалізації. Якщо для старших поколінь це, зазвичай, процес ресоціалізації, тобто переосмислення економічних цінностей, адаптація до нових ринкових умов, то для молоді це, насамперед, процес засвоєння соціально-економічного досвіду шляхом долучення до суспільних процесів. Т. Парсонс [107] зазначав, що прихід кожного нового покоління можна порівняти з нашествям варварів, і лише процес соціалізації може забезпечити засвоєння норм співжиття цими пришельцями.

Дослідники аксіосфери виокремлюють кілька основних етапів ціннісних трансформацій, що відбувалися протягом останніх десятиліть. Точкою відліку, як правило, вважається система цінностей радянського суспільства. Починаючи з кінця 1980-х років, відбувається переосмислення, як на рівні окремих громадян, так і на рівні суспільства, таких понять, як держава, економіка, свобода, гроші, особистість, демократія, право тощо. Крім того, активно переглядаються життєві стратегії, цілі та орієнтації.

Масова свідомість збагачується такими цінностями, як свобода вибору переконань, недоторканність приватної власності, невтручання держави в особисте життя громадян. Новим змістом наповнюються і так звані традиційні цінності — відповідальність, толерантність, справедливість тощо.

Для 1990-х років характерним стало розмежування політичних еліт, створення впливових економічних угруповань. Посилилися процеси матеріальної поляризації. Виявилися ціннісні розколи на національному та етнічному ґрунтах. Цінності того періоду вчені класифікують переважно як інтегруючі та дезінтегруючі. Їх особливістю вважається одночасна різновекторність. Це означає, що такі цінності, як освіченість, професіоналізм, справедливість, чесність, порядність, можуть і об'єднувати, і роз'єднувати людей.

Сучасний період ціннісних трансформацій пов'язаний передусім з досвідом демократичних перетворень часів незалежності. Очевидним стало зростання попиту на деякі цінності радянського періоду, скажімо, такі, як стабільність, порядок, щоправда, вже в новій інтерпретації. Так, теперішнє бачення порядку передбачає свободу дій та мінімум обмежень з боку держави. У такий спосіб починають формуватися засади нової філософії суспільних змін, за яких переважна більшість громадян матиме змогу включитися до ринкових відносин, а відтак, вибудовувати новий порядок на прийнятних для окремої людини умовах особистої зацікавленості в досягненні індивідуальних і суспільних успіхів.

Отже, формування цінностей має багатоаспектний, багатовекторний і суперечливий характер. Воно відбувається в умовах знецінення багатьох ідеалів попередніх етапів суспільного розвитку та окреслення нового світоглядного виміру з одночасним відродженням історичних традицій народу, зверненням до його духовного досвіду й загальнолюдських цінностей.

За таких обставин предметом дослідження науковців різних галузей все частіше стає динаміка ціннісних змін і ціннісних орієнтацій. Важливою ознакою цих змін стала раціоналізація життєвих смислів [55]. Показником її вважається зростання частки населення, яке у вирішенні своїх проблем покладається на себе, а не на державу. Таку переорієнтацію соціологи трактують неоднозначно. Інколи це сприймається як звуження життєвого простору, зменшення індивідуальних можливостей. А іноді — і як важливий аргумент на користь доцільності особистісної інноваційної практики за умов соціальної нестабільності

На динаміку ціннісних орієнтацій українських громадян неабияк вплинуло різновекторне спрямування політичного та економічного розвитку України. Задекларований європейсько-інтеграційний напрям суперечливо узгоджувався з ностальгією за «соціалістичними цінностями» у масовій свідомості. Як результат, у 90-х роках ХХ століття відбулося становлення «подвійної інституціональної системи» з її відмітними орієнтаційними ознаками [42, с. 41—42] (див. таблиця 2.1.3).

**Змістова наповненість цінностей населення
у 90-х роках ХХ століття**

1991 — початок 1992 рр.	1994 — 1998 рр.
Орієнтація на ринкові механізми регулювання економіки	Орієнтація на державну підтримку виробничого сектора
Масова підтримка державної незалежності	Переважає підтримка реінтеграції
Комуністична партія втрачає масову підтримку	Комуністична партія — головна опозиційна сила і претендент на владу
Відповідальність за кризу покладається на комуністичний режим	Відповідальність покладається на демократично обрану владу

Складено за: [42, с. 41—42].

У масовій свідомості так само окреслюються подвійні стандарти (одночасне існування різних зразків поведінки — публічної і приватної), подвійних ринкових відносин (легальних і тіньових), подвійної моделі управління (відкритої демократичної та закритої корупційної) тощо.

Ф. Семенченко з цього приводу зазначає, що руйнування колишньої ціннісної основи і нестача нових політичних ідеалів обумовлюють сьогоdnішню ситуацію в українському суспільстві, розколотому на клани, угруповання і невеличкі групи, позбавленому єдиної об'єднуючої платформи. Цей розкол — пряме породження ціннісної кризи, що сталася внаслідок краху тоталітарної ідеології, яка передбачала наявність у всього населення єдиної системи цінностей і досить успішно формувала ці цінності через загальнодержавну систему ідейного виховання і пропаганди. Руйнування цих ціннісних орієнтирів не супроводжувалося появою хоча б якоїсь кількості рівноцінних нових. Очевидно, звідси і беруть початок багато соціальних проблем, з якими сьогодні стикається Україна: політична дезорієнтація і деморалізація населення, економічна та соціальна нестабільність, криза правосвідомості й моралі, вражаюче падіння цінності людського життя тощо. Наявним є ціннісний нігілізм, цинізм, крайнощі, кидання від одних цінностей до інших, екзистенційний вакуум та багато інших симптомів соціальної патології.

Все це вкотре спонукало як самих громадян, так і дослідників до перегляду ціннісної картини та виокремлення ціннісних пріоритетів на особистісному і суспільному рівнях. Як свідчить досвід різних періодів суспільних трансформацій, сім'я і найближче оточення (друзі, знайомі) є найважливішими цінностями для дорослого населення України [43]. Саме

вони є одними з визначальних факторів людського життя. Дослідження ціннісних орієнтацій населення України (у тому числі й молоді) демонструють усталену тенденцію до пріоритетності сім'ї як особистісної цінності. Це цілком зрозуміло, оскільки сім'я забезпечує базисні потреби людини.

Важливе місце у ціннісній системі населення, окрім родини та відносин з близькими людьми, також посідає робота, покращення власного добробуту і матеріального стану, що, в свою чергу, обумовлює формування нових моделей поведінки українців, на які впливають певні соціальні параметри — вік, стать, освіта, місце проживання тощо. Особливо яскраво вони проявляються в моменти погіршення економічної ситуації. Зважаючи на економічну нестабільність останніх років, такі моделі можна розглядати як сформовані стереотипи поведінки з урахуванням особистісної оцінки ситуації (див. таблиця 2.1.4).

Таблиця 2.1.4

Стереотипи поведінки населення з урахуванням особистісної оцінки ситуації

Моделі поведінки	Стать		Вік		
	Чоловіки	Жінки	До 30 років	30-54 рр.	55 рр. і старші
Більше працюватимуть	29,5	26,0	35,2	34,7	13,2
Переїдуть в іншу місцевість	7,7	4,4	10,5	6,7	1,4
Виїдуть з країни	10,5	7,7	17,5	9,0	2,8
Впадуть у відчай	3,4	5,2	3,3	3,9	5,8
Протестуватимуть	16,3	12,3	11,3	15,4	13,9
Нічого не робитимуть	12,6	18,8	9,0	9,3	31,0
Не визначилися	33,4	34,4	30,3	34,1	36,3

Складено за: [42, с. 102].

Значний відсоток респондентів, які вважають прийнятною для себе першу модель (більше працюватимуть), є своєрідним підтвердженням високого ціннісного рейтингу роботи. Видається досить оптимістичною чітко окреслена тенденція, яка закріплює прямий зв'язок між кількістю

та інтенсивністю трудових зусиль, з одного боку, і рівнем свого економічного (матеріального) успіху, з іншого.

Варто відзначити важливість такої інструментальної цінності, як освіченість. По-перше, люди з вищою освітою проявляють найбільшу економічну активність. Майже 42 % саме з цієї категорії при погіршенні економічної ситуації мають намір більше працювати.

Дослідники переконані, що всупереч поширеній думці і негараздам на ринку праці в країні існує досить тісний зв'язок між рівнем освіти та матеріальним становищем громадян.

Вважається, що з підвищенням рівня освіти зменшується ризик втрати роботи. Водночас вища освіта є і важливим чинником конкурентоспроможності в сучасних соціально-економічних, ринкових умовах. Освіченість нині більше сприймається як товар. Крім того, рівень освіти стає показником життєвої успішності. Результати соціологічних досліджень різних років свідчать, що 37—51 % тих, хто вважає, що не зміг досягти успіху в житті, як на причину, вказує на те, що не одержав вищої освіти (32 %), не набув професіоналізму та високої фахової підготовки (17 %) [1, с. 10].

Відбулися суттєві інституційні зміни, які, в свою чергу, призвели до переосмислення та переоцінки соціально-політичної, економічної, правової ситуації в країні. Можна стверджувати, що цей процес не завершився і суспільна свідомість українства й досі охоплена процесами «ціннісної революції».

Доказом цього є, зокрема, різне ставлення та різні моделі поведінки людей, а саме існування доринкового та ринкового світоглядів. Адже впровадження ринкових механізмів пов'язано зі зміною не лише економічних, але й всієї системи соціальних відносин. Цілком змінюється спосіб життя людей, і це, зазвичай, призводить до зміни ціннісних орієнтацій, мотивацій поведінки, процесу соціалізації особистості.

Глобалізація громадського життя, з одного боку, докорінні зміни в економічній, політичній, соціальній і духовній сферах життєдіяльності українського суспільства, з іншого, суттєво актуалізують необхідність всебічного аналізу основного вихідного фактора його відновлення — особистості, онтологічних принципів і соціокультурних складових її соціалізації. Аналіз процесу формування ціннісних орієнтацій особистості в процесі її становлення, як і чинників, що впливають на цей процес, має бути головним в осмисленні всіх інших соціальних процесів, що складають базисну основу трансформації сучасного українського суспільства, будучи одночасно досить актуальним як у науковому, так і практичному плані. Незважаючи на цей факт, процес соціалізації особистості сьогодні опинився на периферії соціогуманітарних досліджень. Це стосується як формування нових парадигм його вивчення, так і осмислення особливостей ціннісно-нормативної основи соціалізації в умовах трансформації суспільства.

В умовах ринкових відносин особистість змушена постійно перегля-

дати свої ціннісні орієнтації, що посилює загрозу утворення екзистенціального вакууму. Власне ринкові відносини та пов'язані з ними цінності не можуть бути самодостатніми, тобто виступати як вищі цінності. Вони є лише засобом особистісного розвитку. Зрештою, ринкові цінності як такі, що націлені на матеріальне збагачення, є, звичайно, необхідними. Але вони мають бути допоміжними засобами для цінностей духовного розвитку особистості. На думку Є. Головахи, соціальне мікросередовище останніми роками виконує вкрай важливу для збереження стабільності суспільства функцію соціально-психологічної й моральної підтримки, пом'якшуючи стреси, спричинені соціально-економічною кризою, руйнацією традиційного способу життя і трансформацією ціннісно-нормативної системи [42; 43]. Проблема полягає в тому, що переважання таких взаємин в соціумі може стати відчутною інституціональною перешкодою для розвитку інститутів демократичного суспільства, в тому числі й інститутів влади, оскільки громадяни за таких умов здебільшого піддають сумніву їх легітимність і у такий спосіб дистанціюються від них.

Отже, доводиться визнавати, що у ціннісній палітрі української громади чимало «кольорів» сумніву, недовіри, розчарування тощо. Якщо розглядати деякі традиційні цінності, зокрема свободу та справедливість, то можемо спостерігати певні їх негативні відтінки, а саме:

- неповноцінність демократичних прав і політичних свобод громадян, певна їх ілюзорність, жорстка залежність від ринкових (економічних) умов;

- несправедливий розподіл благ, колосальна майнова диференціація населення, економічний вплив на прийняття судових рішень, залежність правових дій від політичної волі;

- зрештою, певний відступ від моральних норм і принципів заради одержання економічних вигод, знецінення людських стосунків, посилення агресивних, насильницьких, в цілому аморальних тенденцій.

Свідомість молодшої людини у повному вимірі відображає ці складні трансформаційні процеси, які переживає українське суспільство, набуваючи свого загострення, що пов'язано з психологічними особливостями цього віку.

Зазначимо, цілком погоджуючись з М. Локовою, що ціннісна орієнтація за будь-яких обставин є властивою внутрішньому світу особистості молодшої людини, і у цьому сенсі проблема цінності є проблема її ідентичності, яка постійно корегується [85].

Згадана дослідниця зазначає, що на початку 90-х років монопольна структура відносин «молодь — суспільство», яка раніше визначалася і скеровувалася владою, почала трансформуватися у плюральну, диференційовану на декілька елементарних ціннісних позицій. Причини такої трансформації — це нові економічні відносини, які тільки складаються, і, крім того, цей факт обумовлено необхідністю реалізації потреби молодих

людей у новому типі утвердження, зокрема, і через свою трудову діяльність [85].

Уже з самого дитинства молоді люди починають засвоювати цінності «нового» зразка, які возвеличують настанову на швидке збагачення, принижують значення професіоналізму та знань, умінь та інтелекту, корисності праці в цілому.

М. Кліманська [74] зазначає, що однією з визначальних рис сучасних молодих людей є схильність до соціального утриманства, як специфічного ставлення до суспільства та інших людей, що виявляється в настановленнях особистості («всі винні мені») та її поведінці («вимагаюча» поведінка). Специфікою соціального утриманства є його спрямованість на отримання максимальних вигод для себе, для реалізації власного життєзабезпечення, що досягається шляхом використання інших людей та суспільства загалом при найменших затратах і зусиллях зі свого боку.

Психологічною причиною виникнення соціального утриманства є механізм навченої безпорадності, завдяки якому людина перестає відчувати контроль за наслідками своїх дій та вимушена звертатися за допомогою до інших або підкорятися дії обставин [74].

Для сучасних молодих людей характерною є специфічна система життєвих переконань, яка характеризується через негативний образ соціального світу, переконаність у тому, що будь-які соціальні норми є відносними, консервативність життєвих поглядів та особливі критерії справедливого поділу.

Крім того, для них більш важливими є матеріальні цінності, прагнення до матеріально забезпеченого життя, розваг, менша важливість щасливого подружнього життя, творчості та щастя інших людей, низький рівень громадської активності. Також ціннісному полю молодих людей властиві низький рівень розвитку особистісної зрілості, а саме таких її показників, як децентрація, глибинність переживань, життєва філософія, толерантність, автономність та контактність; надання переваги суперницькому способу вирішення конфліктів [74].

Можемо стверджувати, погоджуючись із російською дослідницею С. Буреніною [33], що сучасному соціуму властиві нові тенденції соціальної ситуації розвитку підлітків, які пов'язані з орієнтацією останніх на оплачувану діяльність, а модель їх соціалізації відображає ставлення до грошей як засобів реалізації різних цінностей. Саме гроші у свідомості сучасної молоді дуже часто виступають еквівалентом матеріальних і духовних цінностей, що вимагає від теоретиків і практиків педагогічної науки врахування цього чиннику соціалізації молодих людей. У палітрі ціннісних орієнтацій сучасної молоді превалюють цінності споживання, а такі моральні якості, як доброта, милосердя, порядність, чесність, відповідальність, ввічливість тощо, стрімко втрачають вагу в їх очах. Усе більшого поширення набуває прагматизм у вирішенні життєвих завдань.

Необхідно визнати, що суспільно значущі цінності праці було девальвовано, а нова модель індивідуалізму, яка б значно більше відповідала новим умовам ринкового суспільства, ще не визначилася у своїх перевагах [85]. Водночас свідомості молодих людей притаманні ціннісний плюралізм, потенція свободи, саме вони у майбутньому стрімко поповнять лави підприємців, що також обумовлює засвоєння підлітками цінностей «нового ринкового покоління».

Сучасне молоде покоління дуже відрізняється від своїх батьків, свідченням цього є наявність ціннісного розриву між ними, який особливо загострився в кінці ХХ — на початку ХХІ століття. Молоді люди сьогодні відмовляються від патерналістської опіки держави, культивують індивідуалістичні настанови, пріоритети приватного життя і соціальних свобод. Отже, робимо висновок, що становлення ціннісних орієнтацій молоді людини відбувається в ситуації ціннісно-нормативної нестабільності суспільства.

Формування особистості молоді людини, її соціальних ролей і ціннісних орієнтацій багато в чому залежить від очікувань суспільства. Суспільні структури можуть як допомогти молодій людині задовольнити свої потреби, так і створити нові проблеми, стимулюючи зростання напруженості і розчарування.

Результати психологічних і соціологічних досліджень дозволяють виокремити певні аспекти суспільного життя, що найсуттєвіше впливають на формування ціннісних орієнтацій молоді. Це: технологічні і соціальні зміни, урбанізація; меркантильність і бідність; вплив засобів масової інформації; соціальна й емоційна напруженість; конфлікти в сім'ї; життєві події і пов'язані з ними стреси. Ці явища по-різному впливають на формування ціннісної позиції молоді. Але зрозуміло одне: усі вони в той чи інший спосіб змінюють їх ціннісну картину.

Так, внаслідок технологічних і соціальних змін минуле все більше віддаляється від сучасності. Чим швидші й суттєвіші соціальні зміни, тим більше відрізняються стандарти й образи сучасного життя від стандартів минулого, значною мірою — від батьківських стандартів. У результаті у молоді людини з'являється відчуття, що все старе вже нежиттєздатне, не відповідає сучасності і йому не можна дозволяти впливати на сьогодення. Їх світ звернено в майбутнє, яке теж віддаляється, життєві плани стають більш невизначеними і непередбачуваними. В таких обставинах людина почувається невпевненою у завтрашньому дні, хоча її звернення і прагнення продовжують бути векторно спрямованими на нього.

У світі мінливих стандартів і невизначених цінностей підростаючим поколінням важко зрозуміти, як жити й у що вірити. Нинішня молодь зростає за умов різкого контрасту рівня матеріальної забезпеченості батьків. Разом з тим на тлі матеріальних проблем у більшості сімей споживачькі настрої дітей посилюються. Дослідження свідчать, що молоді люди стають більш меркантильними. Останнім часом спостерігається нівелю-

вання таких цінностей, як прагнення до самовираження або необхідність творчості, бажання працювати, допомагати людям тощо. У структурі цінностей домінуючими стають важливість престижної посади і почуття захищеності, що базується на володінні грошима, а іноді і схильність до соціального утримання.

Формування цінностей та ціннісних орієнтацій молоді в процесі її економічної соціалізації має багатовекторний і суперечливий характер. Інтеріоризація і екстеріоризація цих норм відбувається за умов знецінення багатьох ідеалів попередніх етапів суспільного розвитку та окреслення нового світоглядного виміру з одночасним відродженням історичних традицій народу, зверненням до його духовного досвіду й загальнолюдських цінностей. Тому оцінювати ці процеси варто, виходячи з розуміння факту пошуку і утворення нового гармонійного балансу між «старими» і «новими» нормами інституційного розвитку, які б відповідали стрімким змінам в українській економіці. Це, звичайно, позначається на перебігу і результатах економічної соціалізації молоді. Сьогодні економічна сфера крокує попереду за критерієм інтенсивності своєї динаміки, що визначає складність і суперечливість діалектичної єдності традицій та інновацій суспільно-економічного розвитку. Для більшості населення є незрозумілим взаємозв'язок та взаєморозвиток цих утворень, і, особливо, для покоління молодих людей, для яких власні психологічні кризи поєднуються з постійними викликами сучасного трансформаційного суспільства. Тому завданням теоретичної науки і практики є не тільки виголошення численних проблем і недоліків у ціннісному полі підростаючого покоління, й визначення дієвих інструментів управління цими психічними утвореннями з метою їх оптимізації.

2.2.

Економічні настанови як чинник становлення суб'єкта економічної соціалізації

Одним із показників і факторів економічної соціалізації є економічні настанови як складова свідомості особистості, їх можна розглядати як різновид, частковий випадок соціальних настанов особистості. Складність вивчення особистості визначається не лише багатогранністю її феноменології, але перш за все тим, що, на відміну від інших явищ реальності, особистість входить у світ не лише як об'єкт, але і як суб'єкт. Ця особливість поєднання в особистості властивостей і об'єкта і суб'єкта відмічається психологами, філософами, і соціологами. На думку О.Ф. Лосева, особистість — це така унікальність і неповторність, яка є не лише носієм свідомості, мислення, чуттєвості, це суб'єкт, який сам себе співвідносить з собою і сам себе співвідносить з оточуючими. Суб'єкт існує реально, а особистість є одночасно носієм суб'єкта і об'єкта.

Суб'єктний підхід до вивчення особистості ставить своїм завданням вивчення особистості «зсередини», з боку суб'єкта. Особистість при такому підході виступає не як набір об'єктивних характеристик в просторі діагностичних показників, а як носій певної картини світу, як деякий мікрокосм індивідуальних значень і смислів. При суб'єктному підході в характеристиці особистості підкреслюється роль активного, творчого начала. Це означає, що людина не просто підпорядковується зовнішнім обставинам, а її поведінка внутрішньо детермінована, що дозволяє їй стати господарем своєї долі. Орієнтація на парадигму суб'єктивного підходу представлена в роботах таких психологів, як К.А. Абульханова-Славська, Б.Г. Ананьев, Л.І. Анциферова, Л.І. Божович, А.В. Брушлинський, О.В. Киричук, О.М. Леонтьев, В.С. Мухіна, В.Ф. Петренко, В.А. Петровський, В.О. Татенко та ін.

Становлення суб'єкта економічної діяльності визначається життєвою ціннісно-сисловою системою індивіда, а зміст процесу економічної соціалізації особистості розгортається в таких соціально-психологічних феноменах, як економічна ідентичність особистості, ставлення до власності, монетарні репрезентації, економічні настанови. Економічні настанови розглядаються нами як різновид, частковий випадок соціальних настанов особистості, які проявляються у ставленні індивіда до економічних цінностей (гроші, багатство, робота тощо). Водночас у розумінні понятійного апарату щодо сутності соціальної настанови (установки) мають місце певні труднощі.

Зазначимо, що у вітчизняній науковій літературі немає одностайної думки щодо використання терміну «соціальна настанова». У зв'язку з цим нами була зроблена спроба узагальнити підходи до розуміння цієї дефініції в роботах вітчизняних та зарубіжних психологів. Як однопорядкові використовуються наступні: «установка», «соціальна установка», «атитюд», «настанова», «настановлення». Згідно з «Великим тлумачним словником сучасної української мови» [35, с. 737], «настанова: 1) вказівка або порада діяти певним чином; циркуляр, припис, інструкція, наказ, розпорядження, директива керівних органів; 2) стан готовності, схильності людини до виконання певного виду діяльності. «Настановлення» — вживається дуже рідко як «настанова». Водночас в цьому ж словнику подано поняття «установки» як стану готовності до активної дії, спрямованої на досягнення певної мети чи задоволення потреби [35, с. 1517]. Тому, на наш погляд, якщо йдеться про використання цього терміну в соціальній психології, слід використовувати дефініцію або «соціальна настанова», або «соціальна установка». Формування соціальних настанов особистості відповідає на питання: як засвоєний соціальний досвід відбивається у свідомості особистості і як конкретно ця настанова проявляє себе у її діях та вчинках. Тому слід розрізняти поняття настанови, установки та атитюду як соціальної настанови.

На думку Г.М. Андреевої, зовнішнє співпадання термінів «установка» і «соціальна установка» приводить до того, що інколи ці поняття розглядаються як ідентичні, оскільки набір визначень, що розкривають зміст цих понять, дійсно подібний: «схильність», «спрямованість», «готовність». Разом з тим необхідно точно розвести сферу дії настанов так, як їх розумів Д. Узнадзе, і сферу дії «соціальних установок».

П. Шихирев, проаналізувавши підходи до вивчення установок, дійшов висновку, що, як одна із центральних областей дослідження, соціальна установка пережила з усією соціально-психологічною наукою і її підйоми, і її спади [145, с. 86—103].

Перший період (1918—1940 рр.) відмічений теоретичними дискусіями про зміст самого поняття, розвитком техніки вимірювання установок (починаючи зі шкали Терстоуна, запропонованої в 1928 р.). На кінець цього періоду була встановлена одна із основних ознак соціальної установки — «інтенсивність позитивного чи негативного афекту відносно будь-якого психологічного об'єкта». В 1931 р. Парк додав ще дві ознаки — латентність (тобто недоступність для прямого спостереження) та походження із досвіду. В 1935 р. Г. Оллпорт, провівши величезну роботу щодо узагальнення наявних на той час визначень, запропонував свій варіант, який і до цього часу є загальноновизнаним. Він визначив установку як стан психонервової готовності, який склався на основі досвіду і який здійснює спрямовуючий і (або) динамічний вплив на реакції індивіда стосовно всіх об'єктів чи ситуацій, з якими він пов'язаний. В цьому визначенні основні ознаки установки — це її попередня і регулююча дія.

Другий етап (1940—1950 рр.) — це період відносного спаду у дослідженнях соціальної установки, який пояснюється переключенням інтересу на динаміку групових процесів — область, що стимулювалась ідеями К. Левіна. Вплинули на це і нездійсненні мрії стосовно точної квантифікації установки. Разом з тим в цей період Сміт (1947 р.) запропонував виділити в установці три компоненти — когнітивний, афективний і поведінковий. Це, за виразом Г. Оллпорта, було поверненням до знаменитого триумвірату Платона — поділ на волю, афекти і поведінку.

Найбільш чітко компоненти структури установки було визначено дещо пізніше. На думку Д. Каца (1960 р.), установка — це схильність, налаштованість індивіда на оцінку якого-небудь об'єкта, його символу чи аспекту світу індивіда (як позитивного, так і негативного). Думка є вербальним вираженням установки, але вона може виражатися й невербальною поведінкою. Установки включають як афективний (почуття симпатії чи антипатії), так і когнітивний (знання) елементи, які відображають об'єкт установки, її характеристики, її зв'язки з іншими об'єктами. Також було встановлено, що ця структура володіє певною стійкістю. Акцентуючи увагу на цій стороні установки, Д. Кемпбелл визначає її як «синдром стійкості реакції на соціальні об'єкти».

Третій етап (середина 50—60-х рр.) — період розквіту досліджень установки. На цей час припадають дослідження процесу її змін, що виконані школою К. Ховленда, відомі як Бельські дослідження. В них вивчався в основному зв'язок між когнітивним і афективним компонентами установки. З 1957 р. з появою теорії когнітивного дисонансу Л. Фестінгера розпочались дослідження взаємозв'язку когнітивних компонентів різних установок. В цей же час з'явились функційні теорії (чи теорії функцій установок в структурі індивідуальної поведінки) Сміта із співавторами Кебмена і Каца, теорії зміни установок Мак Гайра, Сарнова; також була вдосконалена техніка шкалювання, почали застосовуватися психофізіологічні методи вимірювання установок.

70-ті рр. — це період явного застою. На фоні затрачених зусиль досить збентежливими виглядають такі підсумки, як численні суперечливі і неспівставні факти, відсутність навіть якогось натяку на загальну теоретичну основу, мозаїка різних гіпотез, що мали швидше ретроспективну, ніж перспективну пояснюючу силу, суперечливість по кожному із пунктів, які містились у «зведеному» визначенні Г. Оллпорта, наявність таких суттєвих прогалин, як недостатня дослідженість взаємозв'язку установок і реальної поведінки.

Настанови — доволі звичні і добре поширені психічні реакції людини. Схильність до їх формування — це невід'ємна частина людської природи. Найбільш значущі настанови відіграють важливу роль у формуванні уявлень людини про саму себе, про власне «Я», про самовизначення. Іншими словами, вони інформують оточуючих і саму людину про те, хто вона така. Настанови, що визначають «Я» особистості, її уявлення про саму себе здійснюють вплив на багато аспектів її поведінки. Найчастіше соціальна настанова в наукових працях розглядається як ціннісне ставлення до соціального об'єкта, яке психологічно виражається в позитивній чи негативній реакції на нього.

Теорія і дослідження соціальних настанов має доволі значну історію. В соціальній психології соціальна настанова розглядається як психологічний регулятор системи соціальних відносин, а його основними функціями вважаються: інтеграція, координація, регуляція поведінки індивідів в колективних діях, життєдіяльності соціальної спільноти. У вітчизняній соціальній психології феномен соціальної настанови вивчається з позицій загальної психології і психології особистості. Перший з цих підходів ґрунтується на концепції психічної установки, яка розроблялась грузинською психологічною школою Д. Узнадзе (А. Прангшвілі, І. Бжалава, В. Норакідзе та ін.). За такого підходу фіксується увага на динамічних характеристиках установки; стійкості ефекту асиміляції і контрасту тощо. Установа розглядається як цілісний динамічний стан суб'єкта, стан готовності до визначеної активності, який обумовлюється двома факторами: потребою суб'єкта і відповідною об'єктивною ситуацією. Основу другого

підходу складає концепція психологічних суб'єктивних відносин особистості, запропонована В. Мясіщевим. Відносини він розумів як «систему тимчасових зв'язків людини як особистості — суб'єкта зі всією дійсністю або ж з її окремими сторонами» [103, с. 150] і пояснює їх спрямованість майбутньої поведінки людини. Відносини є своєрідною переддиспозицією, передхильністю до певних об'єктів, яка дозволяє очікувати розкриття себе в реальних актах дій. Відмінність установок тут полягає в тому, що мають на увазі різні, в тому числі соціальні об'єкти, на які ці відносини поширюються, самі різноманітні, досить складні з соціально-психологічної точки зору ситуації. Сфера дій особистості на основі відносин є практично безграничною [103].

В науку поняття соціальної настанови ввели У. Томас та Ф. Знанецький, які синтезували його з філософського поняття «цінність» і психологічного поняття «настанова». В їхній концепції соціальна настанова — це індивідуальне ставлення до об'єкта, яке визначається як цінність в даній соціальній спільності [157]. Поняття соціальної настанови одночасно вказує і на факт психологічного переживання ставлення до значущого об'єкта, і на факт соціальної детермінації, спрямованості ставлення, тим самим об'єднуючи смисли афектів, емоцій і їх предметного змісту в єдиному понятті. Воно функціонує одночасно як елемент психологічної структури особистості і як елемент соціальної структури, оскільки зміст психологічного переживання визначається зовнішніми, локалізованими в соціумі об'єктами. Соціальна настанова однією своєю гранню повернута до соціології, а іншою — до психології, оскільки об'єднує в єдине ціле афекти, емоції та їх предметний зміст в єдине ціле. Тому соціальна настанова могла лягти в основу теоретичного пояснення соціально значущої поведінки.

Феномен соціальної настанови особливо інтенсивно вивчався в США в дослідженнях масових інформаційних процесів (формування громадської думки, пропагандистський вплив, реклама тощо). При цьому емпірично і експериментально були виявлені структура соціальної настанови, її властивості (стійкість, інтенсивність, спрямованість, модальність, когерентність), умови, які сприяють чи перешкоджають її зміні. Також була зроблена класифікація настанов: за їх положенням в системі ціннісних орієнтацій (базові, периферійні), за функціями (інструментальні, пізнавальні, захисні).

Традиція вивчення соціальних настанов склалась в західній соціальній психології і соціології. Відмінність цієї лінії досліджень полягає в тому, що з самого початку категоріальний ряд досліджень, розставлені в них акценти були зорієнтовані на проблеми соціально-психологічного знання. В західній соціальній психології для позначення соціальних настанов використовується термін «атитюд», який в російській літературі перекладається як «социальная установка», а в українській — як соціальна настанова, або ж використовується як калька з англійської мови (без

перекладу) — як «атитюд». На цьому слід наголосити тому, що для терміна «настанова» (в тому значенні, якого йому надавала школа Д. Узнадзе), існує в англійській мові інше значення — «set». Важливо відмітити, що вивчення атитюду — це самостійна лінія досліджень, яка не йде в руслі розвитку ідей настанов («set») і є однією із самих розроблених областей соціальної психології. В терміні «атитюд» акцентується ставлення суб'єкта до соціальних цінностей, а не готовність до дії, як у визначенні соціальної настанови, і тут треба враховувати, що ставлення до ситуації, взятої подумки, і ставлення до реальної ситуації можуть бути різними. Обидва підходи були синтезовані російським соціологом В. Ядовим в диспозиційній концепції особистості, яка трактує психічну структуру готовності до дій як систему схильності (диспозицій) на різних рівнях регуляції поведінки. За В. Ядовим, диспозиція особистості (від лат. disposition — схильність) — це схильність до певного сприймання умов діяльності і до певної поведінки в цих умовах. Систему диспозицій утворюють вищі диспозиції — концепція життя і ціннісні орієнтації, загальна спрямованість особистості, а також узагальнені соціальні настанови на типові соціальні об'єкти і ситуації. Займаючись структурою ціннісних орієнтацій, В. Ядов розробив диспозиційну концепцію особистості, в якій окремі установки пов'язав в певну чотирирівневу систему диспозицій:

1) елементарні установки (set) — формуються на основі вітальних потреб, в простих ситуаціях вони не усвідомлюються; 2) соціальні установки (attitude) — формуються на базі оцінки окремих соціальних об'єктів і ситуацій; 3) базові соціальні установки (визначають загальну спрямованість особистості); 4) система ціннісних орієнтацій [148, с. 22]. Якщо розглянути з позицій цієї схеми ієрархію рівнів різних диспозиційних утворень (Д), то логічно позначити відповідну диспозицію на перетині кожного рівня потреб і ситуацій їх задоволення. Тоді можна виділити відповідно чотири рівні диспозиції: а) перший рівень складають елементарні фіксовані настанови, як їх розумів Д. Узнадзе: вони формуються на основі вітальних потреб, в найпростіших ситуаціях в умовах сімейного оточення, і в самих нижчих «предметних ситуаціях» (що відповідає в західних дослідженнях терміну «set»); б) другий рівень — більш складні диспозиції, які формуються на основі потреби людини у спілкуванні, які реалізуються в малій групі, відповідно — соціальні фіксовані настанови чи атитюди, які у порівнянні з елементарними фіксованими настановами мають складну трикомпонентну структуру (когнітивний, афективний та поведінковий компоненти); третій рівень фіксує загальну спрямованість інтересів особистості стосовно конкретної форми соціальної активності, чи базові соціальні настанови (формуються в тих сферах діяльності, де особистість задовольняє свою потребу в активності, проявляється як «конкретна» робота, конкретна область дозвілля тощо). Так само як і атитюди, базові соціальні настанови мають трикомпонентну структуру, але це не

стільки виражене ставлення до певного соціального об'єкта, стільки до якихось більш значущих соціальних областей; г) четвертий, вищий рівень диспозицій утворює система ціннісних орієнтацій особистості, які регулюють поведінку і діяльність особистості у найбільш значущих ситуаціях її соціальної активності, в яких виражається ставлення особистості до цілей життєдіяльності, до засобів задоволення цих цілей, тобто до обставин життя особистості, які детерміновані соціальними умовами, типом суспільства, системою його економічних, політичних, ідеологічних принципів.

Запропонована ієрархія диспозиційних утворень, взята в цілому, виступає як регулятивна система по відношенню до поведінки особистості. Більш чи менш точно можна співвіднести кожний із рівнів диспозиції з регуляцією конкретних типів прояву діяльності: перший рівень означає регуляцію безпосередніх реакцій суб'єкта на актуальну предметну ситуацію («поведінковий акт»); другий рівень регулює вчинок особистості, що здійснюється у звичних ситуаціях; третій рівень регулює вже деякі системи вчинків, або те, що можна назвати поведінкою; насамкінець, четвертий рівень регулює цілісність поведінки, чи власне діяльність особистості. «Цілепокладання на цьому вищому рівні являє собою деякий «життєвий план», найважливішим елементом якого виступають окремі життєві цілі, пов'язані з головними соціальними сферами діяльності людини — в області праці, пізнання, сімейного та суспільного життя» [149].

Подібної думки дотримувались Ф. Зімбардо та М. Ляйппе: «За своєю сутністю настанови — це ціннісна диспозиція по відношенню до того чи іншого об'єкта. Це оцінка чогось чи когось за шкалою «приємно-неприємно», «корисно-шкідливо» чи «добре — погано»: щось ми любимо, а щось терпіти не можемо, до чогось відчуваємо прив'язаність, а до чогось — антипатію. Те, як ми оцінюємо наші відносини з оточуючим світом, відображає наша настанова. Настанова має диспозиційний характер у тому сенсі, що є благонабутою, засвоєною шляхом науичіння тенденцією думати про якийсь предмет, людину чи проблему суто певним чином» [60, с. 45].

Прикладом такої настанови може бути надокучлива реклама сигарет чи вживання слабоалкогольних напоїв. Окремо взята реклама чи навіть сотня таких реклам можуть і не викликати у сучасних підлітків бажання почати курити чи випити напій. Однак неодноразово повторюваний асоціативний ланцюжок «куріння — це завжди весело, це — романтика, сексуально привабливі люди (наприклад, Мадонна) або ж відомі спортсмени» здатний слугувати створенню позитивної настанови стосовно куріння. І не стільки до самого процесу куріння, якими є сигарети на смак, скільки до того, як це буде виглядати. А якщо до цього додаються привабливі, здорові на вигляд люди з рекламних роликів, кумири молоді (на зразок А. Шевченка, братів Кличко), а також окремо розрекламоване «знижене виділення диму», то все це укріплює у підлітка впевненість, що курити і не так вже шкідливо.

Zanna and Rempel [159] теж визначають настанову як ціннісну диспозицію, стійкий нахил до певної оцінки (настроєність на неї), заснованої на когніціях, афективних реакціях, що склалися у поведінкових намірах (інтенціях) і передують поведінці, яка може, в свою чергу, впливати на пізнавальні процеси, на афективні реакції, на складання інтенцій і на майбутню поведінку. На їх думку, перераховані компоненти не є незалежними один від одного чи ізольованими в різних куточках нашої свідомості, вони взаємопов'язані і можуть розглядатися як комплексне утворення, яке складається із п'яти взаємопов'язаних окремих елементів, як система настанов, яка може виглядати, наприклад, так: 1) настанова («Я — за зниження вікового цензу з 21 року до 18 на придбання і розпивання спиртних напоїв»); 2) поведінкові інтенції — наміри («Я дозволив би випивати пиво розсудливій людині 18 років»; «Я буду голосувати за проведення референдуму з питання зниження вікового цензу на вживання спиртних напоїв»); 3) поведінка («Під час спору з друзями я стверджував, що у віці 18 років вже можна вживати пиво та інші спиртні напої»); 4) когніції — переконання, знання («Помірне вживання алкоголю є важливою частиною соціальної поведінки»; «Власники барів і магазинів несуть фінансові збитки через те, що в нашій країні не дозволяють вживати спиртні напої тим особам, яким ще не виповнилося 21 рік»); 5) афективні реакції («Мені подобається вживати спиртні напої в дружній компанії»; «Мене надзвичайно обурює, що 18-річний юнак може бути призваний на військову службу, але не має права вживати спиртні напої у компанії друзів») [159].

Взаємозв'язок настанов, когніцій, афективних реакцій, інтенцій і моделей поведінки, що складають впорядковану систему, має велике значення. Адже зміна одного із компонентів може викликати зміни в інших компонентах. Зміна в переконаннях здатна викликати необхідність переглянути настанову. Нова настанова може врешті-решт привести до зміни поведінки особистості. Можливий і зворотний процес, в ході якого зміна поведінки може викликати зміну настанови. А нові настанови можуть впливати на те, що ми думаємо про соціальні об'єкти, і викликати зміни у переконаннях.

Millar and Tesser стверджують, що системи настанов не завжди утворюють добре організовану структуру. Деякі з настанов особистості можуть бути основані переважно на почуттях і ніяк не зачіпати ні переконань, ні ідей, але до того часу, поки особистість сама не осмислить власну настанову. Компоненти настанов можуть об'єднуватися в пари за якимось критерієм [154, с. 270—276].

Визначимо, що соціально-психологічний підхід до розуміння поняття настанов, як і інших понять психології, має свою специфіку. По-перше, як і психологічний підхід, він фокусується на поведінці і психічних процесах індивіда. На відміну від соціології, теорії комунікації, соціальна психологія зосереджена на тому, що відбувається в голові людини, і тому,

яким чином на її думки, почуття і вчинки впливають інші люди. По-друге, соціальна психологія робить акцент на ситуаційних причинах поведінки індивіда. Основний її принцип полягає в тому, що все, що відбувається всередині нас (психологічні процеси), в першу чергу визначається зовнішніми факторами. Особливо значущим фактором є те, що говорять чи роблять інші люди, а також характеристики конкретної ситуації, які на основі попереднього досвіду людини активізують в її свідомості специфічні інтерпретації того, що відбувається навколо, і відповідні патерни поведінки. По-третє, соціальна психологія робить акцент на суб'єктивному сприйманні. Часто індивідуальна інтерпретація соціальної ситуації має більше значення, ніж об'єктивна реальність. Наше позитивне ставлення до нової знайомої людини може більше визначатися тим, що ми побачили багато спільних рис між нами, ніж дійсна подібність, яка помітна для сторонніх спостерігачів. Якщо ж на практиці ця нова особа не підтвердить своєї схожості на нас, ми можемо серйозно задуматися над тим, чому ця людина сподобалась нам. Соціально-психологічний підхід відповідає на це так: в момент оцінки для нас більш значущим виявилось особистісне сприйняття, ніж загальноприйнята схема дійсності.

По-четверте, соціально-психологічний підхід водночас є і науковим, теоретичним, і експериментальним. Соціальні психологи, як і інші науковці, розглядають людську поведінку як природний науковий феномен. Соціально-психологічний підхід передбачає спостереження в контрольованих умовах, тобто строгі правила проведення таких досліджень визначають, коли треба спостерігати і яким чином кодувати поведінкові реакції. Одним із методів наукового дослідження в соціальній психології є експеримент, оскільки він дозволяє значною мірою контролювати змінні величини. Всупереч дії ситуаційних факторів, соціальні настанови керують поведінкою людини за наявності певних умов. Вони повинні бути ясними, чіткими і спонтанно активуватися у відповідних ситуаціях. Це характерно для тих настанов, що є результатом систематичної обробки інформації, які мають могутню когнітивну систему, або ж для таких, що були сформовані завдяки безпосередньому емпіричному ознайомленню людини з об'єктом настанов.

Нові соціальні настанови можуть бути закріпленими на певний час, але так і не втілитися у відповідну поведінку, оскільки цьому можуть стати на заваді ситуаційні фактори. Навіть сторонні люди можуть спонукати особистість проявити конформізм і підпорядкуватись оцінці, котру зробив хтось інший. Суб'єктивні норми як особисті переконання, що стосуються стандартно схваленої поведінки в певній соціальній групі чи ситуації, легко можуть стати на заваді діяти на основі настанови. Нестача часу і незвичне оточення в деяких ситуаціях можуть також заважати нормальному прояву настанов в поведінці. Для того щоб настанова впливала на поведінку, вона повинна бути релевантною по відношенню до поведінки,

що демонструється в даний момент. Ситуації активізують багато настанов: та з них, яка має пряме відношення до об'єкта, здійснить найбільш могутній вплив на релевантну поведінку. І соціальні настанови, і поведінка повинні бути прив'язані до деякого спільного третього компоненту системи настанов. Настанови, основані на емоціях, можуть не здійснювати вплив на процес відбору поведінки в тих випадках, коли йдеться про раціональні і когнітивні акти, але вони певним чином керують емоційною поведінкою. Разом з тим люди діють відповідно своїм настановам тоді, коли йдеться про значущі, на їх погляд, питання.

Це можна прослідкувати на прикладі такої актуальної проблеми сучасності, як взаємодія людини з оточуючим середовищем. Люди не часто бачать наслідки свого руйнівного впливу на оточуюче середовище чи не розуміють, що саме в їхній звичній поведінці здійснює руйнівний вплив, наслідки якого будуть помітні в майбутньому, тому що тут відсутні три фактори, необхідні для існування сильного взаємозв'язку між настановами і поведінкою. А саме це: 1) знання; 2) ясність; 3) досвід безпосередньої взаємодії з об'єктом настанови. В даній ситуації нестаток часу і поганий приклад інших людей, що нищать природу чи транжирять енергію, можуть взяти гору над намірами зберігати оточуюче середовище. Якщо ситуація штовхає людину в один бік, а соціальна настанова — в інший, то звичайно перемагає ситуація, за виключенням тих випадків, коли настанови основані на переконаннях. Але навіть і в цьому випадку може статись так, що ці конкуруючі мотиви можуть бути більш актуальними при прийнятті поведінкового рішення, що впливає на оточуюче середовище. Людина може мати самі щирі наміри, але продовжувати діяти погано. Її цінності можуть породжувати хороші поведінкові інтенції, але не призводити ні до яких суттєвих дій.

Для того щоб віднайти адекватний підхід до проблеми зміни соціальних настанов, слід досить чітко уявити собі специфічний соціально-психологічний зміст того поняття, яке полягає в тому, що даний феномен обумовлений «як фактом його існування, в соціальній системі, так і властивістю регуляції поведінки людини як істоти, що здатна до активної, свідомої, перетворюючої виробничої діяльності, яка включена в складне сплетіння зв'язків з іншими людьми» [145, с. 282]. Тому, на відміну від соціологічного опису зміни соціальних настанов, недостатньо виявити лише сукупність соціальних змін, які передують зміні атитюдів і пояснюють їх.

Соціальна настанова — це ціннісне ставлення до соціального об'єкта, яке психологічно виражає готовність до позитивної чи негативної реакції на нього.

У відповідності із сучасними уявленнями про структуру соціальної настанови, запропонованими М. Смітом (1942), вона складається з трьох компонентів — когнітивного, афективного та конативного (поведінкового): когнітивний компонент — усвідомлення об'єкта соціальної настанови

(те, на що спрямована настанова); афективний компонент (емоційний) — емоційна оцінка об'єкта настанови, виявлення почуттів симпатії та антипатії; поведінковий (конативний) — послідовність поведінки по відношенню до об'єкта настанови. Якщо ці компоненти узгоджені між собою, то настанова виконує регулюючу функцію. Якщо ж система настанов розузгоджена між собою, то людина поводить по-різному і настанова тоді не буде виконувати регулюючу функцію. Таким чином, соціальна настанова визначається як усвідомлення, оцінка, готовність діяти. Цей поділ розуміється як представлення єдиного феномену в сфері свідомості, емоцій і поведінки. Найбільш складною проблемою у дослідженнях соціальної настанови є проблема взаємозв'язку її компонентів, особливо відповідності усвідомлюваного компоненту реальній поведінці, тобто відповідності переконань вчинкам. Не менш складним є і питання про ієрархію самих компонентів соціальної настанови та можливості їх вимірювання. Основним методом вимірювання соціальних настанов є шкалування; найбільш відомі шкали — Р. Лайкерта, Л. Терстоуна, Л. Гуттмана. Останніми роками робляться спроби застосовувати для вимірювання соціальних настанов психофізіологічні і психофізичні методи, які можуть компенсувати недоліки вербального самозвіту.

Знання про соціальні настанови мають велике практичне значення у всіх сферах, де вирішується задача цілеспрямованого впливу на поведінку та свідомість особистості і соціальних груп. Перш за все це стосується сфери економічної соціалізації особистості. Економічні настанови постають визначальним чинником формування економічної свідомості молоді. Як специфічний феномен свідомості, вони зумовлюють відповідну мотивацію та самоідентифікацію особистості в її економічній діяльності.

Питання про те, як суб'єкт відображає економічну складову нашого життя, на перший погляд, здається банальним, а механізм внутрішньої регуляції економічної поведінки видається природним та імпліцитним. З раннього дитинства індивід вступає у відносини обміну і постійно здійснює вибір. Життя вчить купувати, витратити, накопичувати, запасатися, обмінювати робочу силу на матеріальну і нематеріальну винагороду, вибирати більш корисне, вигідне, потрібне. При цьому зважуються альтернативи, «прораховуються» користь і втрати від нашого вибору, співвідносяться вклади (зусилля, час, здібності, гроші) і віддача (заробітна плата, доходи, прибуток), а також ступінь задоволеності своїх потреб співвідноситься із затратами. Однак, не дивлячись на простоту, ці процеси є складними, прихованими і потребують послідовного наукового вивчення. Системний підхід до вивчення економічної свідомості суб'єкта передбачає розглядати його економічну поведінку і економічну свідомість у єдності і взаємозв'язку, маючи на увазі, що економічна свідомість — це системна складова свідомості, вищий рівень психічного відображення економічних відносин суспільно розвинутою людиною, а економічна поведінка — це поведін-

ка, яка викликана економічними стимулами, зовнішній бік економічної діяльності. Специфіка генези економічної свідомості полягає в тому, що вона формується пізніше інших видів свідомості, а саме тоді, коли суб'єкт включений у всі стадії відтворення, причому економічна самосвідомість формується швидше, ніж економічна свідомість.

В структурі економічної свідомості велике значення мають такі її компоненти, як економічні почуття та емоції, пов'язані зі сферами обміну і розподілу; неусвідомлені соціальні перцептивні настанови сприйняття грошей, банкнот, цінних паперів; економічні мотиви, інтереси, цінності, норми, які виконують спонукальну і регулятивну функції. Економічний інтерес розвивається на основі мотиву, але під регулятивним впливом норм. Економічні мотиви — це особлива категорія мотивів. Зазвичай виділяють один чисто економічний мотив — мотив жадібності або мотив економії. Однак в групу мотивів правомірно включати всі мотиви, що мають економічну спрямованість, а саме, і ті, що відносяться до накопичення багатства, конкуренції, егоїзму чи альтруїзму, гонити за прибутками, схильності до ризику і угод тощо. Особливий інтерес становлять такі етико-економічні мотиваційні феномени, як заздрість, альтруїзм, егоїзм. Вони дозволяють пояснити економічну поведінку суб'єкта як порівняно автономну і цілісну сферу поведінки.

За регулятивно-детерміністською теорією В.Т. Циби, соціальна настанова регулює соціальну поведінку особистості ззовні. Неактуалізовані загальні соціальні настанови мають об'єктивний характер, оскільки є відбиттям об'єктивних зовнішніх настанов, а актуалізовані конкретні соціальні настанови (атитюди-ставлення), відбиті у свідомості конкретної особистості, мають суб'єктивний відтінок. Атитюди-ставлення виникають не спонтанно, а внаслідок актуалізації раніше засвоєних у процесі соціалізації моральних і правових принципів, тобто внутрішніх соціальних настанов [143, с. 72]. Соціальна настанова — це феномен свідомості індивіда, який утворюється в процесі його соціалізації внаслідок інтеріоризації соціальних значень, що містять соціальні норми. Проблема вимірювання соціальних настанов достатньо складна з точки зору валідності дослідження. Аналізуючи це, Г. Андреева вказує, що, використовуючи шкали Л. Терстоуна, Р. Лайкерта, Л. Гуттмана, «залишається не зрозумілим, що вимірює шкала». [8, с. 262].

Тому, проводячи емпіричні дослідження соціальних настанов студентської молоді, І. Білоконь проаналізував психосемантичний простір методом факторного аналізу (за методикою Е. Фернама, модифікація А.Б. Фенько). Дослідження базувалось на тому, що для цього слід використовувати шкали, побудовані із соціальних норм відносно соціальної цінності, ставлення індивіда до якої досліджується. Таким чином, за допомогою формальних методів фіксується наявність їх у свідомості індивіда. Реакція індивіда на сукупність норм дозволяє визначити зміст та інтенсивність настанови

щодо певної соціальної цінності. Афективні, когнітивні та конативні реакції індивіда щодо соціальної цінності надають додаткову інформацію щодо змісту настанови. Для виявлення сукупності норм щодо соціальної цінності респондентам пропонувались нормативні твердження, що описують різні варіанти діяльності індивіда щодо цінності. Вибір індивідом тих чи інших норм розкриває зміст його настанови. Константами в дослідженні виступали норми щодо цінності, які утворюють фактор, а змінною — соціальна настанова, яка має відповідне факторне значення. [49, с. 234—253].

Твердження опитувальника були згруповані в чотири фактори, які становлять в сумі 47% загальної дисперсії. За результатами дослідження, найбільш поширеною серед опитаних студентів виявилась соціальна *настанова типу «амбіційний оптимізм» (14,7%)*. У студентів з такою настановою проявляється маніпулятивне ставлення до грошей. Вони для них відіграють роль засобу для отримання певних вигод, а їх здобування розглядається як прикра необхідність. Легковажне ставлення до витрат свідчить про певний матеріальний достаток, отриманий, скоріш за все, не власною працею. Разом з тим респонденти з цим типом настанов досить оптимістично ставляться до майбутнього працевлаштування та вважають себе достатньо розумними для прибуткової посади. Настанови цього типу свідчать також про певну «соціальну незрілість» молодих людей, які ще не розпочали трудове життя і мають юнацьке сподівання щодо самореалізації в економічній сфері.

Другим фактором виявився *«приховано-тривожний» тип економічних настанов (11,6% загальної дисперсії)*. Респондентів з настановами такого типу тривожить все, що стосується грошей, — і необхідність їх заробляти, і проблеми їх зберігання, і раціональне використання, і навіть обговорення фінансових питань (настанови, протилежні першому фактору). Вони приховують власну тривожність з приводу фінансів. Їх фінансове становище досить залежить від батьків, які, на їхній погляд, не є успішними в цих питаннях. Суперечки в сім'ї свідчать, по-перше, про залежність молодшої людини від фінансового становища батьків, а, по-друге, про перекладання провини за фінансові проблеми на інших. Сукупність настанов такого типу також свідчить про економічну «незрілість» молодшої людини, яка ще не уявляє чітко шляхів самореалізації в трудових стосунках. Останні скоріше її лякають, ніж заохочують до економічної діяльності.

У респондентів цих двох типів економічних настанов (студенти 1-го та 2-го курсів вищих навчальних закладів, середній вік становить 18,4 року) ще недостатньо досвіду в економічній сфері, а тому економічні настанови, спрямовані на самореалізацію в економічній сфері, також ще не сформовані.

Третій фактор утворюють *економічні настанови «раціонально налаштованого» типу (11% загальної дисперсії)*. У респондентів має місце впев-

неність у власній спроможності та раціональне ставлення до грошей, а також відсутня тривожність та потаємність у фінансових питаннях. Певний досвід заощадження грошей та небажання переплачувати при витрачанні грошей свідчить про їхню готовність до самореалізації в економічній сфері. Респонденти цього типу є більш «зрілими» в економічних питаннях, краще уявляють собі, як впорядкувати власні витрати та доходи. Така «економічна зрілість» частіше виявляється у студентів, трохи старших за віком, ніж попередні групи (21—22 роки).

Четвертий фактор становлять *економічні настанови «раціонально-тривожного типу»* (8,9% загальної дисперсії). Це свідчить про деяку самотійність людини в економічній сфері. Тривожність та деякі досягнення суміщаються у респондентів цього типу з прагненням жити сьогодишнім днем. Демонстративне нехтування заощадженням грошей свідчить про впевненість у собі та прагнення самоствердитися, але не легковажність, бо негативно корелює з тривожністю. Тривожність для носіїв такого типу настанов має усвідомлений характер, що більш схоже на тверезу оцінку власних можливостей. Така стривоженість власним фінансовим становищем скоріше стимулює людину до боротьби та самотійного вирішення фінансових проблем, що відрізняє їх від інфантильної залежності носіїв настанов другого фактора. Цей тип економічних настанов найменш поширений серед респондентів, мабуть, тому, що молоді характерний максималізм, а ставлення до праці, як такої, що потрібна лише для заробітку, не притаманне в цьому віці.

Кожному типу настанов відповідає певний показник мотивів економічної діяльності, як одна із характеристик соціалізації індивіда. За даними опитувальника мотивації успіху та боязні невдач за редакцією М.П. Фетіскіна, мотиви вибору економічної діяльності визначалися відповідно до цінностей:

- 1) реалізувати власні амбіції;
- 2) проявити себе та стати відомим;
- 3) досягти високого рівня забезпеченості;
- 4) мати достатньо часу на особисте життя;
- 5) мати спокійне, скромне життя;
- б) мати надію, що мені не доведеться працювати.

Аналіз відповідей показав, що 65,5 % респондентів обрали власним пріоритетом економічної діяльності мотив «досягнення високого рівня забезпеченості». Це свідчить про готовність особистості до активної економічної діяльності задля власного добробуту. Пріоритет «забезпеченість» свідчить про високий рівень економічної соціалізації індивіда, і це може свідчити про наявність сформованих економічних настанов.

11,5% респондентів бачать власну економічну діяльність як таку, яка б залишала достатньо часу на особисте життя, що вказує на пасивне ставлення до економічної діяльності. Пріоритет «особистого життя» може бути

свідченням того, що економічні настанови людей з таким пріоритетом слабо сформовані.

Отже, кожному типу настанов відповідає певний показник мотивів економічної діяльності, як одна із характеристик соціалізації індивіда. Більшість досліджуваних респондентів обрали власним пріоритетом економічної діяльності мотив «досягнення високого рівня забезпеченості», що свідчить про готовність особистості до активної економічної діяльності задля власного добробуту.

Підведемо деякі підсумки нашого дослідження.

Економічні настанови — це різновид, частковий випадок соціальних настанов особистості, які проявляються у ставленні індивіда до економічних цінностей (гроші, багатство, робота тощо). Вони постають визначальним чинником формування економічної свідомості молоді. Як специфічний феномен свідомості, вони зумовлюють відповідну мотивацію та самоідентифікацію особистості в її економічній діяльності.

Економічну соціалізацію сучасної студентської молоді визначають чотири типи економічних настанов: амбіційний оптимізм, приховано-тривожний, мрійно-заощадливий, раціонально-тривожний типи економічної свідомості, кожному з яких відповідає певна мотивація.

Кожному типу настанов відповідає певний показник мотивів економічної діяльності, як одна із характеристик соціалізації індивіда. Більшість досліджуваних респондентів обрали власним пріоритетом економічної діяльності мотив «досягнення високого рівня забезпеченості», що свідчить про готовність особистості до активної економічної діяльності задля власного добробуту.

2.3. Гендерний аспект проблеми становлення особистості як суб'єкта економічної соціалізації

В умовах глобальної фінансової кризи актуальним є врахування не тільки соціально-економічного, демографічного, але й гендерного чинника, який, згідно з результатами соціально-психологічних досліджень, значною мірою зумовлює вибір молоддю різновиду професійної освіти, визначає її ставлення до оволодіння знаннями та побудови кар'єри.

Зміни соціально-економічного устрою України тісно взаємопов'язані з переосмисленням ставлення до грошей, багатства і бідності, власного матеріального статусу як складової образу Я. Метою представленого теоретико-психологічного дослідження є виявлення тих соціально-економічних явищ, які супроводжують презентацію Я через призму відносин матеріальної власності.

В розробці методологічних засад дослідження ми використовували основні положення теорії особистості В.М. Мясищева [101], який підкреслю-

вав, що система суспільних відносин, в яку включена кожна людина від народження до смерті, формує її систему стосунків до оточуючого світу і до себе в ньому. Ця система є найбільш глобальною, специфічною характеристикою особистості у порівнянні з іншими, такими, наприклад, як характер чи темперамент, здібності. Формування ставлень, відношень особистості відбувається в результаті відображення нею на свідомому рівні сутності об'єктивно існуючих суспільних реалій в умовах її макро- і мікробуття. Саме відношення спрямовує в той чи інший спосіб процес формування потреб та інтересів, створює в кожному окремому випадку ту суб'єктну «призму», яка пропускає крізь себе всі навколишні впливи, яка зсередини оперативно перебудовує «картинку світу» у разі його зміни.

Суть психічної діяльності — динамічне відображення відношення до світу. Коли вивчають людину з позиції її відношення до навколишньої дійсності, то виявляють її змістовні зв'язки зі світом як суб'єктні і об'єктні. Не можна відноситися до чогось загалом — відношення завжди пов'язане з аналізом того чи іншого його об'єкта. Чим більш значущими для людини є об'єкти відношення, які можуть характеризуватися позитивним чи негативним знаком, тим вища активність, тим більш диференційованими є її зв'язки зі світом.

Оскільки наше дослідження спрямоване на вивчення відношень людини зі світом матеріальних цінностей як найбільш емоційно значущих об'єктів — грошей, достатку, добробуту тощо, то ми розглядаємо економічне відношення, з одного боку, як складову частину особистості, її самосвідомості, економічного самовизначення, а з іншої — як функціональну складову відношення людини до навколишнього світу, її світогляду. Таким чином, в процесі аналізу відношень економічних ми об'єднуємо зовнішнє з внутрішнім.

Вивчення економічних відношень в соціальній психології як відтворення та трансформація ставлення до себе і до власності на різних рівнях функціонування соціуму — від мікро- до макрорівня (К. Радіна, В. Хашенко), яке може досліджуватись як явище життєдіяльності людини в умовах крайньої бідності чи середнього класу і т. п., є більш вивченою проблемою в історії зарубіжної науки. Прикладом дослідження економічних відношень та економічної самопрезентації є «концепція соціального статусу», розроблена Раймондом Кеттелом [150]. На основі аналізу відповідних американських досліджень 30-х — 40-х років ХХ століття; її автор проводить оцінку економічного статусу з позиції узагальнення співвідносних до нього соціально-психологічних властивостей людей.

Які ж соціально-психологічні характеристики особистості пов'язані з її економічним благополуччям безпосереднім чином? Передовсім це усвідомлення престижності посади, прагнення людини її досягнути, здобути. Оцінка індивіда через призму розміру його статків, володіння майном чи отримання з нього певних зисків також має безпосереднє

відношення до детермінації матеріального статусу. Властивість, яку Р. Кеттел виокремлює як найпоширенішу в оцінці економічних потенцій індивіда — це тривалість та тип його навчання, а також характеристики посади — рівень вмінь, навичок, складність професійних вимог до особистості, рівня функціональних обов'язків, і, як наслідок, — надбання нею соціально визнаних титулів та привілеїв.

Інтелектуальні здібності та соціальний статус тих, з ким індивід пов'язаний у приватному житті, відпочинку та бізнесі, а також сусідство, розмір і тип помешкання, згідно з узагальненими даними, є також важливими в детермінації економічного статусу особи.

Моральні стандарти у стосунках людей, на думку Кеттела, є більш грубими на рівні нижчих верств населення і менш ригідними на вищих, в середовищі яких набувають поширення заняття різноманітними видами мистецтва. Економічний статус має безпосереднє відношення людини і до змісту її відпочинку як інтересу до читання, етики поведінки, її естетики як певного дрес-коду, культури споживання їжі, здорового способу життя. Цікаво, що вищий, економічний клас, згідно з узагальненням емпіричних даних Кеттелом, є менш підвладний комуністичним ідеям. В його відношеннях до світу панують цінності індивідуального вибору, свободи, вільного волевиявлення уподобань, в тому числі і типу релігії. Випадки невротичних та психотичних розладів, соматичних хвороб та показники смертності (згідно з емпіричними даними) не кореспондують з рівнем соціально-економічного статусу такою ж мірою, як рівень народжуваності чи зниження віку одруження. На думку Кеттела, зовнішність чи етнічне походження людини не відіграють суттєвої ролі в її економічному процвітанні. А от тривалість життя виявилась вищою серед представників економічно вищих верств населення, де на час проведення дослідження були більш представлені чоловіки, ніж жінки.

Усвідомлення того, що умовисновки щодо соціально-психологічних чинників, які супутні економічному статусу особи, Р. Кеттел зробив на підставі психологічних досліджень понад 70 років тому, дає підстави наводити контраргументи до тих положень, які в соціальній психології видавались класичними на той час. До таких також можна віднести спробу автора співставити професії з належністю до певного соціального класу та економічної верстви населення.

Так, наприклад, до найвищого соціального рівня так званих вершків суспільства Р. Кеттел включив посадовців в уряді, армії, церкві, а також титулованих осіб. Крім них до вищої верстви населення він відносить людей, які обіймали особливо високі позиції в професійній діяльності, як-от лікарів, адвокатів, професорів, а також керівників великих індустріальних концернів.

До вищого класу, але другої градації, вчений відносив хірургів, правників, вчителів, інженерів, клерків, а також менеджерів великого бізнесу

та підприємств, а також головних посадовців місцевих органів самоврядування і суспільних інституцій, банків, управлінців військових підрозділів тощо.

До вищої групи, але вже середнього класу («вищий середній клас»), Р. Кеттел включив шкільних вчителів, бухгалтерів а також людей, які займають нижчий рейтинг у професійному «табелі про ранги», як-от ветеринарів, стоматологів, власників середнього рівня бізнесу. В цій групі нижчий рейтинг займають страхові агенти, пілоти, продавці і т. п. професійні групи.

В середній клас були включені бригадири робітничих бригад, касири, працівники комерційних крамничок, клерки, стенографістки. Нижчий рівень середнього класу представлений статусом кваліфікованих робітників фабрик, поліцейських, медичних сестер, а найнижчий в ньому — водіями автобусів, продавцями, вузькоспеціалізованими робітниками.

Нижчий клас, як і середній та вищий, також складається з дворейтингових груп. У вищу входять кваліфіковані робітники, або, наприклад, прачки, портье, офіціанти, домашні слуги, трохи нижче за рівнем економічного добробуту — безробітні, робітники з тимчасовою зайнятістю, утриманці інституційних закладів тощо.

Р. Кеттел підкреслює, що поділ суспільства за суспільно-економічним статусом на 5 груп аж ніяк не можна плутати з поділом населення на «середній» чи «вищий клас» і його підрозділи. Це — скоріше співвіднесеність осіб або професій з певним майновим, економічним статусом, згідно з яким на самій вершині знаходиться 7%, на вищому середньому — 25%, середньому — 36 %, нижчому середньому — 25% та нижчому — 7%. Така подільність на економічні страти відрізняється від поділу суспільства на суспільні класи, для визначення яких необхідно було б розробити цілу систему критеріїв оцінки соціального статусу індивіда. Соціально-економічна стратифікація суспільства, згідно з Кеттелом, вимагає більш глибокого вивчення соціальними психологами, адже вона безпосередньо пов'язана з проблемою ставлення як індивідуальної ідентифікації з певною економічною групою та окремою верствою населення, яке здійснюється людиною щохвилини, упродовж усього життя.

Цілком очевидно, що процес розвитку економічної ідентифікації індивіда як елемента суспільно-економічного життя супроводжується розширенням його взаємодії з соціальним довкіллям, особливо з тими верствами населення, з якими пов'язане його функціонування як спеціаліста, громадянина, представника певної гендерної групи.

Для С. Московічі [97] відношення як «соціальні уявлення» особистості завжди є способом осмислення і інтерпретації повсякденної реальності, яка дає змогу людям зафіксувати свою позицію, власне Я по відношенню до тих ситуацій, об'єктів, подій, щодо яких є власний інтерес. Образ і смисл є тісно взаємозв'язаними в цих соціальних уявленнях, які

виконують роль посередника між індивідом і зовнішнім світом. Соціальні уявлення, згідно з Московічі, беруть безпосередню участь в процесах формування поведінки і орієнтації соціальних комунікацій, в тому числі і економічного характеру. Реальний світ і світ грошей (вартості) існують самі по собі. Однак якщо перший існує поза індивідом, то другий — безпосередньо пов'язаний з його «Я».

Згідно з Московічі, поняття економічної вартості — це світ оцінок індивідів, які порівнюють свої почуття, уявлення і тим самим узгоджують відмінності один від одного або подібність. Формування вартості можна легко простежити на будь-якому ринку, де продають, купують, виробляють і споживають. Гроші виконують при цьому функцію своєрідного колективного символу — уявлення про багатство і потреби.

Для нашого дослідження важливим є положення С. Московічі про те, що групове уявлення стає для всіх і кожного засобом інтерпретації поведінки, класифікації людей і речей, самовизначення. Інтерес є процесом відокремлення ідеї від світу речей, який дає змогу прогнозувати різноманітну людську поведінку по відношенню до грошей, а саме виникнення бажання і далі оцінити рейтинг бажаного предмета, визначити попит на нього і, нарешті, здійснити обмін як засіб задоволення потреби. Правдивість теоретичних положень С. Московічі можна проілюструвати психологічним дослідженням Хендлі Кентріла, спрямованим на порівняння відмінностей в ідентифікації людей з певною соціальною групою та відповідним рівнем доходів. Оскільки проведене нами дослідження побудовано на відтворенні поставлених Кентрілом більшості задач, дозволимо собі розкрити його сутність більш детально.

В свій час Кентріл зазначав, що для виявлення об'єктивної економічної структуризації суспільства потрібно вивчати його динаміку впродовж певного історичного часу, порівнювати його розвиток з іншими соціумами, а також визначати зміст уявлень населення про себе як про частинок цього соціуму. Очолюючи офіс вивчення громадської думки в Принстоні, Х. Кентріл вивчав співвідношення відповідей кожної особи на два запитання: «До якої економічної групи ви відчуваєте свою причетність — середньої, вищої чи нижчої?» та «До якого соціального класу (верстви населення) Ви відчуваєте свою належність — середнього, вищого чи нижчого?». Дані, наведені в таблиці 1, зібрані на підставі 3114 повних інтерв'ю, проведених в США ще у 1941 році. Крім вищенаведених питань, американці вказували на середню суму матеріальних витрат і доходів на тиждень (3% опитаних не могли визначити, до якого соціального класу вони належали, а 1% — до якого економічного статусу).

Таблиця 2.4.1

**Розподіл населення за самоідентифікацією
з соціальним класом та доходами (у %)**

Ідентифікація за доходами	Ідентифікація за приналежністю до соціального класу
1,4 Вищий	4,9
6,9 Вищий	середній 10,5
41,3 Середній	65,8
23,5 Нижчий	середній 11,1
26,9 Нижчий	7,7

Порівнюючи реальний прибуток з ототожнюваною соціальною групою, психологи отримали дані щодо того, наскільки співмірними вони є між собою і якою мірою відповідають об'єктивній дійсності. У такий спосіб з'явилися дані щодо частки правдивого і неправдивого, проте бажаного, співвіднесення себе з певною соціальною групою, які представлені в таблиці 2.4.2.

Таблиця 2.4.2

**Ступінь розходження між матеріальною
і соціальною самоідентифікацією**

№	Розбіжність	Відсоток в загальній популяції
1	Тотожність доходів і співвіднесення із відповідною соціальною групою	54,3
2	Соціальне співвіднесення є на один щабель вищим, ніж економічне	22,6
3	Соціальне співвіднесення є на два щаблі вищим, ніж економічне	17,6
4	Соціальне співвіднесення є на три або більше щаблів вищим, ніж економічне	2,3
5	Група економічних прибутків оцінена на один щабель вище, ніж у соціальній групі	2,7
6	Група економічних прибутків оцінена на два щаблі вище, ніж у соціальній групі	0,5
7	Соціальна група співвіднесення оцінена вищою в один чи більше разів у порівнянні з економічною	42,5

З результатів досліджень Р. Кеттела та Х. Кентріла випливають такі висновки, які варто перевірити на українській популяції. Переважна більшість американців ототожнюють себе з категорією середнього класу. При цьому дев'ять з десяти відчувають себе членом середнього класу вищого, середнього чи нижчого рівнів, а три з чотирьох вірять у те, що він має і відповідний до нього матеріальний дохід.

Насправді 42,5% населення демонструє невідповідність ідентифікації з соціальним класом та реальною матеріальною самоідентифікацією. Правда відповідність спостерігається тільки у 54%.

Для розуміння особливостей економічної самопрезентації Я важливим є те, що прагнення ідентифікації з середнім соціальним класом є більшим серед людей з нижчим соціальним доходом, ніж з вищим. Так, наприклад, 37% обстежених американців реально співвідносять себе з різними групами середнього класу. Проте 70% тих, хто вважає себе людьми з низькими доходами, все ж прагне ідентифікуватися з середнім класом. Це означає, що існує очевидне прагнення належати до вищого соціального класу попри належність до нижчої економічної групи населення. Понад 40% населення співвідносять себе з вищими соціальними верствами населення у порівнянні з самооцінкою економічного статусу, який часто характеризують як низький, незадовільний.

І навпаки, серед тих 50% опитаних, які думають про себе як про вищий середній клас за доходами, тільки 19% співвідносять себе з нижчою соціальною групою. Водночас п'ята частина досліджуваних свято вірять в те, що вони належать до того соціального класу, який у порівнянні з їхніми реальними прибутками є принаймні вдвічі багатшими людьми. Таким чином, чим вищою є група соціальної ідентифікації, тим менше подобається співвідносити себе з економічною групою, яка є нижчою за доходами. Оскільки найбільша розбіжність в бажаному соціальному і реальному економічному Я спостерігається серед низькооплачуваних груп населення (між реальними доходами та соціальною ідентифікацією), то саме в рамках цієї економічної групи може безпосередньо проявлятися більша психологічна напруга та фрустрація. Чим вищим є соціальний клас, до якого належить індивід, тим більшою мірою проявляється потреба самопрезентації Я в позаекономічних категоріях, і в першу чергу таких, як посада, професія, досягнення, освіта, дозвілля, відпочинок і т. п.

Вищенаведені висновки сформульовані, передовсім, в американських соціально-психологічних дослідженнях і потребують перевірки на вітчизняному масиві даних, які, по завершенні нами обробки емпіричного масиву даних, очевидно, будуть дещо відмінними. Адже українці лише входять в нові економічні реалії буття, а в їхньому відношенні до них є багато протиріч. Так, наприклад, якщо більшість американців вважають бідність проявом незрілості, інфантильності, недостатньої соціалізованості індивіда, то українці, за даними нашого дослідження,

більш співчутливо ставляться до бідних, і навіть, згідно з результатами опитування студентів, ідентифікуються з найбіднішим населенням у 18% випадків. Якщо більшість американців провину бідності вбачають в самій людині (її небажанні змінюватися, вдосконалюватися, набувати нових професійних навичок чи побутових 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 українців започатковують розвиток нової парадигми оцінки особистості — її економічний вимір, який все більше протистоїть патерналістській парадигмі радянських часів, яка не витримує ринкового натиску. Особливого значення нові вимоги часу набувають для економічного статусу українського жіноцтва, адже економічні реформи безпосередньо пов'язані з процесами фемінізації висококваліфікованої робочої сили, спеціалістів, управлінських кадрів. Тому в колі наших наукових інтересів перебували також зміни у наповненні поняття мужності та жіночності, чоловічої та жіночої поведінки новими економічними реаліями сьогодення, які проявляються в першу чергу в категоріях економічної самопрезентації в її головних рисах — суб'єктності чи об'єктності. В цій частині дослідження методами збору фактичного матеріалу слугували теоретичний аналіз наукових публікацій на задану тему економічної соціалізації, анкетування студентської молоді та результати їх роботи в фокус-групах.

В розробці показників розвитку економічної самопрезентації молодих українців ми опирались на праці Г. Авер'янової, Н. Дембицької, В. Москаленко, Г. Ложкіна, В. Хащенко та інших, в яких виокремлювалась та досліджувалась когнітивна (змістовна), емоційна (афективна) та конативна (поведінкова) складові. Проведене дослідження в узагальненому вигляді базувалось на порівнянні соціальних та економічних самоідентифікацій, професійних самопрезентацій через призму економічних реалій. Оцінка свого майнового стану, власної конкурентоздатності на ринку праці виявлялась шляхом контент-аналізу наративу, створеного в статеводнорідних та статевозмішаних групах, а також через зміст закінчення речень в проєктивному тесті. Реальний поступ в розвитку ділових властивостей, здобутті професійної освіти, досягненні певних цілей в економічній поведінці засвідчував самоефективність презентації статей на поведінковому рівні.

На наш погляд, структурно-рівнева концепція суб'єктивно-економічного благополуччя, яка розробляється в працях Т. Смельянової, Н. Журавльової, В. Хащенко, В. Москаленко та інших, виявилася досить продуктивною на етапі визначення економічних характеристик індивідуальної та групової самосвідомості, в тому числі гендерної, оскільки в її змісті чітко простежувалася система факторної «завантаженості» головних характеристик економічного Я на всіх соціетальних рівнях. Як слушно зазначає В. Хащенко, «...економічне благополуччя не детерміновано економічними

причинами як такими, а опосередковано складними психосоціальними механізмами, які є результатом взаємної детермінації зовнішніх (соціально-економічних) і внутрішніх (психологічних) умов життєдіяльності особистості» [141, с. 58]. Результатом такої взаємодії є певний баланс або дисбаланс економічного самовизначення, оцінки та прийняття себе, ставлення до свого соціально-економічного статусу, активності чи пасивності життєвої позиції.

Пілотажне дослідження підтвердило зафіксований у багатьох дослідженнях факт більш гармонійного розвитку економічного Я у студентів чоловічої статі за рахунок вищої узгодженості афективного, когнітивного та поведінкового його компонентів. Серед юнаків виявилось більше тих, хто мав високу оцінку всіх трьох складових презентації економічного Я (68% у порівнянні з 32% дівчат), і менше тих, хто демонстрував високий рівень їх дезінтеграції (10% у порівнянні з 24% у дівчат). Якщо у хлопців низький рівень економічної самоспроможності був пов'язаний, передовсім, з усвідомленням низького рівня засвоєних знань чи браком серйозного досвіду економічної поведінки, то у дівчат, в першу чергу, — з низькою самоприхильністю, відсутністю впевненості в собі. Така статева відмінність у збалансованості структурних складових відчуття себе самодостатньою економічною одиницею ще раз засвідчує живучість в свідомості жіноцтва традиційного суспільного конструкту — орієнтацію на економічну залежність і підпорядкованість як очікування чоловічої і зняття з себе відповідальності за економічне благополуччя родини. Тому отриману освіту, перспективи підвищення своїх вмінь в сфері додаткових знань — іноземних мов, комп'ютерної грамотності, здорового способу життя та економічно ефективної поведінки і т. п. — дівчата розглядають переважно у напрямку самореалізації в сім'ї, вихованні дітей, тобто через стереотип статевої дихотомії сфер економічного простору.

Відчувають себе ресурсною, економічно самодостатньою, здатною рухатися далі, освоювати інші, додаткові професійні вміння лише третина опитаних дівчат, які співвідносять себе в майбутньому з елітою українського суспільства. Протоколи статевозмішаних та одностатевих фокус-груп засвідчують, що сегрегацію економічних ролей чоловіків і жінок поділяє як ціннісну настанову також переважна кількість чоловіків, які співвідносять себе переважно з середнім класом. На питання про те, звідки у них, молодих, витоки гендерних упереджень щодо рівності статей в економічній сфері, а також щодо того, що успішність економічної кар'єри жінки пов'язана з втратою нею своєї жіночності, зниженням успішності 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 свіжоспечених пирогів»; «радість членів сім'ї, особливо нас, дітей, з приводу куплених батьком подарунків з нової зарплати»... і т. п.). Не меншим за значущі-

стю виявився негативний вплив сучасних мас-медіа на гендерні ідеали економічної поведінки «справжньої жінки» та «справжнього» чоловіка. Зазначимо, що в наш час мас-медіа відіграють роль своєрідного маркера економічної індивідуальної ідентичності та гендеру, оскільки беруть безпосередню участь у повсякденному конструюванні понять феміністичності/маскулінності. Зміст презентації статей в рекламних дискурсах українських мас-медіа оцінюється за результатами роботи фокус-груп різко негативно, в першу чергу через те, що категорії маскулінності і феміністичності виступають в суб'єктно-об'єктних економічних відносинах, що є яскравим проявом сексизму.

ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

Дослідження змістових характеристик окремих компонентів економічної соціалізації молоді дозволило зробити наступні висновки:

1. Система ціннісних орієнтацій — одне з центральних особистісних утворень, яке виражає змістовне ставлення людини до соціальної дійсності й у цій якості визначає мотивацію її поведінки, впливає на всі сторони її діяльності.

У рамках нової соціально-економічної парадигми розвитку суспільства відбувається зміна системи ціннісних орієнтацій особистостей. Процеси демократизації та ринкові відносини наповнюють новим змістом ціннісні орієнтації молоді, спонукають до перегляду цінностей, до побудови нової ієрархії ціннісних орієнтацій. Відбувається переосмислення, як на рівні окремих громадян, так і на рівні суспільства, таких понять, як держава, економіка, свобода, гроші, особистість, демократія, право тощо. Крім того, активно переглядаються життєві стратегії, цілі та орієнтації.

В змісті й показниках значущості загальнолюдських цінностей у сучасної молоді особистості простежується, як і раніше, тенденція до пріоритету вітальних цінностей. Щоправда, більш посиленою є увага до цінностей матеріального благополуччя, зважаючи на зростання економічних кризових явищ. На перший план виходять особистісні потреби та інтереси.

Очевидним стало зростання «попиту» на деякі цінності радянського періоду, зокрема такі, як стабільність, порядок, щоправда, вже в новій інтерпретації. Теперішнє бачення порядку передбачає свободу дій та мінімум обмежень з боку держави, що даватиме особистості можливість включитися до ринкових відносин, а відтак вибудувувати новий порядок на прийнятних для окремої людини умовах особистої зацікавленості в досягненні індивідуальних і суспільних успіхів.

Загалом, формування цінностей має багатоаспектний, багатовекторний і суперечливий характер. Воно відбувається в умовах знецінення багатьох ідеалів попередніх етапів суспільного розвитку та окреслення нового світоглядного виміру з одночасним відродженням історичних традицій народу, зверненням до його духовного досвіду й загальнолюдських цінностей.

2. Проведене дослідження формування економічних настанов суб'єкта економічної соціалізації показало, що економічні настанови є одним із показників і факторів економічної соціалізації, складової свідомості особистості, складними і глибокими психічними утвореннями, що впливають на психічну активність особистості та проявляються у вигляді дій, переконань та емоцій. Економічні настанови — це різновид, частковий випадок соціальних настанов особистості, які проявляються у ставленні індивіда до економічних цінностей (гроші, багатство, робота тощо). Як і інші економічні категорії, вони мають психологічний зміст, психологічну складову. Економічні настанови постають визначальним чинником формування економічної свідомості молоді. Як специфічний феномен свідомості, вони зумовлюють відповідну мотивацію та самоідентифікацію особистості в її економічній діяльності.

За емпіричними дослідженнями, економічну соціалізацію сучасної студентської молоді визначають чотири типи економічних настанов: амбіційний оптимізм, приховано-тривожний, мрійно-заощадливий, раціонально-тривожний типи економічної свідомості. Кожному типу настанов відповідає певний показник мотивів економічної діяльності, як одна із характеристик соціалізації індивіда. Більшість досліджуваних респондентів обрали власним пріоритетом економічної діяльності мотив «досягнення високого рівня забезпеченості», що свідчить про готовність особистості до активної економічної діяльності задля власного добробуту, високий рівень економічної соціалізації індивіда, про наявність сформованих економічних настанов.

3. Дослідження гендерного аспекту проблеми становлення особистості як суб'єкта економічної соціалізації дозволило встановити наступне.

Поняття «гендер» є індикатором суб'єктності економічної соціалізації статей, оскільки уособлює в собі її результат — орієнтацію чоловіків і жінок на певний вид професійної освіти, професійну зайнятість в певних галузях суспільного виробництва, досягнутий матеріальний і кар'єрний статус. Симетричність — асиметричність показників розподілу соціально-економічного статусу двох демографічних груп демонструє, з одного боку, об'єктивну картину горизонтальної (за різновидами професійної середньої та вищої освіти, обраних галузей трудової зайнятості) та вертикальної (за кар'єрним зростанням, керівними посадами) економічної сегрегації; а з іншого — їх причину — міру суб'єктності-об'єктності економічної соціалізації дівчат та юнаків.

Проведене дослідження підтвердило зафіксований у багатьох інших дослідженнях факт більш гармонійного розвитку економічного «Я» у студентів чоловічої статі за рахунок більш гармонійного поєднання афективного, когнітивного та поведінкового його компонентів. Серед юнаків виявилось більше тих, хто мав вищу оцінку всіх трьох складових презентації економічного «Я», а саме вищий рівень почуття когеренції як внутрішньої узгодженості відчуття творення власного життя, уміння його контролювати та використовувати на власний розсуд можливості соціального довкілля, набутої соціальної компетентності як ефективності функціонування в ситуаціях соціальних, уміння реалізації власної мети в спосіб, сприйнятливий іншими людьми, а також особистісних очікувань на успіх. Якщо у хлопців низький рівень потенційної економічної самоспроможності був пов'язаний, передовсім, з усвідомленням низького рівня засвоєних академічних знань, а також дезінтеграцією нереалізованих вартостей, то у дівчат, в першу чергу, — з внутрішньою конформністю — невпевненістю в собі, відчуття залежності від інших, труднощами самовизначення в часовій перспективі та системі вартостей «мати-бути», а також в творенні егалітарних смислів буття. Така статева відмінність у збалансованості структурних складових відчуття себе самодостатньою економічною одиницею ще раз засвідчує живучість в свідомості жіноцтва традиційного суспільного конструкту — орієнтацію на економічну залежність і підпорядкованість як очікування чоловічої і зняття з себе відповідальності за економічне благополуччя родини. Тому отриману освіту, перспективи підвищення своїх вмінь в сфері додаткових знань — іноземних мов, комп'ютерної грамотності, здорового способу життя та економічно ефективної поведінки і т. п. — дівчата розглядають переважно у напрямку самореалізації в сім'ї, вихованні дітей, тобто через стереотип статевої дихотомії сфер економічного простору. На гендерні ідеали економічної поведінки «справжньої жінки» та «справжнього» чоловіки значний негативний вплив здійснюють сучасні мас-медіа, оскільки вони беруть безпосередню участь у повсякденному конструюванні понять фемінність/маскулінність.

ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК СУБ'ЄКТА ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ

В розділі на основі здійснення емпіричного дослідження доводиться, що система відношень особистості до економічних об'єктів, в яку включається індивід, є тим інтеріндивідним простором, що виконує соціалізуючу функцію, зокрема, будучи репрезентованою у свідомості як система ставлень до таких економічних об'єктів, як власність, гроші, багатство, майно тощо, ця система відношень стає інтраіндивідним феноменом, що детермінує економічну поведінку і визначає характеристики індивіда як суб'єкта економічної реальності.

3.1.

Ставлення до власності як показник становлення суб'єкта економічної соціалізації студентів

Обґрунтувавши загальне розуміння нами становлення економічної суб'єктності особистості, яке розглядається у тісній взаємозалежності, взаємній зумовленості з іншими суб'єктами економічних відносин, а сам соціально-психологічний простір таких відносин розглядається як такий, що виконує соціалізуючу функцію, окреслимо теоретичну модель, згідно з якою ми бачимо процес становлення економічної суб'єктності особистості студентської молоді, детермінований її ставленням до власності.

Проаналізуємо насамперед особливості ставлення студентів до себе як власника. З метою виявлення останніх було обрано методи психосемантики, які, на нашу думку, є цілком релевантними меті і завданням нашого дослідження. Справді, якщо звернутись до практики емпіричного вивчення досвіду особистості, то зустрінемо цілу низку якісно-кількісних (контент-аналіз наративів [144], малюнків тощо) методів його дослідження. Існує досвід застосування методів психосемантики з метою вивчення категоріальної структури суб'єктивного досвіду, включаючи його неусвідомлювані аспекти [146]. При цьому особистісна риса вивчається як суб'єктивна категоріальна одиниця досвіду, що є не завжди свідомим особистісним конструктом, який узагальнює для суб'єкта певний клас ситуацій та способів поведінки у цих ситуаціях. А сама група суб'єктів розглядається як носій особливого простору, наприклад, семантичного простору відносин влас-

ності (в якому відображений особливий спосіб сприйняття та інтерпретації реальності особистості), заданого нею самою.

Отже, методи психосемантики дозволяють реконструювати суб'єктивні характеристики досліджуваних і властиві саме їм категорії пізнання світу, тому можуть використовуватись для реконструювання моделі відносин власності як втілення економічного досвіду особистості. Опитуваними були 205 студентів різних спеціальностей київських та рівненських вищих навчальних закладів.

Особливості афективно-ціннісного компоненту ставлення студентів до власності

Оскільки, згідно з системно-структурною моделлю, вивчається трикомпонентна структура процесу становлення суб'єкта економічної соціалізації, то опитувальники за методикою семантичного диференціалу містили кілька блоків тверджень. Це були дескриптори, які стосувались: 1) уявлень про власність і власника (ними були означені когнітивні компоненти становлення суб'єкта економічної соціалізації); 2) тих чи інших емоційних реакцій, оцінок об'єктів привласнення в системі образів «я — типовий українець — справжній власник» (ними були означені афективно-ціннісні компоненти становлення суб'єкта економічної соціалізації); 3) різноманітних способів оперування власністю, якими були означені конативні компоненти становлення суб'єкта економічної соціалізації.

Проаналізуємо фактори, що конституують семантичний простір економічних цінностей, яким керується суб'єкт у відносинах власності, та пов'язані з цим переживання. Процедура опитування полягала у тому, що групу студентів просили вказати, за що поцінуються наступні види власності: своя (образ «моє»), спільна (образ «наше») та чужа (образ «чуже»). Для цього слід було співвіднести образи з певним переліком тверджень за 7-бальною шкалою, де оцінка «-3» означала б цілковиту невідповідність твердження образіві, а «+3» — цілковиту відповідність. В результаті факторизації матриці оцінок 38х3, утвореної 38 твердженнями та 3 образами, виявились три найбільш могутніх фактори, що обіймають 61% загальної дисперсії. Перший фактор (52%) утворений твердженнями, що стосуються внутрішньоособистісних переваг, які забезпечують включення студента у відносини власності — розвитку самісних процесів, таких важливих особистісних якостей, як відповідальність, індивідуальність (власна унікальність), успішність, працьовитість, економічний інтерес:

24. Дозволяє почувати себе вагомим	0,76
21. Дає відчуття власної значущості	0,76
32. Дозволяє самостверджуватись	0,74
31. Забезпечує самоповагу	0,73
19. Вимагає відповідальності	0,73

29. Підтверджує власну унікальність	0,72
28. Мета життя	0,71
23. Дозволяє почувати себе потрібним	0,71
22. Засіб досягнення мети	0,71
25. Самостійність	0,65
35. Успіх	0,65
18. Моральне задоволення	0,64
34. Забезпечує пристойне місце у суспільстві	0,64
17. Наполеглива праця	0,63
20. Викликає інтерес	0,61
09. Щастя	0,61
14. Самореалізація	0,59
10. Дає наснагу й оптимізм	0,59
36. Дозволяє досягти певних висот у житті	0,58
15. Сприяє задоволенню потреб	0,57
13. Самовдосконалення	0,55
16. Почуваєшся дорослим	0,55

Другий фактор становить 5% дисперсії і утворений твердженнями, що вказують на економіко-психологічні ефекти привласнення, зокрема, такі, як:

1. Повага інших	0,80
6. Почуття захищеності	0,77
4. Стабільність	0,74
3. Впевненість	0,71
5. Комфорт	0,68
7. Забезпеченість	0,56
2. Цінність	0,55

Останній фактор, що обіймає 4% дисперсії, утворений дескрипторами, які стосуються переживань, викликаних можливими психологічними «затратами» від включення у відносини власності:

26. Заздрість	0,82
11. Егоїзм	0,70
27. Сором	0,66
37. Влада над кимось	0,64
12. Перевага над іншими	0,52
33. Означає бути таким, як усі	0,55

Отже, у оцінці об'єктів привласнення та орієнтаціях на певні економічні цінності студентів переважає фактор внутрішньоособистісних переваг, які отримує людина від того, щоб бути власником. Йдеться про те, що включення людини у відносини власності, очевидно, пов'язане з розвитком самісних процесів, я-концепції особистості, таких її особистісних якостей, що є показниками справді соціально зрілої дорослої людини, що викликає загальну оптимістичну оцінку становлення особистості як суб'єкта

власності. Даний фактор, на наш погляд, цілком відповідає цінностям і переживанням зрілого суб'єкта власності. Високий рівень оптимізму у ставленні до власності та подібний тип ціннісних економічних орієнтацій, який можна назвати суб'єктивним, продемонстрували 18% опитаних студентів (табл. 3.1.1). У 11% опитаних спостерігається песимістичне ставлення до включення у відносини власності та ціннісні орієнтації, що відповідають радше не дорослій людині — суб'єктові економіки, а притаманній людині з пасивною, залежною економічною позицією — об'єктові сторонніх впливів.

Таблиця 3.1.1

Афективно-ціннісне ставлення до включення у відносини власності студентів, % опитаних

	Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
Оптимістична оцінка внутрішньоособистісних переваг від привласнення, фактор 1	18%	72%	11%
Економіко-психологічні ефекти привласнення, фактор 2	18%	67%	15%
Психологічні «втрати» від включення у відносини власності, фактор 3	18%	68%	16%

В другу чергу (85% опитаних) у оцінці об'єктів привласнення студенти орієнтуються на те, які вигоди і соціально-психологічні ефекти дає участь у відносинах власності. І тільки для 15 % опитаних стабільність, комфорт, почуття захищеності, повага з боку інших не мають великого значення у емоційно-ціннісному ставленні до власності. В третю чергу (для 84% опитаних) у оцінці відносин власності студентство орієнтується на те, яким «коштом» їм це обійдеться, а саме — негативними переживаннями сорому, заздрощів, отримання влади та інших переваг над іншими, провабами егоїзму тощо.

Особливості когнітивного компоненту ставлення студентів до власності

Факторизація матриці (205x32) оцінок тверджень стосовно рис, якостей, притаманних об'єктам привласнення (взятих в тій же системі «мос — наше — чуже»), дозволила виявити також три найбільш могутніх фактори, що обіймають 65% загальної дисперсії та лежать в основі сприйняття студентами та інтерпретації факту привласнення.

Перший фактор (57% дисперсії) утворений дескрипторами, які свідчать про певний позитивний раціоналізм у використанні власності, усвідомлення практичного значення, користі та власних переваг від того, що людина включається у відносини власності — фактор раціоналізму у ставленні до власності:

Сміливість	0,70
Практичність	0,69
Те, чому надаю перевагу	0,67
Безпечне	0,67
Рятівне	0,66
Користь	0,65
Сила	0,65
Гуманне	0,61
Хороше	0,58
Самостійність	0,58
Справедливість	0,55

Другий фактор (4% дисперсії) утворений твердженнями, які показують «ціну», яку платить людина за право привласнення. Ця платня може виражатись у певному креативі (творчість), витратах енергії (енергійне), вольових зусиль (упертість, рішучість, важке, метушливе) — фактор особистісних внесків у примноження власності:

Метушливе	0,70
Творчість	0,66
Важке	0,65
Справжнє	0,64
Енергійність	0,60
Рішучість	0,57
Глибоке	0,55
Упертість	0,54

Третій фактор (4% дисперсії) свідчить про перспективність, впевненість і, одночасно, ризикованість, яких вимагають відносини власності:

Пов'язане з ризиком	0,72
Передове	0,69
Безтурботне	0,61
Швидке	0,60
Прибуткове	0,56
Сучасне	0,55
Перекірливе	0,54
Впевненість	0,53
Перспективне	0,52

Таким чином, в уявленнях про об'єкти привласнення переважає раціональний погляд на власність (фактор 1), оцінка її з точки зору користі, певних психолого-економічних зисків, які отримус власник. Подібний раціоналізм у ставленні до власності притаманний 14% опитаних студентів (табл. 3.1.2). Майже такій кількості (15%) притаманний ірраціональний погляд на власність.

Таблиця 3.1.2

Когнітивний компонент у ставленні студентів до відносин власності, % опитаних

	Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
Раціональна позиція у відносинах власності, фактор 1	14%	70%	15%
Креативно-енергійна позиція у відносинах власності, фактор 2	18%	73%	9%
Ризиковано-впевнена позиція у відносинах власності, фактор 3	20%	70%	10%

Результатом пізнання реальності відносин власності студентів стала перш за все (для 91%) креативно-енергійна позиція, згідно з якою власність інтерпретується з енергійністю, рішучістю, великими зусиллями, впевненістю, вимогами бути творчим. В другу чергу (для 90%) когнітивний зміст образу власності організований уявленнями про ті вимоги, яким має відповідати людина, включаючись у перспективні, передові, сучасні відносини власності: бути впевненим і здатним на ризик. В останню чергу (для 84% опитаних) когнітивний зміст образу власності організований прагматичними уявленнями про практичне значення, користь та особисті переваги від включення людини у відносини власності.

Особливості конативного компоненту ставлення студентів до власності

З метою виявлення особливостей конативної складової ставлення студентів до відносин власності використовувався метод семантичного диференціалу. Опитувальник містив твердження щодо різних способів оперування власністю, взяті з наукових та популярних джерел економічного змісту, модифіковані у відповідності із завданнями дослідження. В якості об'єктів оцінювання пред'являлись образи «я», «типового українця» та «справжнього власника». Образ «типового українця» було включено у методiku, та передбачалось визначити ті риси і якості, за якими студенти

диференціюють себе із загалу вітчизняних суб'єктів власності. Співвіднести оцінки за образами власного «я» та «справжнього власника» означало б з'ясувати ступінь ідеалізації себе як власника та описати цінності, на які орієнтується сучасне українське студентство у своїй економічній діяльності.

Процедура факторизації матриці (39x205) усереднених оцінок, отриманих за образами «я», «типовий українець» та «справжній власник», дозволила виявити два фактори, які лежать в основі сприйняття простору суб'єктів відносин власності (додаток В). В сумі обидва фактори обіймають 99% загальної дисперсії. Отже, з'ясувалось, що власна позиція та позиція інших в просторі взаємовідносин між собою («я») та іншими («типовий українець») як суб'єктами власності оцінюються з точки зору моральності-аморальності обраних ними способів заробітку, оскільки як перший, так і другий фактори віддзеркалюють саме ціннісну складову ставлення до учасників економічних відносин.

Щоправда, у виборі способів оперування власністю студенти орієнтуються, в першу чергу (перший фактор, 74% дисперсії), справді на справедливість розподілу благ залежно від того, чи чесним шляхом вони отримані та від ступеня докладених до цього зусиль. Йдеться про фактор заслуженої винагороди трударя — випадкового прибутку утриманця, який утворений наступними твердженнями:

Що заробиш, те й пожнеш	-0,99
В лотерею грати — власність наживати	0,99
Добра то річ — попоїв, та й на піч	0,99
Повертає продавцеві отримані при розрахунку зайві гроші	-0,99
Праця людину годує	-0,99
Ні сіло, ні впало, — дай, мамо, сала	0,98
Розраховує жити у своє задоволення, успадкувавши хоч невеликий капітал	0,98
На секунд-хенді можна добряче заощаджувати. До того ж за невелику копійчину стаєш власником одягу від найвідоміших світових брендів	0,97
Живе «не по кишені»: доки єсть, то й шелесть	0,97
Виграш в казино — гра долі, але й одноразова гра в рулетку може забезпечити на все життя	0,95
Смішно шукати власника валізи, випадково залишеної в маршрутці. Знайшов — не скач, згубив — не плач	0,94

Якщо й грати в карти, то не дарма, а хоча б на інтерес	0,94
Кожен заробляє на життя, як може: і утриманство — це одна з непоганих можливостей	0,89
Річ, загублена кимсь, автоматично стає твоєю	0,86
Якщо будь-яка, навіть сумнівна, обладка принесе надприбутки, він погодиться її укласти	0,82
У жебрацтві в метро і на вулицях не бачить нічого осудного	0,82
Живе за принципом: хто дбає, той і має	-0,81
Аби влаштувати забезпечене життя своєї родини (може навіть поки що неіснуючої), не гріх взяти й те, що погано лежить	0,79

Навіть болото може давати прибуток, якщо його власник знайшов правильне йому використання -0,06

В другу чергу (другий фактор становив 26% загальної дисперсії) студенти оцінюють способи організації відносин власності з точки зору підприємливості суб'єкта незалежно від того, наскільки моральним чи аморальними є засоби привласнення. Це фактор «підприємливості будь-якими засобами» утворений наступними твердженнями:

На місці власника земельної ділянки уже сьогодні здав би її в оренду. Земля має приносити прибуток	0,94
Сьогоднішньої роботи на завтра не відкладає	0,93
Ти мало що вартий на ринку праці, коли не знаєш, чого коштує твоя робота	0,93
Опіка над чийось бізнесом («кришування») сьогодні дає непоганий прибуток	0,93
Непогано заощаджує на оптових закупівлях продуктів на цілий місяць вперед	0,92
Позичає гроші іншим під відсотки. До речі, цим заробляють усі банки	0,90
Рейдерство — один із прийнятних для нього способів забезпечення безбідного існування	0,90
Головне — натиснути на людину (хоч би й психологічно), — і отримаєш все, що потрібно	0,89
Ідеї, на яких можна створити чималий капітал,	

навколо нас. Просто потрібно навчитись їх знаходити	0,88
Не розуміє людину, яка живе за рахунок пенсії своєї старої матері	0,87
Відкладає заначку «на чорний день».	
Як кажуть, запас їсти не просить	0,85
Він такий, що й з вареної крашанки курча висидить	0,85
Тільки ница людина здатна привласнити щось силою	0,80
Живе за правилом: сховай достаток на остаток	0,77
Чому не підзаробити інформацією, якою ти володієш, і в ній є у когось потреба: чим вона більша, тим більшим стане вміст твого гаманця	0,72
Говорити не всю правду — це не тільки корисно, а й вигідно	0,71
Великі прибутки і чесний бізнес — речі несумісні	0,94
Не терпітиме тривале гостювання в своїй оселі непрацюючих родичів	0,93
На скидках в магазинах виграє багато чого	0,93
Живе за принципом: дурний дає, а розумний бере	0,93

З таблиці 3.1.3 видно, що значна кількість опитаних (87%) у своєму виборі того чи іншого способу економічної поведінки цілковито орієнтується на співвідношення зусиль, яких потребує об'єкт привласнення, та регулярність і справедливість отримання за це винагороди.

Таблиця 3.1.3

Розподіл студентів за способами оперування власністю, % опитаних

	Високий рівень підтримки способу	Середній рівень підтримки способу	Низький рівень підтримки способу
Фактор заслуженої винагороди трударя — випадкового прибутку утриманця	22%	65%	13%
Підприємливість будь-якими засобами, фактор 2	15%	70%	15%

Не менш важливою є також орієнтованість 85 % опитаних на те, щоб діяти підприємливо, не цураючись засобів, які для цього обираються.

Як бачимо, семантичний простір способів оперування власністю конституйований досить суперечливими факторами. Отже, обираючи той чи інший спосіб діяти у відносинах з іншими суб'єктами власності, сучасний молодий українець, в першу чергу, керується нормами суспільної моралі. Щоправда, в другу чергу спрацьовують підприємливі мотиви, які мало співвідносяться з мораллю. Наявність останніх в семантичному просторі студентів, очевидно, в окремих ситуаціях може ускладнювати вибір тієї чи іншої стратегії економічної поведінки, отже ускладнювати сам процес мотивації діяти, вчиняти як зрілий суб'єкт відносин власності.

Типологія економічної суб'єктності студентської молоді

Становлення суб'єкта економічної соціалізації, як вже зазначалось, можна розглядати як у динаміці, так і у статиці. В першому випадку йтиметься про процес ускладнення економіко-психологічних якостей особистості в ході її включення в систему відносин власності. Економічну суб'єктність слід розглядати і як комплексний результат, продукт становлення особистості в якості суб'єкта відносин власності. У цьому випадку можна говорити про рівні чи типологію економічної суб'єктності як про результат становлення суб'єктних якостей особистості на певному етапі її економічної соціалізації та їх прояв у ситуаціях економічної взаємодії. Зазначимо, що термін «ситуація» недаремно використовується в даному контексті. Вивчаючи особистість у її здатності активно брати участь у процесі економічної соціалізації і тим самим вибудовувати власне економічне буття, тобто бути її суб'єктом, ми логічно підходимо до питання про те, на що спрямовує свою активність суб'єкт. Людина як суб'єкт свого життя, за словами О.Ю. Коржової [78], не існує поза об'єктом своєї активності. Таким об'єктом авторка обґрунтовує дискретні життєві ситуації, у які людина весь час включається. Коржова О.Ю. пропонує розглядати життєдіяльність людини у вигляді ланцюга її взаємодій з життєвими ситуаціями.

Взагалі, протиставлення суб'єкта об'єктові (суб'єкт-об'єктна модель) використовується нами для зручності розуміння взаємин Людини і Світу, з метою пояснити взаємозв'язок зовнішнього і внутрішнього у цілісному бутті людини. В історії світового філософського, релігійного, культурного життя можна знайти свідчення того, що суб'єкт-об'єктні відносини характеризують певний етап особистісного розвитку: сучасній людині для того, щоб стати особистістю, необхідно стати суб'єктом (відділення дитини від матері і найближчого оточення, прояви самостійності прийняття рішення). Подальше особистісне зростання (прогресивна його тенденція) пов'язане

з прагненням подолати суб'єкт-об'єктне протистояння з метою досягнення максимально можливої цілісності в єдності зі світом.

Отже, суб'єкт-об'єктна суперечність є базовою у становленні особистості. В.А. Роменець [118, с. 36] бачить у цьому і рушійну силу «переображення» не тільки самої людини, а й об'єктивної дійсності. Останнє, згідно з нашими міркуваннями, і є свідченням суб'єктності особистості у відносинах зі світом.

Повертаючись до значущості життєвої ситуації у становленні людської суб'єктності, звернемось до трактування ситуації в науці. Взагалі під ситуацією зазвичай розуміють систему зовнішніх стосовно суб'єкта умов, що спонукають і опосередковують його активність. При цьому до елементів ситуації відносяться: вневположеність по відношенню до суб'єкта; передування у часовому відношенні дії суб'єкта; у функціональному відношенні — незалежність від суб'єкта відповідних умов у момент дії; стани самого суб'єкта в попередній момент його дії, якщо вони обумовлюють його подальшу поведінку. Вважається, що вихід за межі ситуації відбувається тією мірою, якою у суб'єкта складаються і починають реалізовуватися нові вимоги до себе, надлишкові по відношенню до попередніх, тобто виникають нові цілі.

Неможливо обійти увагою і той аспект, що саме ситуація виступає фундаментальним поняттям екзистенціальної філософії, для якої будь-яка думка може бути зрозуміла лише виходячи з певної ангажованості людини у світі. Ситуація, в якій ми опиняємося, з точки зору одного з класиків екзистенціалізму К. Ясперса, протилежна позиції, що виражає собою свідому реакцію індивіда на ситуацію. Позиція може з'явитися тільки в рамках певної ситуації, і, отже, саме зміна позицій є зовнішнім індикатором зміни ситуацій [104].

Міжособистісна ситуація являє собою набір усіх середовищних умов у їх просторово-часовій перспективі і всіх соціально-психологічних подій, що відбуваються в контактній групі від моменту взаємного сприйняття людьми один одного до уходу передостаннього учасника. Узагальнюючим моментом для вищезазначеного можна вважати введене Л.С. Виготським комплексне поняття соціальної ситуації розвитку, що означає специфічну для кожного вікового періоду систему відносин суб'єкта у соціальній дійсності, яка відображена в його переживаннях і реалізується ним у діяльності. Змістовно, на думку Виготського Л.С., саме в соціальній ситуації розвитку особистості міститься сукупність законів, що визначають виникнення і зміну структури особистості на кожному віковому етапі.

Саме в рамках соціальної ситуації розвитку з'являються психічні новоутворення, що призводять до перебудови всієї структури свідомості суб'єкта, до змін його ставлення до світу, до інших суб'єктів, до себе самого.

Саме наповненість відносин із зовнішнім світом моральним змістом перетворює ситуацію на початок справжньої події в житті людини та її

оточення. Ситуацією є не просто будь-що (об'єкт) поза внутрішнім світом особистості (за Коржовою О.Ю.). Ситуацією є надання значення феноменам матеріального світу, чим започатковується «звершення вчинку» [78, с. 16]. Результатом вчинку є нове «ситуаційне відношення». Для особистості відкривається новий світ, але вже перетворений. В ньому особистість більш адекватно виражає його, більш глибоко входить в його надра. Все це відбувається на основі комунікативного процесу. Комунікацію В.А. Роменець обгрунтовує як засіб долаття особистістю, з одного боку, своєї безпорності й ненадійності, небуттєвості індивіда, ізольованого від буття інших. З іншого боку — як засіб екзистенційного розширення свого особистісного буття шляхом «включення у свою орбіту інших» [118, с. 21], які перебувають в єдиному світі. Таким чином, саме ситуація започатковує і результує взаємні комунікації окремих особистостей на основі «матеріального світу». В такому комунікативному процесі об'єктивно досягається повнота буття в єдності світу й окремих особистостей, задовольняється потреба особистості у опорі на іншого, створюються і узгоджуються цінності різних людей на основі визнання екзистенційної тотожності безлічі особистісних світів.

Непересічна значущість долаття особистістю суперечності, яка виражає відношення особистісного і всезагального світів, визнається В.А. Роменцем як глобальна й найвиразніша. У зв'язку з цим ми наполягаємо на тому, що йдеться якраз про автентичну суб'єктність, пов'язану з необхідністю мати відповідальну, вчинкову позицію у відносинах зі світом. Такий погляд на суб'єктність напругу апелює до моральності особистості, передбачає тісний взаємозв'язок процесів становлення суб'єктних та моральних якостей особистості.

Саме недостатністю особистісного світу, на думку В.А. Роменця, та його антагонізмом до об'єктивного (що виражається в пристрасті, потягах, творчому неспокої) викликана необхідність дотримуватись норм моралі у відносинах зі світом. Ці світи обов'язково вступають у діяльний зв'язок як творчість одного та іншого, що В.А. Роменець пропонує уявити у вигляді кулі як символу структурної і змістовної безконечності об'єктивного світу, а особистісний — у вигляді «екранного» перерізу цієї кулі. Такий переріз не статичний, а повертається на осі кулі, відкриваючи (або «викриваючи») її зміст і водночас творячи його. Структурна мережа «екрану» включає в себе і структуру світу, і природу людини. Подвійна структура «екрану» є суперечністю, яка приводить його у колоне обертання навколо вісі кулі. Проходячи через кулю, «екран» весь час змінюється, відкриваючи все новий і новий зміст світу. Отже, суперечність між цими світами в основі своїй вчинкова, оскільки опосередковує «розширення сутності людини у процесі освоєння нею великого світу» [118, с. 14]. Вищеописаний погляд на ситуацію дуже близький трактуванню ситуації в етиці.

Отже, підсумовуючи сказане, зазначимо, що відносини особистості з економічним оточенням доцільно розглядати як суб'єкт-об'єктні, як етап (і показник) у становленні економічної суб'єктності усіх їх учасників, який знаменує перехід до інтегральної, зрілої, вчинкової суб'єктності. І будь-яка життєва ситуація в цьому контексті є частиною економічного буття людини, за рамки якого не може бути винесена її моральна, етична сторона.

Саме ці аргументи зумовили наш вибір наступного методу у дослідженні суб'єкт-об'єктних орієнтацій студентства. Ми припускали, що саме за способом взаємозв'язку внутріпсихічної організації з зовнішнім світом можна судити про міру суб'єктної включеності особистості у життєдіяльність. Виявити останню дозволяє методика суб'єкт-об'єктних орієнтацій в життєвих ситуаціях, розроблена О.Ю. Коржовою [78].

Суб'єкт-об'єктні орієнтації в життєвих ситуаціях є тим поняттям, за допомогою якого можна описати напрям реалізації потенціалу суб'єктності людини. Коржовою О.Ю. показано, що в процесі життєдіяльності суб'єкт-об'єктні орієнтації в життєвих ситуаціях реалізуються у двох формах: суб'єктивній (внутрішня картина життєдіяльності як інтеріоризована суб'єктність) і об'єктивній (вибір стратегій поведінки як екстеріоризована суб'єктність), взаємозалежних у полі життєдіяльності.

Коржовою О.Ю. була запропонована модель суб'єкт-об'єктних орієнтацій і здійснена її емпірична перевірка. В якості первинних вимірювань суб'єкт-об'єктних орієнтацій у процесі створення та психометричного обґрунтування відповідного методичного інструментарію (опитувальник суб'єкт-об'єктних орієнтацій у життєвих ситуаціях) виділено чотири основних показники. До їх назви включено прикметник «трансситуаційні». Цей термін запропонований Ю. М. Ємельяновим для характеристики індивідуальних особливостей взаємодії людини з життєвими ситуаціями.

Опитуваним пред'являвся тестовий буклет, який містив 21 пару висловів, в кожній з яких слід було обрати те з них, яке найбільш відповідало уявленню опитуваного про себе, відмітити свій вибір (пункт «А» чи «Б») у бланку відповідей.

Обробка результатів здійснювалась шляхом підрахунку суми виборів обох варіантів відповідей опитуваними за загальним показником суб'єкт-об'єктних орієнтацій, чотирма первинними (трансситуаційна мінливість, трансситуаційний локус контролю, трансситуаційне освоєння внутрішнього світу, трансситуаційна рухливість) та двома вторинними (трансситуаційне пристосування-трансситуаційна творчість, внутрішній-зовнішній трансситуаційний локус контролю) шкалами:

1. Трансситуаційна мінливість. Зміст шкали відповідає на питання «ЯК?» (як людина взаємодіє з життєвою ситуацією — змінюючись чи стабілізуючись). Позитивний полюс («трансситуаційна мінливість») характеризує людину, що прагне пізнати нове в навколишньому світі (нових людей,

нові книги, фільми), удосконалювати свій внутрішній світ (поглиблюючи самопізнання, домагаючись духовної гармонії, морального зростання), а також приділяти достатньо уваги зовнішнім, середовищним факторам свого життя. Негативний полюс шкали («трансситуаційна стабільність») характеризує людину, що віддає перевагу звичному, «реаліста», який прагне максимально реалізувати ті можливості, які у нього є на сьогоднішній день, і, виходячи з реальних можливостей, спланувати своє життя.

2. Трансситуаційний локус контролю. Зміст шкали дає відповідь на питання «ХТО?» (хто здійснює взаємодію людини з життєвою ситуацією: вона сама чи інші люди, зовнішні обставини). Позитивний полюс («внутрішній трансситуаційний локус контролю») характеризує високий рівень суб'єктивного контролю над життєвими ситуаціями і описує людину, що відчуває відповідальність за події свого життя і прагне ними управляти, відповідно планує своє життя далеко наперед, що помічає взаємозв'язок своїх власних вчинків і наступних подій на життєвому шляху, що сприймає своє життя як цілісність. Негативний полюс («зовнішній трансситуаційний локус контролю») характеризує людину, що надає в поясненні свого власного життя більшого значення нагоді, долі, збігові обставин і, отже, не планує далеко вперед, не відчуває впливу своїх вчинків на подальші життєві події, що сприймає своє життя як сукупність окремих його моментів — зовнішніх подій.

3. Трансситуаційна спрямованість освоєння світу. Зміст шкали дає відповідь на запитання «КУДИ?» (куди, тобто в якому напрямі здійснюється взаємодія людини з життєвою ситуацією, — всередину чи зовні). Позитивний полюс («трансситуаційне освоєння внутрішнього світу») характеризує спрямованість людини на свій внутрішній світ, прагнення до внутрішнього зростання, самовдосконалення. Про це свідчить сприйняття нею свого життя як такого, в якому мало подій. Характерне також прагнення планувати своє життя. У той же час спрямованість всередину супроводжується відсутністю відчуття контролю над своїм життям, оскільки воно розглядається як один з аспектів існування зовнішнього світу. Негативний полюс («трансситуаційне освоєння зовнішнього світу») характеризується прагненням до самоздійснення у зовнішньому світі, що супроводжується сприйняттям свого життя як насиченого зовнішніми подіями, відчуттям контролю над власним життям і небажанням планувати життя у зв'язку з акцентуванням уваги на ролі зовнішніх обставин.

4. Трансситуаційна рухливість. Зміст шкали відповідає на питання «ДЕ?» (де, в яких умовах здійснюється життєдіяльність: у звичних чи в нових життєвих ситуаціях). Позитивний полюс шкали («трансситуаційна рухливість») характеризує прагнення людини взаємодіяти з новими життєвими ситуаціями (професійними, навчальними та ін.), активного руху, розвитку, прагнення життєвих змін. Негативний полюс шкали («трансситуаційна інертність») характеризує прагнення взаємодії зі звичними життєвими ситуаціями.

тевими ситуаціями, прагнення пасивного слідування життєвому потокові, відсутність тяги до життєвих змін.

Шкали дозволяють кількісно визначити ступінь суб'єктної включеності в життєві ситуації.

Показник транситуаційної творчості є основним у оцінці суб'єктності особистості у відносинах зі світом і визначається як різниця між загальним показником суб'єкт-об'єктних орієнтацій та показником транситуаційного локусу контролю.

«Об'єктна» орієнтація характеризується детермінацією життєдіяльності людини переважно зовнішніми чинниками середовища — зовнішніми життєвими ситуаціями як її об'єктами. Об'єкту уподібнюється і людина. Джерело життєдіяльності знаходиться поза людиною. «Об'єктна» орієнтація супроводжується ригідністю, загальною екстернальністю, екстернальністю в галузі досягнень і невдач, вузькістю тимчасової трансспективи, відсутністю почуття повноти життя.

«Суб'єктна» орієнтація відрізняється внутрішньою детермінацією життєдіяльності. Людина проявляє себе як суб'єкт. «Суб'єктна» орієнтація характеризується вираженістю таких якостей, як гнучкість, загальна інтернальність, інтернальність в галузі досягнень і невдач, а також широтою тимчасової трансспективи, що супроводжується «почуттям радісної наповненості життя».

Двомірна типологія суб'єкт-об'єктних орієнтацій виявилася можливою завдяки особливостям взаємозв'язку первинних чотирьох компонентів суб'єкт-об'єктних орієнтацій: вони згрупувалися в два ортогональних (незалежних) чинники. Перший фактор (і, відповідно, перша вторинна шкала і перша підстава двомірної типології суб'єкт-об'єктних орієнтацій) виявився складним. Він включає взаємопов'язані шкали «транситуаційна мінливість», «транситуаційна спрямованість освоєння світу», «транситуаційна рухливість». Всі ці шкали характеризують перетворюючу життєву активність людини. Відповідно, розроблені підстави двомірної типології суб'єкт-об'єктних орієнтацій у життєвих ситуаціях, що і було названо транситуаційною творчістю. Найбільш близьким до неї терміном з наявних у літературі є «життєтворчість» — характеристика творчої спрямованості або життєвої позиції особистості.

Другий вторинний фактор збігається з первинним чинником транситуаційного локусу контролю. Локус контролю є узагальненою психологічною характеристикою, що впливає на поведінку. Локус контролю пояснює схильність до інтерпретації значущих подій як результату дії зовнішніх сил (долі, обставин, інших людей) (екстернальний, зовнішній локус контролю, низький рівень суб'єктивного контролю) або своєї власної активності (інтернальний, внутрішній локус контролю, низький рівень суб'єктивного контролю). На підставі численних досліджень Коржова О.Ю. робить висновок про інтернальність як високу суб'єктну активність, що вияв-

ляється в активному творенні свого життя, і екстернальність як суб'єкту пасивність по відношенню до свого життя. На рівні людини йдеться про транситуаційний локус контролю — над дискретними життєвими ситуаціями, що носять дискретний характер, на відміну від життєдіяльності в цілому (на рівні особистості).

Показники вторинних шкал можна віднести до чотирьох типів суб'єкт-об'єктних орієнтацій: перетворювач життєвих ситуацій (адаптуючий інтернальний), гармонізатор життєвих ситуацій (адаптуючий екстернальний), користувач життєвими ситуаціями (адаптивний інтернальний) та споживач життєвих ситуацій (адаптивний екстернальний).

Запропоновану типологію суб'єкт-об'єктних орієнтацій у життєвих ситуаціях відрізняє опис життєдіяльності в рамках взаємодії людини з життєвими ситуаціями. Окрім того, типологія характеризується ретельною емпіричною вивіреністю в процесі розробки тесту-опитувальника життєвих орієнтацій. Різні типи представляють різні можливості життєсприйняття і, отже, життєздійснення.

В результаті обробки даних, отриманих за вказаним опитувальником на студентській вибірці, виявлено наступні особливості суб'єкт-об'єктних орієнтацій студентів (табл. 3.1.4).

Таблиця 3.1.4

Особливості суб'єкт-об'єктних орієнтацій студентів у життєвих ситуаціях

	Сирі бали, середнє арифметичне	Стени
Загальний показник суб'єкт-об'єктних орієнтацій	9,5	7
Транситуативна мінливість	5	7
Транситуативний локус контролю	1,4	3
Транситуативна спрямованість освоєння світу	0,3	3
Транситуативна рухливість	2,9	6
Транситуативне пристосування — транситуативна творчість	8,1	8

Графічне представлення (табл. 3.1.5) отриманих показників втілює узагальнений профіль складових суб'єкт-об'єктних орієнтацій студентства в життєвих ситуаціях.

Як видно з табл. 3.1.5, у студентів спостерігається тенденція до транситуаційної творчості за рахунок 1) транситуаційної мінливості як оріє-

нтованості на пізнання нового, приділення достатньої уваги зовнішнім, середовищним факторам свого життя, а також за рахунок 2) трансситуаційної рухливості як прагнення взаємодіяти з новими життєвими ситуаціями (професійними, навчальними та ін.), прагненням активного руху, розвитку, життєвих змін. На жаль, усереднений профіль хоча і свідчить про суб'єктні орієнтації студентів, але поки що спрямованість студентів на активне перетворення життєвих ситуацій мало пов'язана з відповідальністю та активністю, спрямованою на самозміни, на вдосконалення свого внутрішнього світу, інтеграцію подій, що відбуваються в зовнішньому світі, у особистісний досвід, на планування свого життя.

Таблиця 3.1.5

Усереднений профіль суб'єкт-об'єктних орієнтацій студентів у життєвих ситуаціях

+	Стени										-	
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1		
Загальний показник суб'єктних орієнтацій				●								Загальний показник об'єктних орієнтацій
Трансситуаційна мінливість				●								Трансситуаційна стабільність
Внутрішній трансситуаційний локус контролю									●			Зовнішній трансситуаційний локус контролю
Трансситуаційна спрямованість освоєння внутрішнього світу									●			Трансситуаційна спрямованість освоєння зовнішнього світу
Трансситуаційна рухливість					●							Трансситуаційна інертність
Трансситуаційна творчість				●								Трансситуаційне пристосування

Розподіл студентів за основними показниками суб'єкт-об'єктних орієнтацій, представлений в табл. 3.1.6, підтверджує попередні висновки про необхідність розвитку соціальної відповідальності у студентської молоді.

Нами передбачалось перевірити те, як особливості суб'єкт-об'єктних орієнтацій взаємопов'язані зі ставленням особистості студента до власності. Отже, подальший аналіз кореляцій між показниками орієнтацій в життєвих ситуаціях та факторами семантичного простору ставлення студентства до власності дасть можливість визначити особливості включення

Розподіл студентів за основними показниками суб'єкт-об'єктних орієнтацій у життєвих ситуаціях, % опитаних

+	> 6 стенів	< 5 стенів	—
Внутрішній транс-ситуаційний локус контролю	22%	47%	Зовнішній транс-ситуаційний локус контролю
Трансситуаційна творчість	61%	20%	Трансситуаційне пристосування

студентів у відносини власності. За результатами кореляційного аналізу зможемо говорити про типологію економічної суб'єктності студентів.

На основі отриманих в ході емпіричного дослідження даних узагальнимо те, як пов'язані чинники, які лежать в основі інтерпретації студентством реальності відносин власності, з типом суб'єкт-об'єктної орієнтації у життєвих ситуаціях. За допомогою кореляційного аналізу r-Пірсона виявимо ймовірні взаємозв'язки між показниками семантичних структур, що організують афективно-ціннісні, когнітивні та конативні компоненти ставлення до відносин власності, та показниками суб'єкт-об'єктних орієнтацій студентів у життєвих ситуаціях і встановимо типи економічної суб'єктності опитаних студентів.

В ході кореляційного аналізу виявились наступні взаємозв'язки (рис. 3.1.2), що, на наш погляд, передають в узагальненому вигляді ті напрями, за якими може проходити становлення економічної суб'єктності сучасного українського студентства.

Так, перший тип економічної суб'єктності утворений першим фактором афективно-ціннісного компонента, другим фактором когнітивного компонента та першим фактором конативного компонента ставлення студентів до відносин власності. Це означає, що найбільш ймовірним напрямом, за яким може відбуватись становлення економічної суб'єктності опитаного студентства, є розвиток самісних процесів (прагнення самореалізуватись в економічній сфері, самоствердитись, самовдосконалитись, підвищити самоповагу), відповідальності, утвердження та усвідомлення власної унікальності, працьовитості, задоволення власних економічних інтересів; розвиток уявлень про відносини власності як такі, що потребують активізації творчого потенціалу особистості, енергійності, прояву вольових якостей (упертості та рішучості); орієнтацій на принципи справедливості при розподілі матеріальних благ та практикування чесних, суспільно прийнятних способів оперування власністю.

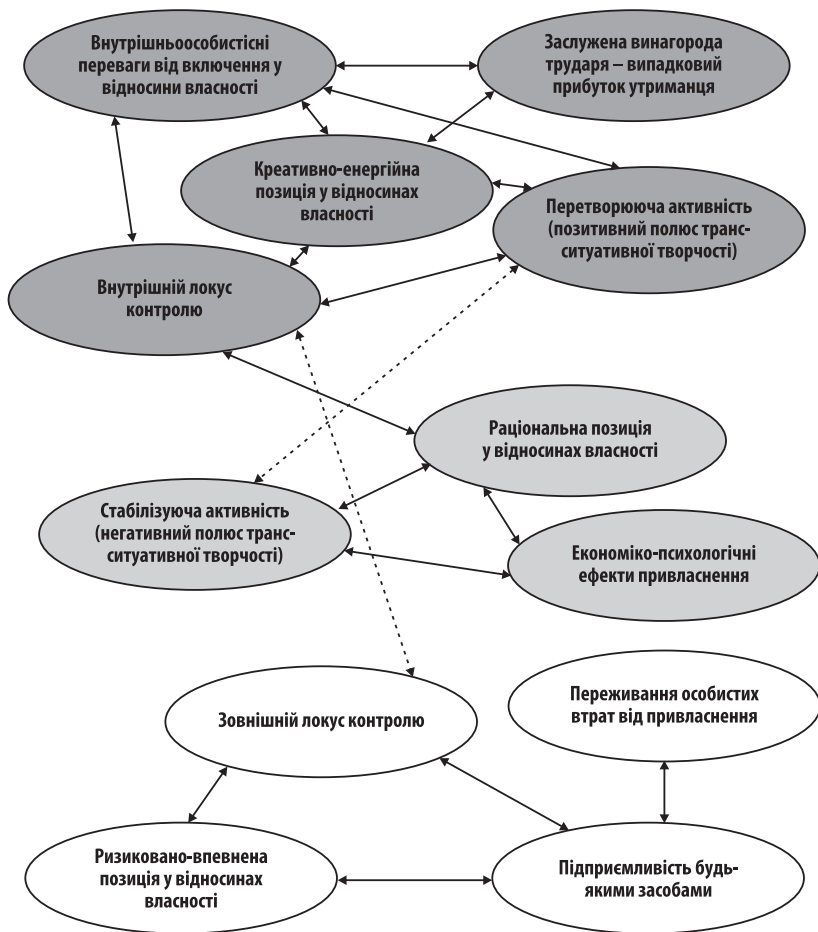
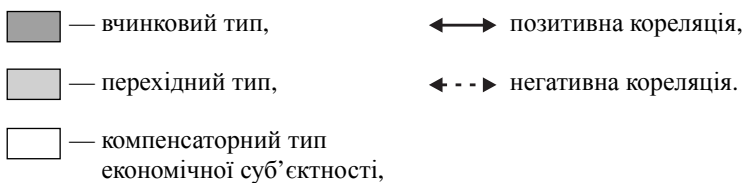


Рис. 3.1.2. Взаємозв'язок факторів психосемантичного простору ставлення до власності з суб'єкт-об'єктними орієнтаціями студентів у життєвих ситуаціях:



Цей тип суб'єктності характеризується, як на нашу думку, найбільш вагомими для суб'єкта якостями: відповідальністю, соціальною творчістю, моральністю, — отже, цілковито відповідає критеріям зрілої суб'єктності, про яку ми говорили як про вчинкову.

Другий тип утворений ознаками раціонального, поміркованого ставлення до об'єктів і суб'єктів привласнення (перший фактор когнітивного компонента) та поцінюванням економіко-психологічних наслідків, ефектів привласнення (другий фактор афективно-ціннісного компонента ставлення). Про такий тип суб'єктності слід говорити за умов розвитку економічного мислення студентів, а саме — усвідомлення усіх переваг і користі від включення у відносини власності. Цей тип суб'єктності вже передбачає певний тип усвідомлення економічної реальності, яка, тим не менш, ще залишається поза особистісними переживаннями студентів. Оскільки фактори, які сприяють розвиткові даного типу суб'єктності, переважно утворені когнітивними характеристиками, ми схильні трактувати його як перехідний (передвчинковий) тип суб'єктності, за якого конструктивні уявлення про економічну реальність, багаж необхідних економічних знань ще не апробований особистістю, отже не інтегрований в історію особистого життя.

Третій тип економічної суб'єктності розвивається за умов безвідповідальності (зовнішній локус контролю), наявності в досвіді особистості компромісу в практикуванні і цілком суспільно прийнятних способів оперування власністю, і аморальних, пов'язаних з бандитизмом, обманом, здирництвом (другий фактор конативного компонента), ризиковано-впевненої позиції у відносинах власності (третій фактор когнітивного компонента ставлення), а також за умов переживань особистих затрат від включення у процес подібного привласнення (третій фактор афективно-ціннісного компонента ставлення). Очевидно, що орієнтації на подвійні норми економічної поведінки, розвиток у студентів безвідповідальності, прагнення виглядати сучасною людиною, швидко і безтурботно, навіть з певним ризиком отримувати матеріальні блага — все це може викликати й негативні (сором, заздрість) переживання. З ними пов'язані й такі економічні мотиви, як отримання влади чи різних переваг над іншими людьми. Вважаємо, що даний тип суб'єктності має компенсаторну природу, далеку від вчинкової, і може бути притаманним особистості — егоїстичному перетворювачеві економічної реальності.

Умовно всі три визначені типи економічної суб'єктності можна розташувати в континуумі «компенсаторна — передвчинкова (раціональна) — вчинкова (зріла) суб'єктність».

Отже, в результаті емпіричного дослідження з'ясовано наступні моменти, що стосуються становлення студентської молоді як суб'єкта відносин власності.

— Обґрунтовано, що у системі ставлень особистості до об'єктів та

суб'єктів привласнення відображається не тільки зміст і структура відносин власності як зовнішньої реальності, але і зміст та структура відображення цієї реальності в свідомості особистості. Це стає можливим завдяки тому, що зовнішня реальність відносин власності перетворюється на об'єкт самостійного рефлексивного аналізу суб'єкта, завдяки відображенню реальності. Актуалізація рефлексивного змісту запускає не тільки процес сприйняття зовнішньої, об'єктивної реальності, але і процес розвитку власного психологічного ставлення до неї. Психологічний зміст ставлення полягає в тому, що здійснюється оцінка цінності, тобто формується ставлення до відносин, перетворюючись на таку ж реальність, що і явища зовнішнього світу.

— Ставлення особистості до власності — це свідомий, вибірковий, заснований на досвіді привласнення, психологічний зв'язок з різними сторонами об'єктивної економічної дійсності, що виражається в діях, емоційних реакціях і переживаннях. Ставлення до власності розглядається як категорія, яка передає взаємозв'язок інтра- та інтеріндивідуальної реальності відносин власності, отже є показником економічної суб'єктності особистості.

— Становлення суб'єкта економічної соціалізації є процесом ускладнення ставлень суб'єктів до економічного оточення в ході взаємного пізнання і оцінювання усіма учасниками економічних відносин один одного. Цей процес перебуває у тісній взаємозалежності, взаємній зумовленості з відповідними процесами інших суб'єктів відносин власності, а сам соціально-психологічний простір таких відносин виконує соціалізуючу функцію в єдності з процесами індивідуалізації, сприяючи взаємному формуванню економічної культури усіх учасників, яка виражається у системі їх ставлень до власності. В цьому контексті становлення економічної суб'єктності розуміється як процес розвитку економічної культури особистості в ході вчинкового долання індивідом суперечності між необхідністю бути включеним у економічну культуру суспільства і необхідністю дотримуватись власної системи ціннісних орієнтирів та ставлень до світу. Вказана суперечливість є рушійною силою становлення економічної суб'єктності особистості. Розв'язання даної суперечності можливе двома способами залежно від вибору індивідом ціннісної позиції у відносинах власності. По-перше, вибір може здійснюватись на користь функціонування з позиції «мати власність», яка характеризується залежністю від того, чим (як, в якому оточенні і яких умовах) індивід володіє, та відповідністю нормам і вимогам, які пред'являє оточення, отже втрагою власної суб'єктності у відносинах власності. У протилежному випадку вибір полягає в тому, щоб слідувати власним цілям, щоправда, узгоджуючи їх з цілями оточення, і функціонувати з позиції «бути власником». Тоді в просторі економічних відносин кожен їх учасник реалізовуватиме власні інтенції, вчинятиме згідно з загальноприйнятими цілями, утверджуючи тим самим

автентичну суб'єктність культуровідповідними способами. Останній варіант розв'язання суперечності обґрунтовується як вчинковий.

— Процес соціалізації як один з механізмів розвитку економічної суб'єктності органічно поєднується з процесом індивідуалізації, в ході яких розвивається особистість не як «функціонер» в системі економіки, а творець цієї системи. В такому ракурсі йдеться про більш широке розуміння самої економічної соціалізації, яка обґрунтовується як відкрита система, як єдність двох взаємодоповнюючих процесів: з одного боку, як інтеріоризація економічних цінностей суспільства у формі репрезентацій власності. З іншого ж боку, їх інтеграція у особистісні структури і на цій основі формування особистісних економічних ціннісних репрезентацій опосередковується наявним досвідом привласнення особистості.

— Структурно-функціональна модель зрілої економічної суб'єктності особистості характеризується наступними показниками ставлення до власності. По-перше, внутрішньо несуперечливими образами власного «я» та інших суб'єктів відносин, опосередкованих власністю, як повноправних авторів свого економічного життя (когнітивний компонент). По-друге, здатністю переживати свою позицію у відносинах власності як таку, що заслуговує на існування та повагу, а позицію інших суб'єктів — як свою (афективно-ціннісний компонент). По-третє, спроможністю апробації нових поведінкових стратегій, які, в узгодженні з мотивами, потребами, діями інших суб'єктів призводили б до трансформації простору відносин між ними (конативний компонент).

За такого рівня становлення економіко-психологічних якостей особистість здатна вільно виявляти свою сутність і свої інтенції в просторі відносин власності. Такий вияв при цьому є конструктивним для інтерсуб'єктного простору відносин, оскільки обов'язково зорієнтований згідно з розвинутою в спільноті економічною культурою. Вважаємо, що таке виявлення можна вважати справді вчинковим, оскільки воно знаменує момент перевершення попередніх надбань в економічній культурі не тільки самої особистості, а й спільноти, економічні відносини якої вона творить. Зрозуміло, що становлення суб'єктності згідно з описаною моделлю відбувається протягом всього життя людини. Можна говорити про ту чи іншу міру наближення до ідеальної моделі в окремий момент економічної соціалізації особистості.

— Емпірично з'ясовано, що у оцінці студентами об'єктів та суб'єктів привласнення, в тому числі й себе, переважають такі фактори, як: 1) оцінка внутрішньоособистісних переваг, які отримує людина від того, щоб бути власником (розвиток самісних процесів, я-концепції, таких особистісних якостей, як відповідальність, самостійність, ініціативність, що є показниками справді соціально зрілої дорослої людини), — має місце у 89% опитаних; 2) оцінка соціально-психологічних вигод, ефектів від участі у відносинах власності (для 85% опитаних важливим чинником є стабіль-

ність, комфорт, почуття захищеності, повага з боку інших); 3) передбачення негативних наслідків від привласнення (84% опитаних пов'язують власність з негативними переживаннями сорому, заздрощів, отримання влади та інших переваг над іншими, проявами егоїзму тощо).

— Результатом пізнання реальності відносин власності студентів стали такі позиції щодо власності: 1) креативно-енергійна позиція (у 95% опитаних), згідно з якою власність пов'язується з енергійністю, рішучістю, великими зусиллями, впевненістю, вимогами бути креативним; 2) ризиковано-впевнена позиція (у 90%), згідно з якою когнітивний зміст образу власності організований уявленнями про ті вимоги, яким має відповідати людина, включаючись у перспективні, передові, сучасні відносини власності, а саме, бути впевненим і здатним на ризик; 3) раціональна, прагматична позиція (у 84%), згідно з якою когнітивний зміст образу власності організований прагматичними уявленнями про практичне значення, користь та особисті переваги від включення людини у відносини власності.

— Особливості конативного компонента ставлення студентів до власності визначаються тим, що у своєму виборі того чи іншого способу економічної поведінки студенти орієнтуються на: 1) співвідношення зусиль, яких потребує об'єкт привласнення, та регулярність і справедливості отримання за це винагороди (87% опитаних); 2) на те, щоб діяти підприємливо, не цураючись засобів, які для цього обираються (85 % опитаних).

3.2.

Емпіричне дослідження психологічних особливостей економічної суб'єктності у зв'язку зі специфікою ставлення старшокласників до грошей

У даному дослідженні економічна суб'єктність розглядається через категорію «ставлення», а саме ставлення до грошей в соціальній групі. Ставлення до грошей, як компонент монетарних репрезентацій, згідно з С. Московічі, народжується у повсякденному житті в ході міжособистісної комунікації. Суб'єктом монетарних репрезентацій є соціальна група, яка конструює їх. Індивід ідентифікує себе з групою.

У загальну вибірку увійшли 252 учні 10-х і 11-х класів середніх навчальних закладів, з яких — 135 дівчат і 117 юнаків. Дослідження проводилось в Київській гімназії № 154, ЗОШ № 82 ім. Т.Г. Шевченка м. Києва, ЗОШ № 16 ім. М.О. Кириленка м. Біла Церква. Старшокласники школи № 82 поглиблено вивчають іноземні мови. Старшокласники гімназії № 154 та білоцерківської школи № 16, які взяли участь в дослідженні, є учнями звичайних, непрофільних класів. Рівень матеріального доходу їх родин середній. Середній вік старшокласників — 16—17 років. Цей віковий етап психологи називають періодом ранньої юності. Однією з ха-

рактерних рис цього періоду є серйозні зміни, що відбуваються у сфері самосвідомості людини, уявлення про себе як суб'єкта праці, спілкування і пізнання. Найбільш істотні зміни в структурі когнітивних процесів у старшокласників спостерігаються насамперед в інтелектуальній сфері, що психологи часто пов'язують з розвитком можливості особистості аналізувати економічну інформацію на основі формування навичок теоретичного мислення. Саме готовність когнітивної сфери особистості юнака до критичного сприйняття реальності (формування адекватних монетарних уявлень) є центральним моментом його економічної соціалізації. Центральним новоутворенням цього періоду стає професійне і особистісне самовизначення, нова внутрішня позиція, що включає усвідомлення себе як члена суспільства. Всі складнощі і труднощі життєвого світу стають більш усвідомленими [78].

Процес формування економічної суб'єктності пов'язаний не тільки з повсякденним життям старшокласника, але і з досить загальними соціально-економічними проблемами. Провідна роль належить тут реальній включеності особистості в ті сфери діяльності, в яких відбувається засвоєння економічних знань і економічного досвіду. Цілком очевидно, що в шкільні роки не може йти мова про прояви економічної поведінки в широкому сенсі слова. По-перше, школярі не мають свого місця в одній із самих головних економічних сфер життєдіяльності, а саме виробничій. По-друге, школярі є споживачами в тому сенсі, що вони здатні активно виконувати споживчу роль, однак рівень їх споживчих можливостей обмежений. По-третє, особливість сучасної економічної ситуації в нашій країні полягає у неповноті уявлень не тільки в школярів, але й у дорослих з цілого спектра вимірів економічної реальності (відносини власності, диференціація доходів і майнове розшарування та ін.).

Для здійснення емпіричного дослідження нами було розроблено програму, яка включає наступні методики.

1. Опитувальник «Ставлення до грошей» (А. Фернама).

2. «Методика виміру соціальної адаптивності» (О.Г. Посипанова).

Опитувальник «Ставлення до грошей» (А. Фернама) дозволив виявити групи старшокласників за типом ставлення до грошей.

В результаті факторного аналізу було виділено 5 незалежних компонент (рис. 3.2.1). Перейдемо до аналізу змісту кожного з них.

Найвагомішим є фактор, який отримав назву «Тривожність» F1, та пояснює 30% дисперсії. Він містить 31 твердження, серед яких найбільше факторне навантаження мають такі: «Якщо порівнювати мене з більшістю людей, яких знаю, то я упевнений, що думаю про гроші значно більше, ніж вони» (0,68); «Сперечання щодо грошей — часте явище в моїй родині» (0,65); «Я постійно турбуюся про своє фінансове становище» (0,64); «Я часто відчуваю труднощі, приймаючи рішення про витрату грошей, незалежно від їх суми» (0,53).

Другий фактор F2 (пояснює 15% дисперсії) — містить 14 тверджень. Цей фактор отримав назву «Ощадливість». Найбільші значення тут мають твердження: «Я завжди знаю, майже до копійки, скільки грошей у мене в гаманці або в кишені» (0,59); «При будь-якій покупці я цікавлюся передусім ціною» (0,41); «Я завжди знаю суму моїх заощаджень» (0,5).

Третій фактор F3 містить 14 тверджень та пояснює 12% дисперсії. Він отримав назву «Гроші — зло». Найбільші значення по цьому фактору отримали твердження: «Час, витрачений на заробляння грошей, — втрачений час» (0,55); «Гроші — корінь усього зла» (0,51); «Я зневажаю гроші і тих, у кого їх надто багато» (0,49).

Четвертий фактор F4, який пояснює 11% дисперсії, містить 11 тверджень. Даний фактор отримав назву «Гроші — влада». Найбільше факторне навантаження мають твердження: «Гроші можуть дати людині значну владу» (0,5); «У нашій країні ми за грошима порівнюємо один одного» (0,4).

П'ятий фактор F5 — 10 тверджень, пояснює 10% дисперсії. Він отримав назву «Заробіток». Найбільш вагомі значення за цим фактором отримали твердження: «Я іноді відчуваю перевагу над тими, хто має менше грошей, ніж я, незалежно від їх здібностей та досягнень» (0,6); «Я пишаюсь фінансовими досягненнями своєї родини та охоче розповідаю про них своїм друзям» (0,53); «Я вважаю, що заробітна плата людини красномовно свідчить про її розум» (0,42).

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.

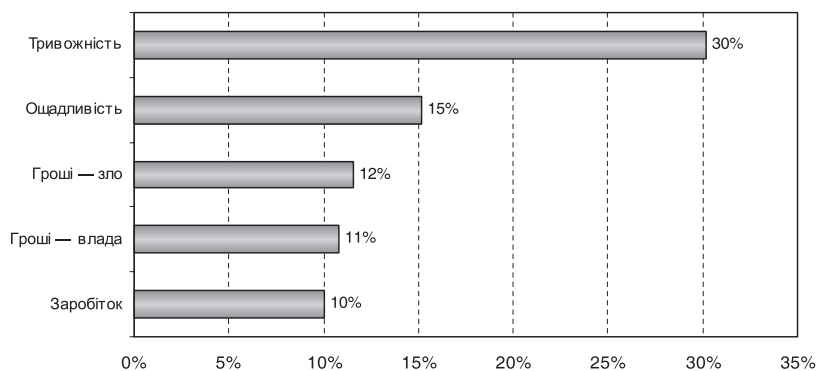


Рис. 3.2.1. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей за всією вибіркою (дисперсія)

Фактор F1 «Тривожність». До нього увійшли твердження, що часто суперечать одне одному за змістом, але належать до одного його полюса. Це можна пояснити тим, що трансформація економічного середовища, відчуття економічної нестабільності, фінансове розшарування суспільства викликають у свідомості підлітків суперечності, які й спричинюють тривогу. Це явище в соціальній психології називають «когнітивним дисонансом». Інша причина тривожності — занепокоєння щодо матеріального становища батьків, фінансові проблеми, втрата багатьма родинами бюджетників (вчителів, лікарів, військових) свого колишнього соціально-економічного статусу.

«Грошова 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.

Фактор F2 — «Ощадливість» — демонструє схильність старшокласників до заощадження грошей, до контролю витрат. Дбайливе, відповідальне ставлення до грошей полягає в пошані до них як до платіжного засобу і до результату праці. Звідси витікає ощадливість, планування прибутків і витрат, прагнення до зміцнення фінансового становища.

Дослідники з'ясували, що ощадливість пов'язана з життєвими подіями індивіда, його коупінг-стратегіями і мережею соціальної підтримки. Виявлено також, що люди, які схильні до ощадливості, оптимістичні, менш фаталістичні за переконаннями. Вони вважають, що розпоряджаються своїми фінансами краще, ніж їхні батьки; вони впевнені, що причина грошових проблем — це недостатня дисциплінованість. Вони не схильні витрачати гроші марно [132].

Відчуття нестачі грошей може породити дві принципово різні моделі поведінки: підкреслено раціональну, коли людина продумує кожен крок і прагне отримати найбільшу користь зі своїх ресурсів, і безтурботну, бездумну, коли здається, що немає сенсу заощаджувати, — з голоду не помремо, а на більше все одно не вистачить.

Фактор F3 «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, вдалася до адекватних економічних рішень, необхідний фінансовий досвід.

Фактор F4 «Гроші — влада». Високі оцінки за цим фактором свідчать, що соціальні репрезентації старшокласників містять монетарні стереоти-

пи на кшталт «гроші можуть все». Сучасному світові властиве (до певної міри) обоженування, 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.

У перекладі з латинської *moneta* — це «служниця». Саме так, по-господарському, без поклоніння необхідно ставитися до грошей. Це правильне, тверезе і розумне до них ставлення. Гроші — це всього лише засіб, еквівалент більшої свободи від обставин, свободи вибору, але ніяк не мета. За допомогою грошей неможливо вирішити абсолютно всі проблеми. Неможливо купити здоров'я, любов, дружбу, щастя, талант. Можна лише створити для цього всього необхідні умови.

Фактор F5 «Заробіток» (пояснює 10%) дисперсії. Цей фактор у поєднанні з фактором «Ощадливість» демонструє, що старшокласники є представниками напрямку, який в західній соціології і соціальній психології отримав назву «протестантська трудова етика». Цей термін сформульовано Максом Вебером. Його сутність стосовно грошей можна визначити у вигляді правила «Більше заробляти, менше витратити». Старшокласники відчувають тривожність стосовно грошей (на це вказує найбільша вагомість фактора «Тривожність») і розмірковують про їх заробляння.

Отже, опитувальник «Ставлення до грошей» дозволив виявити групи старшокласників за типом ставлення до грошей. В результаті факторного аналізу було виділено 5 груп, в яких переважають наступні типи ставлення старшокласників до грошей: «Тривожність», «Ощадливість», «Гроші — зло», «Гроші — влада», «Заробіток».

Розглянемо, як на тип ставлення до грошей впливає адміністративно-територіальний чинник. Як показано на рис. 3.2.2, в результаті факторного аналізу відповідей старшокласників м. Києва нами було виділено також 5 незалежних компонент.

Найбільш вагомим є фактор «Тривожність» F1, дисперсія 32%. Він містить 21 твердження, серед яких найбільше факторне навантаження мають наступні твердження: «Я постійно турбуюся про своє фінансове становище» (0,77); «Мені неприємно відповідати на запитання про своє фінансове становище» (0,65); «Я часто відчуваю труднощі, приймаючи рішення про витрату грошей, незалежно від їх суми» (0,62); «Якщо порівнювати мене з більшістю людей, яких знаю, то я упевнений, що думаю про гроші більше, ніж вони» (0,54).

Другий фактор F2 містить 12 тверджень та пояснює 15% дисперсії. Даний фактор отримав назву «Гроші — влада». Найбільше факторне навантаження мають твердження: «Я часто використовую гроші як зброю для управління чи залякування тих, хто мені заважає» (0,76); «Я іноді відчуваю перевагу над тими, хто має менше грошей, ніж я, незалежно від їх

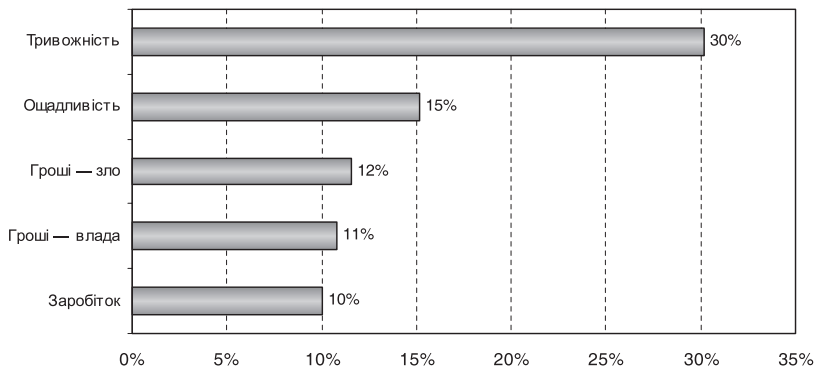


Рис. 3.2.2. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей (м. Київ) (дисперсія)

здібностей і досягнень» (0,73); «Я ставлю гроші вище задоволення» (0,65); «Я твердо вірю, що гроші можуть вирішити всі мої проблеми» (0,62).

Третій фактор F3, який пояснює 14% дисперсії, містить 6 тверджень. Він отримав назву «Ощадливість».

Найбільші значення тут мають твердження: «Я завжди відкладаю гроші про чорний день» (0,68); «Я завжди знаю майже до копійки, скільки грошей у мене в гаманці або в кишені» (0,66); «Я завжди знаю суму моїх заощаджень» (0,51); «При будь-якій покупці я цікавлюся передусім ціною» (0,48).

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: «Коли у мене з'являються «зайві» гроші, то я відчуваю себе не в своїй тарілці, поки не витрачу все до копійки» (0,74); «Моє фінансове становище гірше, ніж думає більшість моїх друзів» (0,61); «Сперечання про гроші — часте явище в моїй родині» (0,58); «Та сума грошей, яку я маю, завжди недостатня» (0,53); «Іноді я буваю дуже щедрий, щоб завоювати прихильність друзів» (0,61); «Більшість моїх друзів має більше грошей, ніж я» (0,41).

Найбільші негативні значення за цим фактором отримали твердження: «Я пишаюся своєю економністю» (- 0,57); «Я почувуюся безглуздо, якщо заплачу за щось більше, ніж інші» (- 0,53).

П'ятий фактор (F5) містить 8 тверджень (дисперсія — 11%). Він отримав назву «Гроші — зло».

Найбільші позитивні значення за ним отримали твердження: «Гроші — корінь усього зла» (0,63); «Я зневажаю гроші і тих, у кого їх надто багато» (0,52).

Найбільш негативні значення за цим фактором отримали твердження: «Я зробив би практично все заради грошей» (- 0,51); «Більшість моїх друзів мають більше грошей, ніж я» (- 0,42).

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. Таке ставлення проявляється в тому, що людина не надає грошам визначальної ролі в житті, вільно витрачає наявні грошові кошти, не проявляє особливої турботи про джерела їх надходження, не прагне до їх накопичення як до самоцілі. Люди, що легко ставляться до грошей, часто перетворюються на марнотратів. Вони психологічно схильні брати гроші в борг, і не завжди їх віддавати. Легке ставлення до грошей властиве не тільки окремим людям, але і їм фірмам, організаціям.

Схильність українських старшокласників до марнотратства можна пов'язати з інфляцією, але можна й припустити, що воно пов'язано не тільки з нинішньою ситуацією, але й з традиціями, властивостями національного темпераменту.

Але легке їх ставлення до грошей пояснюється й посиленням тиском реклами, яка вдосконалює засоби впливу на людину «в обхід» свідомості, стимулює появу нових потреб, закріплює у психології споживача стереотипи масової поведінки «розбещеного панича», про що говорив ще Х. Ортега-і-Гасет.

Як видно з рис. 3.2.3, в результаті факторного аналізу відповідей білоцерківських старшокласників було виділено знову ж таки 5 незалежних компонент.

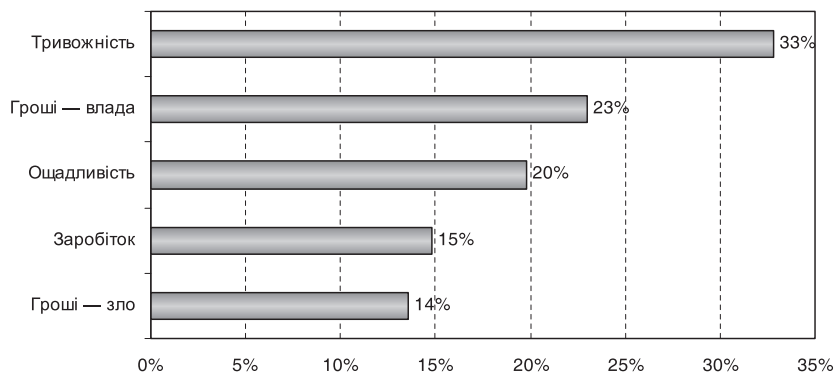


Рис. 3.2.3. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей (м. Біла Церква) (дисперсія)

«Тривожність» F1 (дисперсія — 33%), «Гроші — влада» F2, (дисперсія — 23%), «Ощадливість» F3 (дисперсія — 20%) «Заробіток» F4 (дисперсія 15%), «Гроші — зло» F5 (дисперсія 14%). Отримані дані показали відсутність фактора «Марнотратство» (який було виявлено у дослідженні київських учнів), його місце зайняв фактор «Заробіток». Максимальне навантаження цього фактора мають твердження: «Я вважаю, що заробітна плата людини красномовно свідчить про її розум» (0,69); «Найчастіше людина одержує стільки грошей, скільки заслуговує» (0,67).

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 про труднощі, пов'язані із заробітком грошей.

Отримані п'ять факторів виявили групи старшокласників з різним, суперечливим ставленням до грошей: досліджувані ототожнюють гроші зі злом і владою, відповідальне ставлення до грошей поєднується з марнотратством.

Як показано на рис. 3.2.4, аналіз результатів дослідження за ознакою статі показав наступні результати. У відповідях юнаків та дівчат було виявлено різницю у факторах.

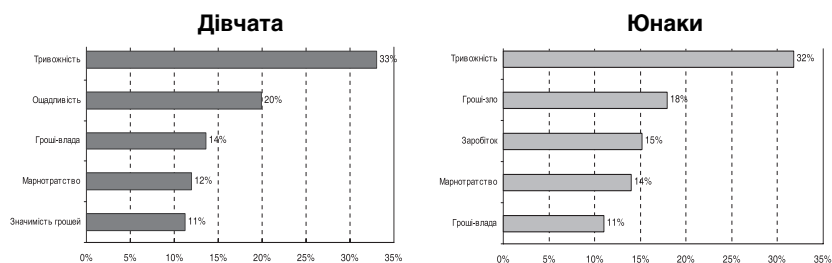


Рис. 3.2.4. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей за ознакою статі (дисперсія)

В структурі ставлення до грошей у юнаків та дівчат переважає фактор «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 «Ощадливість» (дисперсія — 20%), а у дівчат фактором F2 виступає фактор «Гроші — зло» (дисперсія 18%). Фактором F3 у юна-

ків є «Гроші — влада» (дисперсія 14%), у дівчат — «Заробіток» (дисперсія 15%). Фактором F5 у юнаків є фактор «Значущість грошей» (дисперсія 11%), а у дівчат — «Гроші — влада» (дисперсія 11%).

Отже, у дівчат відсутній фактор «Ощадливість», 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, дівчата вже розмірковують про заробіток.

Юнаки повністю не усвідомлюють цінність грошей (на це вказує фактор «Значущість грошей»). 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. Про це свідчать твердження: «Я постійно турбуюсь про своє фінансове становище» (- 0,56); «Час, який витрачено на заробляння грошей — втрачений час» (0,55); «Я вважаю доречним приховувати фінансові питання від родичів та друзів» (0,49).

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 фактора «Тривожність».

Рівні економічної суб'єктності у зв'язку з особливостями ставлення старшокласників до грошей

З метою аналізу впливу особливостей ставлення до грошей на економічну суб'єктність старшокласників, ми провели емпіричне дослідження особливостей їх психолого-економічної адаптивності як показника економічної суб'єктності.

Сутністю стратегії соціальної адаптації особистості є дії, що спрямовані на досягнення змін у її життєдіяльності у відповідності з соціальними очікуваннями та з індивідуальними потребами.

Результати нашого дослідження показали, що процес соціальної адаптації у досліджуваних старшокласників проходить досить успішно, респонденти з низьким рівнем адаптивності («профіль» найменшої адаптивності) виявлені не були. Старшокласники приймають соціально-економічні умови життя і адаптуються до них, але економічно пасивний тип стратегії економічної поведінки у досліджуваних переважає над економічно активним.

Для виміру адаптивності старшокласників була застосована «Методика виміру соціальної адаптивності особистості» (О.Г. Посипанова). Уто-

чимо, що в нашому дослідженні адаптивність (за О.Г. Посипановим), як здатність пристосовуватись до ціннісного середовища, розглядається як показник економічної суб'єктності особистості. На думку автора, при обстеженні школярів слово «поведінка» у першому реченні інструкції викликає небажані асоціації з «оцінкою за поведінку». Тому для них цей термін замінюється на «звички».

За трьома субшкалами опитувальника отримані наступні рівні адаптивності (табл. 3.2.1).

Таблиця 3.2.1

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. 3.2.5).

«Профіль» найменшої соціальної адаптивності (цей «профіль» визначався за показниками «ключа» 1—2; 1—2; 0—1).

Опрацювання результатів показало, що цей «профіль» адаптації у досліджуваних не простежується. Дані нашого дослідження узгоджуються з дослідженнями О.Г. Посипанова [206]. 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 (показники за ключем 4—6; 1—2; 0—1). 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. Конформність, як властивість особистості, проявляється в ситуаціях, коли людині необхідно включитися в нову для неї групу. 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. У конкретній ситуації вона керується не універсальними заборонами і розпорядженнями, а прикладом, який подають оточуючі. Такий «конформіст» з великою повагою ставиться до інструкцій, часто боїться порушити встановлений групою порядок, але цю поведінку слід відрізнити від сліпого підпорядкування високономативної людини. Якщо група відмовляється від своїх планів, конформна особистість легко слідує за групою, у той час як нормативна продовжуватиме реалізацію планів, навіть якщо вони втрапили всякий сенс. Перевагою носія цієї характеристики є уміння 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 (показники 1—2; 5—7; 1—2). Лабільна людина добре розуміє, яких результатів має добитися при певній поведінці, включаючись в ту чи іншу дію, загальну діяльність. 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 уміння знайти декілька варіантів виходу з даної ситуації. Вони легко підлаштовуються до умов, що змінюються. Про таких людей говорять — «флюгер».

«Профіль» креативності (показники 1—2; 1—3; 4—6). Позитивна риса креативних людей — добра орієнтація в ситуаціях, які змінюються за невідомими задалегідь принципами. Дана якість виявлена у 12% досліджуваних старшокласників м. Києва та у 28% старшокласників м. Біла Церква, 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 (показники 6—8; 6—8; 5—7). У респондентів цей показник становить тільки 4% у старшокласників м. Києва та 3% — у старшокласників м. Біла Церква. Вважається, що такі люди можуть виконувати рутинну роботу в стабільних умовах і знаходити нестандартні рішення в невизначених ситуаціях.

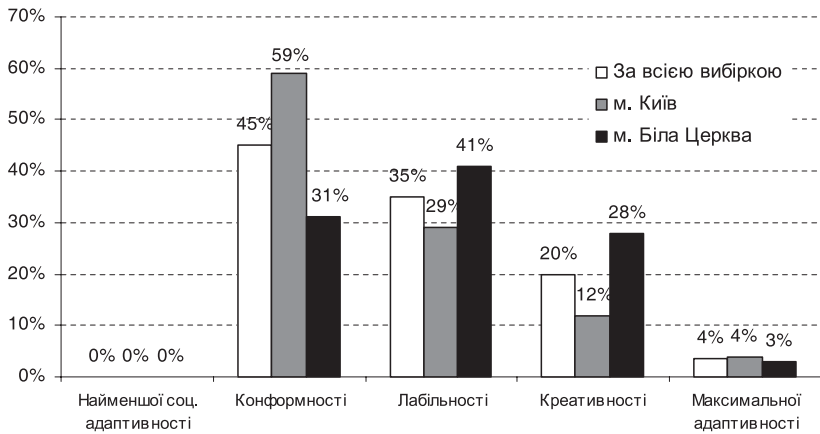


Рис. 3.2.5. «Профілі» соціальної адаптивності

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. Біла Церква 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.

Соціальна адаптивність забезпечує адаптацію в соціумі і має комплексний характер. Різна виразність її компонентів відповідає перевазі різних стратегій адаптації людини в соціальних ситуаціях і в різних групах. При цьому досягаються різні результати, проте всі вони можуть позначатися терміном «адаптивність».

Отже, у результаті дослідження нами було виявлено «профілі» соціальної адаптивності старшокласників. «Профіль» конформності переважає у школярів м. Києва — 59% (показник цього «профілю» у школярів м. Біла Церква — 31%, він посідає серед інших «профілей» друге місце). Цей «профіль» передбачає пасивний вид адаптації — прийняття вимог без

включення процесів саморозвитку, активності. Конформна людина боїться порушити встановлену групою норму.»Профіль» лабільності переважає у старшокласників м. Біла Церква — 41%. Цей «профіль» посідає у київських старшокласників друге місце — 29% і передбачає готовність індивіда змінювати поведінку в залежності від ситуації, однак це відбувається за відомими стандартами і правилами. «Профіль» креативності виявився тільки у 12% київських старшокласників та у 28% старшокласників м. Біла Церква. Саме цей «профіль» відповідає вимогам економічної культури ринкової економіки, оскільки передбачає поведінку, яка дає можливість орієнтуватися в ситуації, що змінюється, проявляється у можливості знаходити і втілювати інновації, виходити з кризових ситуацій.

За результатами дослідження було встановлено кореляційний зв'язок між «профілями» адаптивності та факторами, отриманими за методикою «Ставлення до грошей» (А. Фернама). Розглянемо результати за всією вибіркою.

Як показано на рис 3.2.6, за даними кореляційного аналізу, зв'язок між фактором «Тривожність» встановлено з «профілем» конформності ($r = -0,72$, $p \leq 0,01$). Зв'язок є оберненим, тобто більш високому рівню конформності відповідає менший рівень тривожності, і навпаки.



Рис. 3.2.6. Взаємозв'язок фактора «Тривожність» та «профілю» конформності за всією вибіркою

Як видно з рис. 3.2.7, фактор «Гроші — влада» корелює з наступними «профілями» адаптивності: конформності ($r = 0,61$, $p \leq 0,05$) та лабільності ($r = 0,59$, $p \leq 0,05$). Зв'язок є прямим, тобто більш високим рівням конформності та лабільності відповідає більш високий вплив фактора «Гроші — влада», і навпаки.

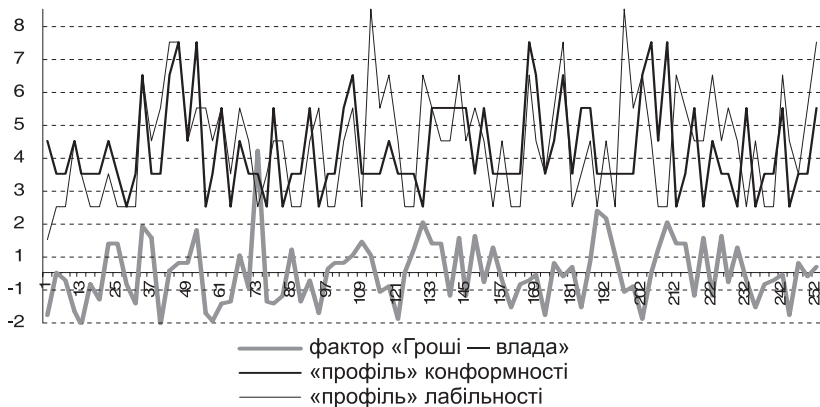


Рис. 3.2.7. Взаємозв'язок фактора «Гроші — влада» та «профилей» конформності і лабільності за всією вибіркою

Як видно з рис. 3.2.8, фактор «Гроші — зло» корелює з «профілем» креативності ($r = -0,87, p \leq 0,01$). Цей кореляційний зв'язок обернений, тобто чим вище рівень креативності, тим менше респонденти вважають, що гроші — це зло, і навпаки, чим нижче рівень креативності, тим більше респонденти вважають, що гроші — це зло.

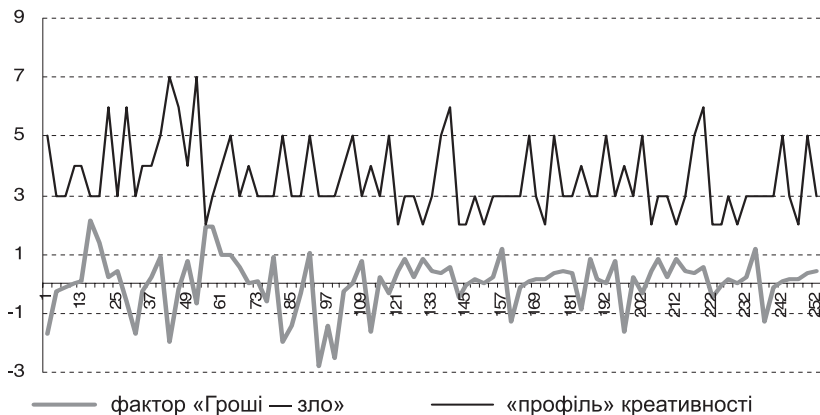


Рис. 3.2.8. Взаємозв'язок фактора «Гроші — зло» та «профілю» креативності за всією вибіркою

Як показано на рис. 3.2.9, фактор «Ощадливість» корелює з трьома «профілями» адаптивності: креативності ($r = 0,77, p \leq 0,01$), лабільності ($r = 0,76, p \leq 0,01$) та комфорності. Зв'язок є прямим, тобто більш високим

рівням креативності, лабільності та конформності відповідає більш сильний вплив фактора «Ощадливість».



Рис. 3.2.9. Взаємозв'язок фактора «Ощадливість» та «профілей» креативності, лабільності і конформності за всією вибіркою

Як показано на рис. 3.2.10, фактор «Заробіток» корелює з «профілем» конформності ($r = 0,69$, $p \leq 0,05$). Зв'язок є прямим, тобто більш високому рівню конформності відповідає більш сильний вплив фактора «Заробіток».



Рис. 3.2.10. Взаємозв'язок фактора «Заробіток» та «профілю» конформності за всією вибіркою

Проведений аналіз показав, що на типи адаптивності здійснює вплив територія проживання. Старшокласники м. Біла Церква з конформним типом соціальної адаптивності виявляють тривожність стосовно грошей, як і київські учні, але ставляться до грошей ощадливо, схильні розглядати їх як синонім заробітку.

На основі кореляції визначених особливостей ставлення до грошей з «профілями» соціальної адаптивності виявлено три рівня економічної суб'єктності старшокласників.

Перший рівень ми назвали «Відхід від суб'єктності». Цей рівень передбачає економічну пасивність, тривожність, ефективну дію тільки в стабільній ситуації, несхильність до грошових ризиків, пасивну адаптацію в суперечливих соціально-економічних умовах. У структурі цього рівня суб'єктності переважає конформність. Конформна людина буде 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 відрізнити 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 й втратили сенс. Висока конформність — важлива і цінна властивість людини, особливо в обставинах, що вимагають особистої організованості й відповідальності.

Старшокласники за рівнем «Відхід від суб'єктності» проявляють тривожність стосовно грошей. На це вказує кореляційний зв'язок фактора «Тривожність» (обернений зв'язок) з «профілем» конформності, бо чим нижча конформність, тим вища тривожність особистості. Рівень високої конформності виявлено лише у 2,1% досліджуваних старшокласників. Іншим досліджуваним старшокласникам даного типу притаманна грошова тривожність. Вони також турбуються про заробіток (прямий кореляційний зв'язок фактора «Заробіток» з «профілем» конформності). Конформні люди будують свою поведінку згідно з традиціями і звичаями групи і не прагнуть порушувати встановленого групою порядку. Конформність — цінна властивість людини для стабільних умов життя, тому у мінливих соціально-економічних умовах нашого суспільства конформні (з середнім та низьким рівнем) старшокласники відзначаються тривожним ставленням до грошей, розпорядження якими пов'язано з ризиком, прийняттям нестандартних рішень. Тривожність пояснюється також тим, що невисока конформність призводить до появи внутрішньоособистісних конфліктів, що у складній, суперечливій економічній ситуації не може забезпечити успішної адаптації.

У старшокласників за рівнем «Відхід від суб'єктності» спостерігається й досить високий показник за фактором «Гроші — влада»; він має кореляційний зв'язок з «профілем» конформності. Прихильники психо-

аналітичного напрямку стверджують, що міф про всевладдя грошей проявляється в ілюзії, що фінансово-економічні процеси не підвладні контролю людини, людина безпомічна і не може протистояти активності грошей, не може впливати на економіку, що також, на нашу думку, може породжувати тривожність.

Рівень особистості «Відхід від суб'єктності» виявлено у 59% досліджуваних старшокласників м. Києва та у 31% досліджуваних м. Біла Церква.

Другий рівень з назвою «Спрямованість на суб'єктність» передбачає економічну активність, схильність до грошових ризиків, прийняття нестандартних рішень, недотримання соціальних стереотипів, ефективність дій в кризових ситуаціях, успішну адаптацію в ситуації змін. В структурі цього рівня суб'єктності переважає креативність. Адаптація у таких людей досягається за допомогою нестандартних рішень в ситуаціях, коли необхідно знайти вихід з кризи. Креативність дозволяє активно перебудувати структуру взаємодії індивіда й групи, що підвищує її ефективність.

Можна стверджувати, що економічно активна особистість здатна на швидке прийняття рішень в ситуації невизначеності, швидше визначається з власною позицією в ній.

Старшокласники за рівнем «Спрямованість на суб'єктність» ошадливо ставляться до грошей. На це вказує кореляційний зв'язок фактора «Ощадливість» з «профілем» креативності. Ощадливість передбачає тверезий розрахунок, розумну та послідовну економію, раціональне ставлення до грошей. Старшокласники цього рівня не часто розглядають гроші як зло (обернений зв'язок фактора «Гроші — зло» з профілем «креативності»). Це можна пояснити тим, що особам з високою креативністю притаманна широта та глобальність мислення, нестандартні рішення, що є несумісним зі стереотипами, наприклад такими, як «гроші — зло». Такі люди не додержуються подібних міфів, вони легко переборюють сформовані раніше форми взаємодії. Ці люди є втіленням господарського стилю, природу якого описав М. Вебер. Цьому стилю притаманна орієнтація на максимальний діловий успіх, раціональність, на певний соціальний статус. Уміння економічно активної особистості знаходити нестандартні рішення в складних ситуаціях, оригінальність підходів до моделювання стратегій (наприклад, в умовах ринкової економіки), добра орієнтація в ситуаціях, що змінюються, сприяють успішній адаптації.

Рівень особистості «Спрямованість на суб'єктність» виявлено у 12% досліджуваних старшокласників м. Києва та у 28% досліджуваних м. Біла Церква.

Третій рівень «Потенційна суб'єктність» передбачає емоційну лабільність, ефективне використання грошей для досягнення поставленої мети, легке адаптування в нестабільній ситуації. В структурі даного рівня суб'єктності переважає лабільність. Адаптація таких людей досягається за рахунок ситуативних реакцій. Вони не бояться змінювати способи вирі-

шення завдання на відміну від конформних. Вони легко пристосовуються до умов, що змінюються. Таких людей часто називають «флюгерями».

Старшокласники за рівнем «Потенційна суб'єктність» переважно розглядають гроші як прояв влади (зв'язок фактора «Гроші — влада» з «профілем» лабільності), але інакше, ніж економічно пасивні особи. Символи влади і сили пов'язані у свідомості таких людей, оскільки сила забезпечує владу, а влада породжує ілюзію свободи. Чим більшим авторитетом користуються гроші в сучасному світі, тим більше залежить від них доступ до влади, з одного боку, і незалежність, свобода, з іншого боку. Соціальна лабільність пов'язана з емоційною лабільністю, психічною стійкістю, і тому ставлення до грошей у лабільних старшокласників не супроводжується тривожністю. Але за монетарною поведінкою економічно лабільної особистості можна побачити тип «марнотрата». А він, відповідно до опису Формана, схильний до емоційних хитань. Він відчуває то радість у зв'язку з компульсивними витратами, то провину й розчарування після покупок.

Рівень особистості «Потенційна суб'єктність» виявлено серед 29% досліджуваних старшокласників м. Києва та у 41% досліджуваних м. Біла Церква.

Наше дослідження виявило перевагу рівня «Спрямованість на суб'єктність». Люди цього рівня чітко визначають мету, наполегливі у її досягненні, результати їх діяльності затребувані суспільством. Їх головні якості: нестандартне мислення, відмова від стереотипів; готовність йти на ризик; сила воли, працездатність; швидкість прийняття рішень, гнучкість мислення, пошук свіжих рішень; схильність до самоудосконалення, економічна активність, яка, на думку, дослідників, передбачає активізацію творчого потенціалу людини, що прагне оволодіти наукою фінансової успішності та грамотності.

Аналіз взаємозв'язку ставлення старшокласників до грошей з соціальною адаптацією дозволив зробити висновок про необхідність формування рівня економічної суб'єктності особистості «Спрямованість на суб'єктність» та створення програми тренінгових занять для формування цього рівня.

3.3. Економічна культура як суб'єктна складова економічної соціалізації студентської молоді

Важливою характеристикою культури є її всезагальність, яка полягає в тім, що, завдяки притаманній їй символічній формі вона може акумулювати 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 значущі.

У зв'язку з темою нашого дослідження важливо акцентувати увагу на такому виді узагальнення, як типізація. Типізація є узагальненням тих суттєвих сторін об'єкта, які повторюються. Оскільки сутність культури виявляється у «людинотворчій» її функції, остільки аналіз типізації, як виникнення у суспільній свідомості певного типу особистості в результаті відображення певних умов життя, є важливим у дослідженні детермінант культури особистості. Різні системи соціально-економічних цінностей суспільства детермінують різні соціально-психологічні характеристики людини, які в узагальненому вигляді втілюються в певному соціально-історичному типі особистості. Тому зміни соціальних умов, які супроводжуються змінами системи економічних цінностей суспільства, пов'язані зі змінами соціально-історичних типів особистості. Соціально-історичний тип особистості, в якому втілено узагальнені особистісні риси, зумовлено потребами суспільства у здійсненні колективної діяльності, що відповідає інтересам суспільства. Належність людини до певного соціального типу, накладаючи певний відбиток на її особистісні риси, разом з тим зобов'язує і 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.

Як відомо, для регулювання соціальної взаємодії в межах необхідної системи цінностей спільнота створює соціальні норми, які є певними моделями поведінки особи і групи, що сприяють досягненню головних цілей та важливих взаємовідносин в суспільстві.

Соціальна свідомість регулює діяльність індивідів через групову ціннісно-нормативну систему, в яку включено індивідів. Якщо на соціальному рівні система цінностей відображається в соціальному типі людини, то на груповому — відбувається трансформація уявлень про тип особистості в образну його форму. Соціально-історичний тип людини, в якому втілена система цінностей соціального рівня, сприймається індивідами на міжособистісному рівні через певний образ людини. Через образну форму цінності суспільства стають ціннісними орієнтаціями, які безпосередньо регулюють життєдіяльність людей. В цьому плані соціально-історичний тип людини, трансформуючись в образну форму, виконує функцію нормативного закону людини в суспільстві, а саме: той чи інший образ людини, в якому трансформується соціальний тип особистості певного суспільства, містить відповідь на питання про можливі і необхідні якості особистості, які зумовлено експектаціями і соціальними потребами суспільства.

В нормативному образі людини, який існує на рівні індивідуальної і групової свідомості будь-якого суспільства, міститься відповідь на питання про можливі і наявні якості особистості. Отже, будь-яка культура

імпліцитно несе в собі нормативний образ людини. По аналогії з цим сутність економічної культури пов'язана з соціальним образом «людини економічної». Саме тому що в образі «людини економічної» узгоджується система економічних цінностей суспільства з мотиваційно-потребовою системою особистості, він (цей образ) є детермінантом економічної культури особистості.

Спираючись на розроблену нами концепцію економічної культури, в якій акцентовано увагу на образі «людини економічної» як фактора, що детермінує зміст і розвиток економічної культури особистості, ми визначаємо економічну культуру особистості за аналогією із загальним визначенням культури як систему форм, що імпліцитно несе в собі нормативний канон «економічної людини», який визначає зміст психолого-економічних властивостей людини.

Отже, дослідження економічної культури особистості потребує визначення диспозицій нормативного образу «людини економічної» у відповідності з психологічними можливостями індивіда і формами реалізації цих можливостей, які узгоджуються з внутрішньопсихологічною системою індивіда.

На основі вивчення літератури, в якій аналізується соціально-історичний тип людини ринкової економіки, було зроблено висновок, що нормативним каноном людини ринкової економіки, який втілено в економічній культурі суспільства, є людина підприємлива.

Згідно з таким розумінням економічної культури особистості ринкової економіки, детермінуючим чинником якої є образ людини підприємливої, нами було побудовано програму емпіричного дослідження соціально-психологічних детермінант економічної культури студентської молоді.

У дослідженні ми спирались на таке припущення:

1) рівень економічної культури студентської молоді визначається ступенем інтеріоризації нею образу підприємливого типу особистості, який імпліцитно несе в собі економічна культура ринкової економіки;

2) рівень репрезентованості параметрів підприємливості в образі «людини економічної» студентської молоді зумовлено соціально-економічним простором, до якого належать студенти;

3) на особливості економічної культури студентів здійснюють вплив такі чинники, як вік, стать, фах.

Дослідження особливостей образу «людини підприємливої» студентської молоді

Згідно з нашою концепцією, економічна культура особистості детермінується образом «людини економічної», ядром якого є підприємливість як нормативний канон людини ринкової економіки. З цього випливає, що рівень економічної культури студентів вимірюватиметься втіленням

в образі «людини економічної» якостей підприємливості. Виходячи з цього, своїм завданням ми визначили проведення аналізу образу підприємливої людини в свідомості студентів. Це завдання виконувалось за допомогою проєктивного незавершеного речення «Я вважаю, що підприємлива людина — це ...», яке було поставлено в загальній анкеті-програмі.

Дослідження здійснювалось на вибірці, яку склали студенти Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Мелітопольського державного педагогічного університету, Токмацького механічного технікуму Запорізького національного технічного університету в загальній кількості 398 осіб.

Нас зацікавило, якою уявляють підприємливу людину опитувані, якими суттєвими характеристиками її описують? Чи можливо виявити її узагальнений типовий образ? Контент-аналіз того, як досліджувані закінчують проєктивне незавершене речення анкети: «Я вважаю, що підприємлива людина — це...», дає змогу відповісти на зазначені питання.

Завдання осмислено завершити речення про підприємливу людину змогли виконати 79,4% досліджуваних. Серед 15—17-річних більше, ніж 18—21-річних тих, хто не впорався із завданням ($p \leq 0,05$). Всього опитуваними було використано 790 визначень підприємливої людини, в середньому кожен опитуваний дав по 2 визначення. Весь масив характеристик підприємливої людини був нами кластеризований на 19 тем (класів). Назви дефінітивних тем у послідовності від найбільш до найменш поширених представлено в табл. 3.3.1.

Таблиця 3.3.1

Характеристики підприємливої людини, $n=398$.

Підприємлива людина:	Частот	%
Досягає успіху	244	31
Цілеспрямована, має мету, планує	213	27
Знайде вихід із складної ситуації, творчо мислить	173	22
Наполеглива, вперта, працелюбна	118	15
Знаходить вигоду, заробляє гроші, досягнула матеріального благополуччя	86	11
Розумна, інтелектуальна	86	11
Має моральні якості	86	11
Спеціаліст, професіонал, освічена	79	10
Комунікабельна	71	9
Приймає рішення, рішуча	63	8
Здатна до ризику	63	8

Самостійна, незалежна людина	55	7
Впевнена у собі	55	7
Інше	40	5
Адаптивна, вміє пристосовуватись	40	5
Має власну справу, бізнес	32	4
Лідер, веде за собою інших	24	3
Емоційні характеристики	24	3
Відповідальна	24	3

Три перші за поширеністю класи визначень репрезентують підприємливу людину за характером, типом і результатами активності. Переважний характер активності такої людини — винахідливий, творчий, за типом активності вона цілеспрямована, діє за планом, і, нарешті, підприємлива людина досягає успіху. Із мотиваційних ознак активності підприємливої людини частіше інших згадують пошук вигоди, заробляння грошей, досягнення матеріального благополуччя (11%). Серед якостей, специфічних для підприємливої людини, найчастіше згадувані — наполегливість, впертість, працелюбність (15%). Разом із іншими вольовими якостями: рішучістю — 8%, здатністю до ризику — 8% — об'єднаний клас вольових характеристик підприємливої людини є найбільш репрезентативним (31%). Якщо об'єднати такі класи визначень, як «моральні якості» (11%), «комунікабельна» (9%) і «лідер, веде за собою інших» (3%), в узагальнений клас «ставлення до інших людей», то такий клас буде на другому місці за поширеністю (23%). Кожен десятий опитаний вказав, як на специфічні, на інтелектуальні, розумові якості (11%) або на освіченість, професійність (10%). Не бачимо перешкод для об'єднання цих двох класів в один — клас «професійного інтелекту» (21%). Підприємлива людина є самостійною і незалежною для 7% респондентів, впевненою у собі — для 7%, відповідальною — для 3%. Наведені класи визначень узагальнено як особистісні характеристики. На різні емоційні характеристики, як на визначальні для підприємливої людини, вказали 3% досліджуваних. Лише 4% респондентів пов'язують образ підприємливої людини з наявністю у неї власної справи, бізнесу, тобто ототожнюють її із підприємцем, бізнесменом.

У типового образу підприємливої людини є певні статеві, вікові та фахові особливості. Статистично значущі статеві, вікові та фахові відмінності подані відповідно у табл. 3.3.2, 3.3.3, 3.3.4.

За φ^* — критерієм кутового перетворення Фішера, юнаки частіше, ніж дівчата, вказують на розум, інтелектуальність як на суттєві риси підприємливої людини. Дівчата, на відміну від юнаків, частіше виокремлюють успішність та комунікабельність (див. табл. 3.3.2).

Таблиця 3.3.2

**Статева специфіка уявлень
про характеристики підприємливої людини (%)**

Підприємлива людина:	Юнаки, n = 150	Дівчата, n = 248	Значення φ^*– критерію
Досягає успіху	13	26	2,3**
Розумна, інтелектуальна	20	7	2,8**
Комунікабельна	4	11	1,9*

Примітка. Значущі відмінності між групами досліджуваних за φ^* – критерієм кутового перетворення Фішера позначені у таблиці значком * – у випадку $p \leq 0,05$, або ** – у випадку $p \leq 0,01$.

Молодші, 15—17-річні досліджувані частіше, ніж старші, 18—21-річні, схильні приписувати підприємливій людині освіченість та професійність. Серед молоді старшого віку більше, ніж серед 15—17-річних, тих, хто вважає ознакою підприємливості цілеспрямовану активність, планомірне досягнення мети (див. табл. 3.3.3).

Таблиця 3.3.3

**Вікова специфіка уявлень
про характеристики підприємливої людини (%)**

Підприємлива людина:	15—17-річні, n = 69	18—21-річні, n = 330	Значення φ^*– критерію
Цілеспрямована, має мету, планує	14	32	3,0**
Спеціаліст, професіонал, освічена	15	6	1,9*

Студенти-економісти, на відміну від студентів інших спеціальностей, частіше акцентують у підприємливій людині здатність до ризику та здатність приймати рішення, рішучість. А студенти інших спеціальностей частіше згадують про те, що підприємлива людина знаходить вигоду, заробляє гроші, досягнула матеріального благополуччя (див. табл. 3.3.4).

**Відмінності між уявленнями
про характеристики підприємливої людини у студентів-
економістів та студентів інших спеціальностей (%)**

Підприємлива людина:	Студенти- економісти, n = 75	Студенти іншого фаху, n = 323	Значення ϕ^*– критерію
Здатна до ризику	14	5	2,1*
Знаходить вигоду, заробляє гроші, досягнула матеріального благополуччя	8	15	1,9*
Приймає рішення, рішуча	14	6	1,7*

За результатами контент-аналізу того, як досліджувані закінчують проективне незавершене речення анкети: «Я вважаю, що підприємлива людина — це...», вдалося виявити індикатори підприємливості, які складають ядро образу «людини економічної». Аналіз студентських «імпліцитних теорій» підприємливої особистості, тобто буденних уявлень про сутність такої особистості, що функціонують переважно на рівні неусвідомлених, інтуїтивних установок або очікувань, дав змогу виявити узагальнений студентський образ підприємливої людини. Це винахідлива, творча, цілеспрямована людина, що діє за планом і досягає успіху. Досить часто вона керується пошуком вигоди, досягненням матеріального благополуччя. Найбільш характерні її риси — вольові: наполегливість, впертість, працелюбність, рішучість, здатність до ризику. Підприємливість асоціюється із професійним інтелектом і сильним «Я». Підприємлива людина комунікабельна, має лідерські якості, морально ставиться до інших. Типовий образ підприємливої людини має деякі статеві, вікові та навчально-фахові особливості, а також залежить від самооцінки економічної успішності.

Серед економічно успішних студентів більше, ніж серед неуспішних, тих, хто вважає, що підприємлива людина вміє приймати рішення, рішуча, наполеглива, вперта, працелюбна.

Дослідження показало, що студенти відображають образ підприємливої людини адекватно уявленням про нормативний тип людини ринкової економіки, який склався у суспільній свідомості і відображений у спеціальній літературі. Серед величезної кількості ознак, які називались опитува-

ними, домінуючими характеристиками визначились мотиваційно-вольові, які є основними індикаторами підприємливості, як системної властивості економічного типу людини ринкової економіки. Подальший аналіз економічної культури студентів полягав у визначенні міри представленості в образі «людини економічної» індикаторів підприємливості. Серед 19 тем, на які було класифіковано характеристики підприємливої людини, найбільш поширеною дефінітивною темою виявилось — «Досягає успіху». Саме це спрямувало нас на застосування у дослідженні образу «людини економічної» методики дослідження уявлень про економічно успішну людину Ю.Ф. Пачковського [108].

Дослідження образу «людини економічної» як детермінанта культури потребує розгляду його структури, особливості якої зумовлюють функцію активатора процесу економічної соціалізації, результатом якого є економічна культура особистості. Саме тому наступним кроком нашого дослідження є розгляд особливостей структурних компонентів образу «людини економічної».

Когнітивна складова образу «людини економічної»

Аналіз когнітивного компоненту образу «людини економічної» здійснювався на основі результатів, отриманих через застосування методики дослідження уявлень про економічно успішну людину Ю.Ф. Пачковського [108].

Уявлення студентів про економічний успіх. З-поміж інших когнітивних компонентів образу «людини економічної» уявленням про показники економічного успіху належить чільне — критеріально-цільове — місце.

Якою мірою економічний успіх залежить від тривалих цілеспрямованих зусиль та наполегливої праці, прояву здібностей людини (реалізації особистісних рис) або успішного збігу обставин? Чи відрізняються уявлення про економічний успіх від того, хто є «автором» успіху — сам досліджуваний чи «ідеально підприємлива людина»? Відповідь на ці питання можемо отримати, проаналізувавши дані, представлені у таблиці 3.3.5.

Рейтинг чинників економічного успіху для опитуваних (за критерієм прийнятності, обрахованим як сума відсотків опитуваних, що відповіли «так» і «швидше так, ніж ні») виглядає так: на першому місці такий чинник, як тривалі цілеспрямовані зусилля та наполеглива праця (84% опитаних), на другому — здібності людини, її особистісні риси (77%), на третьому — успішний збіг обставин (42%). Найбільше впевнених прихильників (тих, що відповіли «так») у чинника «тривалі цілеспрямовані зусилля та наполеглива праця» (54%), найменше — в «успішного збігу обставин» (11%).

Уявлення про загальні чинники економічного успіху (%), n=398

Економічний успіх — це:	Особисто для Вас					Для ідеально підприємливої людини					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Результат тривалих цілеспрямованих зусиль та наполегливої праці	4	4	8	30	54	4	3	11	15	67	19,6 **
Прояв здібностей людини, реалізація особистісних рис	3	7	13	41	36	4	7	9	28	52	16,5 **
Наслідок успішного збігу обставин	17	21	20	31	11	21	14	26	25	14	9,8 *

Примітка. Значущі відмінності за критерієм χ^2 між розподілами відповідей на питання, позначені у таблиці значком * — у випадку $p \leq 0,05$, або ** — у випадку $p \leq 0,01$, за умови $df = 4$.

Рейтинг чинників економічного успіху для «ідеально підприємливої людини» не відрізняється від рейтингу, обчисленого для самооціночних даних. Разом з тим встановлено статистично значущі відмінності (за критерієм χ^2) у характері розподілу відповідей за всіма чинниками, в залежності від «авторства» економічного успіху. Щодо «ідеально підприємливої людини», на відміну від самого себе, більше досліджуваних дають впевнені відповіді.

Дані, наведені в таблиці 3.3.6, дозволяють встановити рейтинг показників економічного успіху для опитуваних (за критерієм прийнятності, обрахованим як сума відсотків опитуваних, що відповіли «так» і «швидше так, ніж ні»): нерухомість, що приносить прибуток; власний бізнес; капітал, вкладений в прибутковий бізнес; престижна робота; великий рахунок в банку; великий пакет високоприбуткових цінних паперів; наявність у власності нерухомості, землі, престижного авто тощо; життя у внутрішній згоді з собою та оточуючими; задоволеність від володіння

отриманими благами; цікаве коло спілкування; відсутність почуття нереалізованості, непотрібності. Для опитуваних характерна пріоритетність власне економічних показників економічного успіху (бізнес, капітал, нерухомість, тощо) над психологічними (спілкування, задоволеність). Рейтинги показників економічного успіху для «ідеально підприємливої людини» суттєво не відрізняються від рейтингу, обчисленого для самооціночних даних. Але, якщо перейдемо до попарного порівняння відповідей опитуваних щодо себе та «ідеально підприємливої людини», то можемо виявити за певними показниками статистично значущі відмінності (за критерієм χ^2 Пірсона). Стосовно таких показників економічного успіху, як: великий пакет високоприбуткових цінних паперів, нерухомість, що приносить прибуток, великий рахунок в банку, наявність у власності нерухомості, землі, престижного авто, капітал, вкладений в прибутковий бізнес, та відсутність почуття нереалізованості, непотрібності, — більше опитуваних дають впевнені твердні відповіді («так») саме стосовно ідеалу, а не стосовно себе. Щодо решти показників економічного успіху розподіли відповідей відносно самого себе та ідеалу статистично співпадають (за критерієм χ^2).

Таблиця 3.3.6

Уявлення про показники економічного успіху (%), n=398

Показником економічного успіху є:	Особисто для Вас					Для ідеально підприємливої людини					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Наявність у власності нерухомості, землі, престижного авто тощо	5	13	13	35	34	4	11	12	21	52	21,3 **
Великий рахунок в банку	6	10	11	37	36	3	6	10	23	58	29,4 **
Великий пакет високоприбуткових цінних паперів	6	7	17	39	31	2	4	13	22	59	46,1 **
Капітал, вкладений в прибутковий бізнес	1	6	13	34	46	1	4	9	20	66	23,1 **

Нерухомість, що приносить прибуток	2	3	9	36	50	0	3	11	16	70	31,8 **
Престижна робота	3	6	12	26	53	4	6	15	16	59	9,4
Цікаве коло спілкування	7	17	16	27	33	9	10	22	25	34	7,6
Власний бізнес	2	3	13	27	55	2	2	10	19	67	8,4
Життя у внутрішній згоді з собою та оточуючими	7	10	16	27	40	7	10	21	22	40	3,3
Задоволеність від володіння отриманими благами	7	8	20	28	37	6	7	16	23	48	6,1
Відсутність почуття нереалізованості, непотрібності	18	15	23	21	23	19	8	22	18	33	11,8 *

Примітка: Значущі відмінності за критерієм χ^2 між розподілами відповідей на питання, позначені у таблиці значком * — у випадку $p \leq 0,05$, або ** — у випадку $p \leq 0,01$, за умови $df = 4$.

Як впливає стать, вік, зміст отримуваної освіти (фах) опитуваних на характер їх відповідей щодо показників економічного успіху стосовно самих опитуваних?

Найбільшого впливу уявлення про показники економічного успіху зазнають від віку, значно меншого — від змісту отримуваної освіти та статі респондентів. Серед 18—21-річних, порівняно із тими, кому від 15 до 17 років, більше тих, хто погоджується з наступними показниками економічного успіху: великий пакет високоприбуткових цінних паперів; капітал, вкладений в прибутковий бізнес; престижна робота; цікаве коло спілкування; життя у внутрішній згоді з собою та оточуючими; задоволеність від володіння отриманими благами.

Серед дівчат, порівняно із юнаками, більше таких, які вважають, що про економічний успіх свідчить задоволеність від володіння отриманими благами.

Серед студентів, що опановують економічну освіту, порівняно з тими, що навчаються за іншим фахом, більше тих, для яких показником економічного успіху є капітал, вкладений в прибутковий бізнес.

Отже, за уявленнями студентської молоді, економічний успіх залежить, щонайперше, від тривалих цілеспрямованих зусиль та наполегливої праці і прояву здібностей людини. Думка про «успішний збіг обставин» як чинник економічного успіху має значно менше прихильників.

Правомірне питання про зв'язок показників економічного успіху між собою та виявлення базових латентних конструктів, які б поглиблювали та спрощували загальну картину параметрів економічного успіху. Для досягнення вказаної мети нами застосовано факторний аналіз. Фактори є гіпотетичними змінними, що описують міру взаємозв'язку змінних. Сислове значення фактора складається з визначальних властивостей тих змінних, які мають високі навантаження по даному фактору. Факторний аналіз дозволяє обґрунтовувати гіпотези відносно базових вимірів, що лежать в основі сукупності зв'язаних змінних. Це метод для визначення мінімального числа тих вимірів, які необхідні для пояснення мінливості сукупності змінних.

Факторизація показників економічного успіху проведена методом головних компонент, обернення (поворот) перших 3 факторів, що пояснюють 56,8% загальної дисперсії, здійснювалась за процедурою varimax. Навантаження на кожен знайдений фактор, внесок фактора у загальну дисперсію, факторні навантаження по кожній шкалі представлено в табл. 3.3.7. Навантаження, що утворюють фактор, виділено в таблиці сірим кольором. Критерій значущості навантажень встановлено на рівні 0,4.

По першому фактору, який ми назвали «Диференційні економічні показники економічного успіху» (31,4% дисперсії), значущі навантаження мають найпоширеніші показники економічного успіху: «великий рахунок в банку», «великий пакет високоприбуткових цінних паперів», «капітал, вкладений в прибутковий бізнес», «нерухомість, що приносить прибуток», «власний бізнес».

По другому фактору, інтерпретованому як «Диференційні психологічні показники економічного успіху» (16,3% дисперсії), значущі навантаження зі знаком «мінус» мають шкали: «престижна робота», «цікаве коло спілкування», «життя у внутрішній згоді з собою та оточуючими», «задоволеність від володіння отриманими благами».

До третього фактора, «Інтегральні показники економічного успіху (економічні та психологічні)» (9,1% дисперсії), із значущими навантаженнями увійшли 2 шкали: «наявність у власності нерухомості, землі, престижної авто, тощо» та «відсутність почуття нереалізованості, непотрібності».

Таким чином, маємо вагомі аргументи вважати досліджуваний простір показників тривимірним.

Показники економічного успіху
Матриця факторних навантажень після varimax-повороту

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Навантаження:	3,452	1,794	0,999
Внесок в сумарну дисперсію (%):	31,379	16,313	9,084
Власний бізнес	0,560	-0,301	0,191
Великий рахунок в банку	0,712	-0,049	0,194
Великий пакет високоприбуткових цінних паперів	0,706	0,042	-0,159
Капітал, вкладений в прибутковий бізнес	0,771	-0,073	-0,057
Нерухомість, що приносить прибуток	0,656	-0,160	-0,172
Престижна робота	0,369	-0,644	0,074
Цікаве коло спілкування	0,034	-0,789	-0,145
Життя у внутрішній згоді з собою та оточуючими	-0,048	-0,831	-0,059
Задоволеність від володіння отриманими благами	0,125	-0,721	-0,004
Наявність у власності нерухомості, землі, престижного авто тощо	0,377	-0,372	0,433
Відсутність почуття нереалізованості, непотрібності	0,178	-0,230	-0,813

Підсумовуючи, зазначимо, що для студентської молоді характерна пріоритетність власне економічних показників економічного успіху над, умовно кажучи, психологічними. Найпоширенішими показниками економічного успіху є нерухомість, що приносить прибуток; власний бізнес; капітал, вкладений в прибутковий бізнес; престижна робота; великий рахунок в банку; великий пакет високоприбуткових цінних паперів; наявність у власності нерухомості, землі, престижного авто.

Уявлення про особистісні риси, які впливають на економічний успіх. З огляду на те, що нас цікавлять особистісні риси, як чинники (передумови) економічного успіху, надамо перевагу упорядкованому ряду особистісних рис не за даними оцінювання самого себе, а за оцінками уяв-

ної ідеально підприємливої людини, яка досягнула економічного успіху. Цей ряд матиме такий вигляд (перше число після назви особистісної риси — кількість досліджуваних, в відсотках, що схиляються або впевнені в наявності риси у ідеально підприємливої людини, друге — в дужках — в наявності риси у самих себе):

1. Працьовитість — 89 (90)%.
2. Наполегливість — 89 (84)%.
3. Комунікабельність — 89 (81) %.
4. Вміння пристосовуватися — 89 (86)%.
5. Повага до себе — 88 (91)%.
6. Віра у свою ідею — 87 (88)%.
7. Готовність іти на ризик, рішучість — 86 (70)%.
8. Освіченість, широка обізнаність у різних галузях знань — 84 (66)%.
9. Ввічливість — 82 (90)%.
10. Культура поведінки — 82 (87)%.
11. Творчий підхід до справи — 76 (77)%.
12. Доброзичливе ставлення до людей, готовність до поваги і дружби — 71 (86)%.
13. Чесність, порядність — 63 (79)%.
14. Патріотизм, національна свідомість — 49 (52)%.
15. Доброта, милосердя, безкорисливість — 47 (61)%.
16. Релігійність — 32 (35)%.

Серед перших шести особистісних рис, характерних для ідеалу підприємливої людини (рівень «підтримки» яких статистично тотожний — 89—88 %), тільки стосовно «комунікабельності» можемо говорити про значущі відмінності між кількістю досліджуваних, що вказують на наявність цієї риси у себе та у ідеально підприємливої людини. Загалом же, якщо говорити про відмінності у кількості досліджуваних, що приписують особистісні риси собі або ідеалу, то достовірно більше досліджуваних (за ϕ^* — критерієм Фішера, $p \leq 0,05$) приписують собі, а не ідеалу, такі якості: ввічливість, доброзичливе ставлення до людей, готовність до поваги і дружби, чесність, порядність, доброту, милосердя, безкорисливість (табл. 3.3.8). І навпаки, більше досліджуваних приписують ідеалу, а не собі, такі якості, як комунікабельність, готовність іти на ризик, рішучість, освіченість, широку обізнаність у різних галузях знань. Розмежування між «я» та «ідеалом» йде по лінії «моральні якості»/«ділові якості».

Повні розподіли відповідей відносно наявності особистісних рис «у себе» і у «ідеально підприємливої людини» у більшості своїй не співпадають. Виключення з цього правила — «повага до себе», «патріотизм, національна свідомість», «культура поведінки», «релігійність».

**Уявлення про особистісні риси, що впливають
на досягнення економічного успіху (%)**

Особистісні риси	Особисто для Вас					Для ідеально підприємливої людини					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Освіченість, широка обізнаність	2	13	19	38	28	2	4	10	23	61	63,3 **
Наполегливість	1	7	8	35	49	1	1	9	17	72	37,6 **
Комунікабельність	1	5	13	30	51	1	2	8	18	71	23,3 **
Ввічливість	1	3	6	36	54	2	6	10	27	55	12,3 *
Вміння пристосовуватися	2	5	7	39	47	1	1	9	22	67	26,8 **
Готовність іти на ризик, рішучість	2	11	17	37	33	1	3	10	24	62	49,7 **
Культура поведінки	1	3	9	36	51	1	5	12	26	56	7,9
Працьовитість	0	4	6	36	54	0	3	8	18	71	23,3 **
Чесність, порядність	1	4	16	30	49	4	10	23	20	43	21,2 **
Творчий підхід до справи	3	7	13	40	37	1	6	17	27	49	12,7 *
Патріотизм	8	12	28	28	24	10	13	28	22	27	3,2
Доброта, милосердя, безкорисливість	4	12	23	34	27	9	16	28	21	26	16,3 *
Релігійність	16	18	31	23	12	16	16	36	17	15	4,3
Віра у свою ідею	1	2	9	33	55	1	1	11	21	66	9,7 *
Доброзичливе ставлення до людей	1	5	8	32	54	4	6	19	25	46	22,4 **
Повага до себе	1	1	7	23	68	0	2	10	15	73	7,0

Серед 18—21-річних, порівняно із 15—17-річними, більше студентів, які впевнено знаходять у собі наполегливість, комунікабельність, вміння пристосовуватись, а також більше таких, що схильні знаходити у себе працьовитість та творчий підхід до справи (табл. 3.3.9).

Таблиця 3.3.9

**Вікова специфіка самооцінки особистісних рис,
що впливають на досягнення економічного успіху (%)**

Особистісні риси	15—17-річні					18—21-річні					Значення критерію χ^2 (χ^2 -квдрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Наполегливість	0	14	10	34	41	1	3	6	35	55	10,4 *
Комунікабельність	3	9	19	24	44	1	3	7	31	59	18,9 **
Вміння пристосовуватись	4	8	11	36	41	1	4	4	40	51	10,7 *
Працьовитість	0	8	9	29	54	1	1	3	42	53	12,3 *
Творчий підхід до справи	3	9	19	30	39	3	6	8	48	35	12,0 *

Серед студентів-економістів, порівняно зі студентами іншого фаху, більше таких, які впевнено знаходять у собі готовність іти на ризик, рішучість, і менше тих, хто вважає себе релігійними (табл. 3.3.10).

Самооцінка економічної успішності позитивно пов'язана із визнанням у себе таких особистісних рис, як освіченість, широка обізнаність ($r_s = 0,171$; $p \leq 0,01$), комунікабельність ($r_s = 0,138$; $p \leq 0,05$), вміння пристосовуватися ($r_s = 0,157$; $p \leq 0,05$), готовність іти на ризик, рішучість ($r_s = 0,193$; $p \leq 0,01$), віра у свою ідею ($r_s = 0,131$; $p \leq 0,01$).

Таблиця 3.3.10

**Навчально-фахова специфіка самооцінки
особистісних рис, що впливають на досягнення
економічного успіху (%)**

Особистісні риси	Економісти					Неекономісти					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Готовність іти на ризик, рішучість	0	1	5	15	79	0	1	12	28	59	10,0 *
Релігійність	23	28	27	15	7	13	12	33	30	12	15,6 **

Як пов'язані між собою всі згадувані вище особистісні риси? Чи існують базові латентні конструкти, які б поглиблювали та спрощували наш погляд на множину особистісних рис як внутрішніх передумов економічного успіху? Застосуємо факторний аналіз для отримання відповідей на поставлені питання. Факторизацію проведемо методом головних компонент, реалізуємо обернення (поворот) перших 5 факторів, що пояснюють 61,7% загальної дисперсії, за допомогою процедури varimax. Навантаження на кожен знайдений фактор, внесок фактора у загальну дисперсію, факторні навантаження по кожній шкалі представлено в таблиці 3.3.11. Навантаження, що утворюють фактор, виділено в таблиці сірим кольором. Критерій значущості навантажень встановлено на рівні 0,5.

Таблиця 3.3.11

**Особистісні риси.
Матриця факторних навантажень після varimax-повороту**

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5
Навантаження:	4,763	1,742	1,345	1,109	0,918
Внесок в сумарну дисперсію (%):	29,77	10,89	8,4	6,93	5,7
Творчий підхід до справи	0,746	-0,237	0,100	0,069	-0,277
Готовність іти на ризик, рішучість	0,617	-0,078	0,491	0,043	0,103

Віра у свою ідею	0,515	-0,018	-0,071	0,303	-0,167
Патріотизм, національна свідомість	0,222	-0,728	0,094	-0,001	-0,251
Доброта, милосердя, безкорисливість	0,211	-0,671	-0,145	0,312	-0,130
Релігійність	-0,116	-0,802	0,188	-0,057	0,031
Освіченість, широка обізнаність	0,040	-0,203	0,698	0,045	-0,139
Наполегливість	0,233	0,045	0,680	0,015	-0,254
Комунікабельність	-0,014	-0,013	0,707	0,400	-0,116
Ввічливість	-0,105	-0,053	0,259	0,460	-0,424
Вміння пристосовуватися	0,304	0,034	0,319	0,603	-0,027
Доброзичливе ставлення до людей	-0,097	0,296	0,066	0,773	-0,190
Повага до себе	0,322	0,133	0,094	0,527	-0,327
Культура поведінки	0,119	-0,099	0,236	0,155	-0,751
Працьовитість	0,322	0,068	0,355	0,212	-0,544
Чесність, порядність	0,082	-0,305	0,015	0,168	-0,728

Проінтерпретуємо фактори. Всі вони — уніполярні, що є наслідком процедури збору первинних даних (відсутності шкал, антонімічних за змістом).

По першому фактору, інтерпретованому як «підприємливість» (29,8% дисперсії), значущі навантаження мають шкали: «творчий підхід до справи», «готовність іти на ризик, рішучість», «віра у свою ідею». Не важко розпізнати подібність шкал, що увійшли до цього найвагомішого фактора, до шкал тесту GET TEST — «схильність до творчості», «вміння йти на розумний ризик», «потреба в досягненнях».

По другому фактору, який ми назвали «визначена життєва позиція» (10,9% дисперсії), значущі навантаження зі знаком «мінус» мають шкали: «релігійність», «патріотизм, національна свідомість», «доброта, милосердя, безкорисливість».

По третьому фактору, ідентифікованому як «базові уміння» (8,4% дисперсії), значущі навантаження мають шкали: «комунікабельність», «наполегливість», «освіченість, широка обізнаність», що репрезентують основні уміння стосовно інших людей, самого себе в процесі досягнення мети, інформаційних ресурсів.

По четвертому фактору — «повага до інших і самого себе» (6,9% дисперсії) — значущі навантаження мають шкали: «доброзичливе ставлен-

ня до людей, готовність до поваги і дружби», «вміння пристосовуватися», «повага до себе», «ввічливість».

По п'ятому фактору, названому «трудова етика/мораль» (5,7% дисперсії), значущі навантаження зі знаком «мінус» мають шкали: «працьовитість», «чесність, порядність», «культура поведінки».

Таким чином, ми встановили латентні конструкти, які зменшують розмірність простору особистісних рис, як внутрішніх передумов економічного успіху, та визначили їх вагомість. Ряд від найбільш вагомих до найменш вагомих конструктів виглядає так: «підприємливість», «визначена життєва позиція», «базові уміння», «повага до інших і самого себе», «трудова етика/мораль».

Підбиваючи підсумки, зазначимо, що серед особистісних рис, які найчастіше визнають за ідеально підприємливою людиною, що досягла економічного успіху, а саме працьовитість, наполегливість, комунікабельність, вміння пристосовуватися, повага до себе, віра у свою ідею, тільки комунікабельність виражена у самих досліджуваних в менших масштабах, ніж у ідеально підприємливої людини. До точної характеристики ситуації додамо, що вираженість згаданих особистісних рис досліджувані визнають у себе «не впевнено», швидше визнають, ніж ні. Достовірно більше досліджуваних приписують собі, а не ідеалу, такі якості: ввічливість, доброзичливе ставлення до людей, готовність до поваги і дружби, чесність, порядність, доброту, милосердя, безкорисливість. І навпаки, більше досліджуваних приписують ідеалу, а не собі, такі якості, як комунікабельність, готовність іти на ризик, рішучість, освіченість, широку обізнаність у різних галузях знань. Відмінності між «я» та «ідеалом» увиразнюються по лінії «моральні якості»/«ділові якості».

Серед дівчат, на відміну від юнаків, більше таких, що впевнено визнають у себе ввічливість, культуру поведінки, творчий підхід до справи, самоповагу, і менше таких, що впевнені у власній релігійності. Серед 18—21-річних, порівняно із 15—17-річними, більше студентів, які впевнено знаходять у собі наполегливість, комунікабельність, вміння пристосовуватись, а також більше таких, що схильні знаходити у себе працьовитість та творчий підхід до справи.

Серед студентів-економістів, порівняно зі студентами іншого фаху, більше таких, які впевнено знаходять у собі готовність іти на ризик, рішучість, і менше тих, хто вважає себе релігійними.

Афективна складова образу «людини економічної»

Дослідження особливостей афективного компоненту образу «людини економічної» здійснювалось на основі даних, отриманих в результаті застосування методики Б.І. Додонова «Емоційна спрямованість» (модифікована О. Дейнекою) [46]; методики досліджень уявлень про економічно

успішну людину Ю.Ф. Пачковського [108], зокрема блоку таких питань: «задоволеність економічним сьогоденням», «тривога за економічне майбутнє», «почуття економічного песимізму»; методики М. Рокіча «Ціннісні орієнтації» [114], зокрема питання, які стосуються оцінки таких економічних факторів як, «багатство», «власність», «робота», «матеріальна забезпеченість», «творчість», «активне життя», «упевненість в собі», «самоконтроль», «чесність», «заповзятість», «відповідальність», «незалежність», «раціоналізм»; методики соціально-психологічного дослідження економічної свідомості особистості А. Л. Журавльова, Н.А. Журавльової [123], зокрема питання, які стосуються ставлення до грошей.

Відображення людиною реалістичного світу супроводжується певними почуттями. Образ «людини економічної» має емоційне забарвлення.

Які специфічні почуття відносно економічних реалій переважають у наших досліджуваних? На основі отриманих даних звичним способом об'єднаємо позитивні («так» і «швидше так, ніж ні») відповіді стосовно характерності почуттів для самих себе та для ідеально підприємливої людини. Таким способом упорядкований ряд характерних почуттів «для самих себе» матиме такий вигляд:

1. Тривога за економічне майбутнє — 74%.
2. Економічний «оптимізм» — 56%.
3. Задоволення своїм матеріальним станом — 49%.
4. Економічна безпорадність — 32%.
5. Задоволеність економічним сьогоденням — 32%.
6. Економічний «песимізм» — 23%.

Упорядкований ряд щодо характерності почуттів для ідеально підприємливої людини має дещо інший вигляд:

1. Економічний «оптимізм» — 70%.
2. Задоволення своїм матеріальним станом — 68%.
3. Тривога за економічне майбутнє — 68%.
4. Задоволеність економічним сьогоденням — 47%.
5. Економічна безпорадність — 21%.
6. Економічний «песимізм» — 19%.

У самих студентів спектр почуттів, як бачимо, має одну доміную — тривогу за економічне майбутнє, яку переживає переважна більшість опитаних. Разом з тим кожен другий студент так чи інакше відчуває економічний оптимізм і задоволення своїм матеріальним станом. Стосовно почуттів ідеально підприємливої людини більшість студентів вважають, що для неї характерні переживання економічного оптимізму, задоволення своїм матеріальним станом і, поряд із цими позитивними почуттями, переживання тривоги за економічне майбутнє. Якщо ж порівняти повні розподіли відповідей на питання про характерність почуттів стосовно самих

себе та ідеально підприємливої людини, то виявиться, що тільки рівень економічного песимізму у них статистично однаковий (критерій χ^2), за іншими економічними почуттями існують суттєві відмінності і найзначніші з них — щодо задоволеності своїм матеріальним станом та почуттям економічного оптимізму (табл. 3.3.12).

Таблиця 3.3.12

Поширеність економічних почуттів (%)

Характерні такі почуття:	Особисто для Вас					Для ідеально підприємливої людини					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Тривога за економічне майбутнє	5	7	14	43	31	9	10	13	21	47	33,6 **
Задоволеність економічним сьогоденням	24	29	15	18	14	21	19	13	22	25	16,6 **
Економічний «оптимізм»	6	12	26	39	17	4	6	20	25	45	50,2 **
Економічний «песимізм»	21	26	30	16	7	28	27	26	13	6	4,4
Економічна безпорадність	16	22	30	20	12	31	27	21	11	10	26,1 **
Задоволення своїм матеріальним станом	19	19	13	37	12	7	11	14	22	46	82,8 **

Яким чином пов'язані між собою економічні почуття? Чи можемо ми знайти більш просту і разом з тим суттєву модель економічних почуттів? Відповіді на ці питання отримаємо за допомогою факторного аналізу. Аналіз головних компонент з наступним varimax-поворотом виявив три ортогональних фактори, що пояснюють 69,6% загальної дисперсії. Навантаження на кожен знайдений фактор, внесок фактора у загальну дисперсію, факторні навантаження по кожній шкалі представлено в таблиці 3.3.13.

**Економічні почуття.
Матриця факторних навантажень після varimax-повороту**

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Навантаження:	1,974	1,190	1,010
Внесок в сумарну дисперсію (%):	32,898	19,831	16,828
Задоволення своїм матеріальним станом	-0,837	-0,082	-0,067
Задоволеність економічним сьогоденням	-0,867	-0,056	0,030
Економічний «оптимізм»	-0,408	-0,474	0,459
Економічний «песимізм»	0,003	0,858	-0,012
Економічна безпорадність	0,109	0,700	0,166
Тривога за економічне майбутнє	0,085	0,167	0,896

Навантаження, що утворюють фактор, виділено в таблиці сірим кольором. Критерій значущості навантажень встановлено на рівні 0,47.

До першого фактора — «задоволеність», — що пояснює майже третину дисперсії, увійшли (із знаком «мінус») почуття задоволеності — економічним сьогоденням і матеріальним станом. До другого, інтерпретованого як «надія/безнадійність» (19,8% дисперсії), увійшли почуття економічної безпорадності, песимізму і полярного йому оптимізму. Третій фактор (16,8% дисперсії) — «тривога за економічне майбутнє».

Отже, простір досліджуваних економічних почуттів має три основних виміри — «задоволеність», «надія/безнадійність», «тривога за економічне майбутнє». Найтісніше економічні почуття пов'язані із самооцінкою економічної успішності, яка позитивно корелює з почуттями економічного оптимізму, задоволеності своїм матеріальним станом і економічним сьогоденням та негативно пов'язана із почуттям економічного песимізму.

Ставлення до суб'єктів економічних відносин.

Ставлення досліджуваних (студентської молоді) до суб'єктів економічних відносин, насамперед до узагальнених «багатих» і «бідних», є важливим індикатором емоційної складової образу «людини економічної».

На основі даних таблиці 3.3.14 об'єднаємо позитивні відповіді стосовно ставлення студентської молоді до суб'єктів економічних відносин

(«швидше доброзичливе» і «доброзичливе») з їх власної позиції та з позиції ідеально підприємливої людини.

Кількість студентів, що позитивно ставляться до бідних, незаможних людей — 76%; до людей, які є власниками підприємств, землі, — 69%; до банків, кредитних спілок — 61%; до багатих, заможних людей — 52%.

Таблиця 3.3.14

Ставлення до суб'єктів економічних відносин

Ставлення, яке характерне:	Особисто для Вас					Для ідеально підприємливої людини					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Недоброзичливе	Швидше недоброзичливе	Важко відповісти	Швидше доброзичливе	Доброзичливе	Недоброзичливе	Швидше недоброзичливе	Важко відповісти	Швидше доброзичливе	Доброзичливе	
До бідних, незаможних людей	2	6	16	39	37	7	14	34	20	25	53,5 **
До багатих, заможних людей	2	14	32	35	17	1	7	25	29	38	33,6 **
До людей, які є власниками підприємств, землі	1	7	23	45	24	1	5	23	27	44	27,8 **
До таких установ, як банки, кредитні спілки	4	8	27	38	23	1	5	23	24	47	38,0 **

Кількість студентів, які вважають, що ідеально підприємлива людина позитивно ставиться до власників підприємств, землі, а також до таких установ, як банки, кредитні спілки, — 71%; до багатих, заможних людей — 67%; до бідних, незаможних людей — 45%.

Статистичний аналіз відмінностей між розподілами відповідей стосовно ставлення студентської молоді (з різних позицій) до суб'єктів економічних відносин за критерієм χ^2 свідчить, що студенти значимо інакше, ніж уявлювана ними ідеально підприємлива людина, ставляться до бідних, незаможних людей і до багатих, заможних людей, до людей, які є власниками підприємств, землі і до банків, кредитних спілок. Найбільше відрізняється ставлення до бідних людей — студенти вважають, що саме

вони, а не ідеально підприємлива людина, доброзичливіше ставляться до бідних.

Ставлення до суб'єктів економічних відносин не залежить від самооцінки економічної успішності, параметрів соціальної адаптивності і навчально-фахової специфіки досліджуваних. Разом з тим ставлення до бідних, незаможних людей позитивно корелює з такими параметрами підприємливого типу особистості, як «потреба в незалежності/автономії» ($r_s = 0,125$; $p \leq 0,05$) і «схильність до творчості» ($r_s = 0,131$; $p \leq 0,05$).

Отже, стосовно бідних, незаможних людей маємо найбільше позитивно налаштованих студентів. Студенти суттєво інакше, ніж уявлювана ними ідеально підприємлива людина, ставляться до всіх запропонованих для оцінки суб'єктів економічних відносин. Ставлення до бідних, незаможних людей позитивно корелює з потребою в незалежності/автономії і схильністю до творчості. Ставлення до суб'єктів економічних відносин не залежить від самооцінки економічної успішності, параметрів соціальної адаптивності і навчально-фахової специфіки досліджуваних. Разом з тим стать та вік мають вплив на ставлення до певних типів суб'єктів економічних відносин.

Аналіз особливостей афективного компонента образу «людини економічної» студентської молоді засвідчив, що спектр економічних почуттів має виразну домінанту — тривогу за економічне майбутнє, яку переживає більшість опитуваних. Разом з тим кожен другий студент так чи інакше відчуває економічний оптимізм і задоволення своїм матеріальним станом. Емоційне ставлення до грошей у студентів є дуже помірним: половина досліджуваних позитивно ставиться до грошей, а інша половина — негативно. Щодо емоційного ставлення студентів до суб'єктів економічних відносин, насамперед до узагальнених «бідних» і «багатих», то стосовно бідних, незаможних людей маємо найбільше позитивно налаштованих студентів (76%). До багатих людей, які є власниками підприємств, землі, ставлення в цілому теж позитивне (69%), хоча позитивно налаштованих студентів до багатих людей значно менше, ніж до бідних (52% і відповідно 76%).

Загалом, можна відмітити, що емоційний компонент образу «людини економічної» має негативне забарвлення: почуття економічної безпорадності, песимізму і тривоги за економічне майбутнє, що не відповідає нормативному канону «людини економічної» ринкової економіки.

Конативний компонент образу «людини економічної»

Дослідження особливостей конативного компонента образу «людини економічної» проводилось за допомогою методики дослідження уявлень про економічно успішну людину Ю.Ф. Пачковського [108], зокрема таких блоків питань: «самооцінка економічної успішності», «умовна особистісна ціна економічного успіху», «очікування від економічного успіху»;

методики соціально-психологічного дослідження економічної свідомості особистості А. Л. Журавльова, Н.А. Журавльової [123], зокрема блоків питань, які стосуються пріоритетів у діях з грошима; методики діагностики суб'єктивного контролю Дж. Роттера [114]; методики діагностики особистості на мотивацію до успіху і уникнення невдач Т. Елерса (в модифікації А. А. Реана) [115].

Самооцінка економічної успішності. Оцінка досліджуваними власної економічної успішності (надалі — самооцінка економічної успішності) є важливою складовою (рефлексивного і мотиваційного характеру) когнітивного компонента економічної культури особистості. «Вимірювання» самооцінки економічної успішності здійснювалось за допомогою анкетного питання: «Чи вважаєте ви себе економічно успішною людиною?» з варіантами відповідей в шкалі Лайкерта.

Картина загального розподілу відповідей на питання про економічну успішність представлена в таблиці 3.3.15. Щодо вибірки в цілому можна виокремити дві великі групи респондентів — тих, кому важко було відповісти на питання (40%), і тих, хто вважає себе успішним (помірковано — 33% і беззаперечно — 10%). Група неуспішних — відносно малочисельна: приблизно лише кожний шостий респондент (17%) вважає себе так чи інакше неуспішним.

Таблиця 3.3.15

Самооцінка економічної успішності різними групами досліджуваних (%)

Досліджувані	Чи вважаєте ви себе економічно успішною людиною?				
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так
Вся вибірка	4	13	40	33	10
Юнаки	6	11	43	27	13
Дівчата	4	14	38	37	8
15—17-річні	7	10	48	27	8
18—21-річні	3	14	36	37	10
Економісти	1	9	30	45	15
Не економісти	3	18	40	33	6

Стать та вік досліджуваних не впливають на характер розподілу відповідей на питання про економічну успішність. Перевірка значущих відмінностей за критерієм χ^2 не дала позитивного результату. А навчально-фахова специфіка досліджуваних, навпаки, впливає: серед студентів-економістів, порівняно із студентами інших спеціальностей, більше таких, що вважають себе економічно успішними, і, відповідно, менше економічно неуспішних ($\chi^2=10,6$; $df=3$; $p \leq 0,05$).

Очікування від здобуття економічного успіху. Очікування особистості, як і експектації (очікування суспільства), мають важливу регулятивну функцію, виступають нормою поведінки, впливають на процес соціалізації, зокрема й на культуру особистості як результат процесу економічної соціалізації. Саме тому очікування від здобуття економічного успіху є складовою в конативному компоненті образу «людини економічної», який, пов'язуючись з іншими складовими, визначає ступінь його змістового наповнення. Змістове наповнення очікування від здобуття економічного успіху визначалось нами за допомогою анкети методики дослідження уявлень про економічно успішну людину Ю.Ф. Пачковського [108]. Студентам було запропоновано дати відповідь на 9 питань анкети, отримані дані проранжовано.

Якщо проранжуємо очікування від здобуття економічного успіху, то отримаємо такий ряд (за критерієм прийнятності, обрахованим як сума відсотків опитуваних, що відповіли «так» і «швидше так, ніж ні») (табл. 3.3.16).

Таблиця 3.3.16

Очікування від здобуття економічного успіху (%)

Очікують від здобуття економічного успіху:	Особисто для Вас					Для ідеально підприємливої людини					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Високих доходів	2	5	4	30	59	2	3	5	16	74	16,6 **
Можливості діяти самостійно	3	7	11	34	45	2	4	17	21	56	17,4 **
Можливості займатися цікавою, творчою справою	5	12	14	32	37	5	10	20	32	33	4,6

Досягнення високого соціального статусу в суспільстві	2	6	11	32	49	2	4	12	17	65	19,0 **
Самореалізації	2	2	11	26	59	2	3	14	18	63	7,4
Розширення кола знайомств	5	7	14	31	43	4	6	17	24	49	4,8
Відчуття стабільності	1	3	11	24	61	1	2	12	20	65	1,9
Можливості впливати на інших	8	11	20	33	28	5	5	16	23	51	32,9 **
Відпочинку та безтурботності	9	18	15	26	32	12	13	18	19	38	8,5

Примітка. Значущі відмінності за критерієм χ^2 між розподілами відповідей на питання, позначені у таблиці значком * — у випадку $p \leq 0,05$, або ** — у випадку $p \leq 0,01$, за умови $df = 4$.

Студентська молодь очікує від здобуття економічного успіху: високих доходів (89% опитаних), самореалізації (85%), відчуття стабільності (85%), досягнення високого соціального статусу в суспільстві (81%), можливості діяти самостійно (79%), розширення кола знайомств (74%), можливості займатися цікавою, творчою справою (69%), можливості впливати на інших (61%), відпочинку та безтурботності (58%).

Порядок очікувань (від найбільш поширених, до найменш поширених) від здобуття економічного успіху стосовно «ідеально підприємливої людини» статистично тотожний порядку очікувань відносно самих досліджуваних. Разом з тим попарне порівняння відповідей опитуваних щодо себе та «ідеально підприємливої людини» дозволяє виявити по певних очікуваннях статистично значущі відмінності (за критерієм χ^2 Пірсона). Щодо таких очікувань від здобуття економічного успіху, як можливості впливати на інших, досягнення високого соціального статусу в суспільстві, можливості діяти самостійно, високих доходів, більше досліджуваних дають впевнені відповіді («так») саме про «ідеально підприємливу людину».

Результати факторного аналізу змінних, що репрезентують очікування від здобуття економічного успіху, подані у таблиці 3.3.17. Аналіз проведено методом головних компонент з наступним оберненням за процедурою varimax перших 3 факторів, що пояснюють 59,1% загальної дисперсії. Навантаження, що утворюють фактор, виділено в таблиці сірим кольором. Критерій значущості навантажень встановлено на рівні 0,45.

У перший фактор, який отримав назву «Самореалізація» (34,4% дисперсії), із значущими навантаженнями увійшли змінні, що відображають очікування: «Можливості діяти самостійно», «Можливості займатися

цікавою, творчою справою», «Самореалізації», «Розширення кола знайомств», «Високих доходів», «Відчуття стабільності».

У другому, протилежному за змістом факторі, інтерпретованому як «Відпочинок та безтурботність» (13% дисперсії), значуще навантаження має лише одна шкала, що і дала назву факторові.

До третього фактора — «Впливовості» (11,7% дисперсії) — із значущими навантаженнями увійшли дві змінних: «Досягнення високого соціального статусу в суспільстві» та «Можливості впливати на інших».

Таблиця 3.3.17

**Очікування від здобуття економічного успіху.
Матриця факторних навантажень після varimax-повороту**

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Навантаження:	3,094	1,172	1,050
Внесок в сумарну дисперсію (%):	34,382	13,022	11,667
Високих доходів	0,516	0,323	0,471
Можливості діяти самостійно	0,648	-0,043	0,126
Можливості займатися цікавою, творчою справою	0,776	-0,199	-0,140
Самореалізації	0,749	0,052	0,139
Розширення кола знайомств	0,485	-0,397	0,289
Відчуття стабільності	0,637	-0,155	0,294
Відпочинку та безтурботності	0,128	-0,821	0,020
Досягнення високого соціального статусу в суспільстві	0,327	0,118	0,693
Можливості впливати на інших	-0,129	-0,395	0,764

Таким чином, студентська молодь очікує від здобуття економічного успіху насамперед високих доходів, самореалізації, відчуття стабільності, досягнення високого соціального статусу в суспільстві, можливості діяти самостійно, розширення кола знайомств.

Щодо таких очікувань від здобуття економічного успіху, як можливості впливати на інших, досягнення високого соціального статусу в суспільстві, можливості діяти самостійно, високих доходів, більше досліджуваних дають впевнені відповіді («так») стосовно ідеалу підприємливої людини, а не стосовно себе.

Стать та вік досліджуваних впливають на характер розподілу відповідей на питання про очікування від здобуття економічного успіху, а фах, за яким навчаються студенти, та самооцінка економічної успішності не відображаються на розподілі відповідей щодо очікувань від здобуття економічного успіху.

Аналіз особливостей конативного компонента образу «людини економічної» включав також інтерпретацію даних щодо уподобань в діях з грошима, які було отримано за допомогою методики соціально-психологічного дослідження економічної свідомості особистості А.Л. Журавльова, Н.А. Журавльової [123]. Іntenції щодо стратегій дій з грошима (позичати, накопичувати, давати в борг, інвестувати в якусь справу) найкращим чином свідчать про властивості особистості, які визначають чи не визначають ту якість, яку ми характеризуємо як підприємливість.

Які дії з грошима найбільше подобається робити нашим досліджуваним? На основі даних таблиці 3.3.18 шляхом об'єднання позитивних відповідей на питання про дії з грошима, які подобається робити, побудуємо рейтингові ряди дій з грошима для самих студентів та ідеально підприємливої людини. Самим студентам найбільше подобається одержувати гроші (95% досліджуваних) та мати їх в гаманці (92%), дещо меншій кількості студентів подобається витратити гроші (80%), ще меншій — накопичувати гроші (69%) і давати їх в ріст (66%).

Ідеально підприємливій людині, на думку студентів, теж найбільше подобається одержувати гроші (93% досліджуваних) та мати їх в гаманці (91%), пріоритети в наступних діях — дещо інші. Ідеально підприємливій людині подобається давати гроші в ріст (85%) та накопичувати їх (80%), і, нарешті, витратити гроші (59%).

Таблиця 3.3.18

Уподобання в діях з грошима (%)

Дії, які подобається робити з грошима	Особисто Вам					Ідеально підприємливій людині					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Витратити гроші	6	7	7	35	45	6	15	20	25	34	31,8 **
Накопичувати гроші	5	14	12	36	33	3	3	14	21	59	47,1 **

Давати гроші в рiст	4	9	21	32	34	2	2	11	13	72	80,5 **
Одержувати гроші	0	2	3	20	75	1	2	4	15	78	2,1
Мати гроші в гаманці	1	1	6	24	68	1	1	7	17	74	4,1

Аналіз розподілу відповідей на питання про уподобання щодо дій з грошима, виявив значущі відмінності між самими студентами та ідеально підприємливою людиною по таких діях, як давати гроші в рiст, накопичувати гроші, витратити гроші.

В уподобаннях щодо дій з грошима спостерігається статева, вікова і, в першу чергу, навчально-фахова специфіка (табл. 3.3.19).

Таблиця 3.3.19

Навчально-фахова специфіка уподобань в діях з грошима (%)

Дії, які подобається робити з грошима:	Економісти					Не економісти					Значення критерію χ^2 (χ^2 -квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Витратити гроші	3	1	5	34	57	7	9	9	35	40	8,3 **
Давати гроші в рiст	0	3	14	36	47	5	13	25	33	25	17,5 **
Одержувати гроші	0	0	0	11	89	0	2	2	27	68	3,6 *
Мати гроші в гаманці	0	0	1	15	84	1	2	8	30	59	3,9 *

Як бачимо із даних таблиці 3.3.19, студенти-економісти значимо відрізняються від студентів, що навчаються за іншим фахом, у ставленні до дій з грошима. Серед них більше тих, кому подобається витратити і одержувати гроші, давати їх в рiст та мати гроші в гаманці.

Серед дівчат, порівняно з юнаками, більше таких, яким подобається витратити гроші ($\chi^2=7,2$; $p \leq 0,05$), а серед старших, 18—21-річних студентів більше таких, яким швидше подобається, ніж не подобається накопичувати гроші ($\chi^2=15,7$; $p \leq 0,01$).

Факторний аналіз дій з грошима (табл. 3.3.20) дає підстави стверджувати про те, що ці дії можуть відображати або тенденцію до «простого,

споживчого користування грошима»: витратити або одержувати гроші, мати їх в гаманці (перший фактор), — або ж тенденцію до «елементарно-неспоживчого зиску»: давати гроші в ріст, накопичувати гроші (другий фактор).

Таблиця 3.3.20

**Дії з грошима.
Матриця факторних навантажень після varimax-повороту**

	Фактор 1	Фактор 2
Навантаження:	2,004	1,185
Внесок в сумарну дисперсію (%):	40,08	23,69
Витратити гроші	0,700	0,187
Одержувати гроші	0,808	-0,323
Мати гроші в гаманці	0,812	-0,152
Накопичувати гроші	-0,008	-0,814
Давати гроші в ріст	0,130	-0,739

Таким чином, для 83% досліджуваних гроші важливі. Оцінки важливості грошей для самих себе та для ідеально підприємливої людини статистично значимо не співпадають. Поширенішим є уявлення про важливість грошей саме для ідеально підприємливої людини. Самим студентам найбільше подобається одержувати гроші та мати їх в гаманці, дещо меншій кількості студентів подобається витратити гроші, ще меншій — накопичувати гроші і давати їх в ріст. Серед студентів переважає несприятливе ставлення до грошей — як до засобу обміну або оплати. Разом з тим елементарне підприємницьке ставлення до грошей як засобу їх збільшення характерне для двох третин досліджуваних.

**Особливості економічної культури студентської
молоді в залежності від конфігурації структурних
компонентів образу «людини економічної»**

Згідно з нашою концепцією, особливості образу «людини економічної» як детермінанта економічної культури особистості визначаються цілісністю його структури, яка утворюється особливостями зв'язку і відносин його компонентів між собою, а також між компонентами і самою цілісністю образу. Саме тому наступним кроком у дослідженні особливостей економічної

культури студентської молоді став аналіз взаємозв'язку між структурними компонентами образу «людини економічної» і визначення на цій основі певних різновидів або типів економічної культури особистості.

Наприклад, досить легко серед студентського загалу виокремити «жіночу» і «чоловічу» або ж «професійну» і «аматорську» економічні культури, об'єднавши у різні типи культур дані про статеві або навчально-фахові відмінності між досліджуваними. За такого «монопараметричного» підходу до типологізації ми заздалегідь визначаємо значимі типоутворюючі параметри майбутньої типології, залишаючи відкритою відповідь на питання про обґрунтованість вибору самих параметрів. На відміну від «монопараметричного» підходу до побудови типології економічної культури, інший, «мультипараметричний» підхід передбачає, по-перше, відносну незаангажованість дослідника стосовно обраних параметрів типологізації, а по-друге, параметричну системність, багатовимірність. Реалізація мультипараметричного підходу дозволить віднайти серед студентської молоді групи, які б суттєво відрізнялися одна від одної за сумою економіко-психологічних параметрів, жоден з яких не мав би необґрунтованої попередньої переваги над іншими.

Отже, поставимо завдання на знаходження мультипараметричного типологічного рішення щодо економічної культури студентської молоді, використовуючи для цього метод кластерного аналізу (автоматичної класифікації).

Кластерний аналіз, як відомо, це математична процедура багатовимірного аналізу, що дозволяє на основі великої кількості показників (як об'єктивних, так і суб'єктивних), що характеризують ряд об'єктів (у нашому випадку — досліджуваних), згрупувати їх в класи (кластери) таким чином, щоб об'єкти, які входять в один клас, були більш однорідними, схожими в порівнянні з об'єктами, що входять в інші класи. Для проведення кластерного аналізу необхідно підготувати вибірку кластеризації — визначити змінні (параметри), за якими класифікуватимуться досліджувані (студенти), їх кількість. З огляду на загальну мету нашого дослідження ми вважали за доцільне зменшити кількість змінних. Кількість змінних зменшена з 226 до 26. Скорочення відбувалося на основі попередньо проведеного факторного аналізу всіх складових або компонентів економічної культури. Проведення факторного і кластерного аналізу «у парі» є виправданою і досить поширеною процедурою саме у тих випадках, коли досліджувані оцінюються за значаю великою кількістю показників, що утруднює або унеможлиблює кластерний аналіз (власне, інтерпретацію його результатів).

У табл. 3.3.21 представлено компоненти економічної культури (когнітивний, афективний, конативний), складові кожного з цих компонентів, фактори складових, що входять до компонентів (складові другого порядку, отримані внаслідок факторного аналізу), та індикативні параметри — змінні, які репрезентують фактори складових.

Структура змінних вибірки кластеризації

Компонент образу «людини економічної»	Складові компоненти економічної культури	Фактори складових	Індикативний параметр
Когнітивний	Показники економічного успіху	Диференційні економічні показники економічного успіху	«Капітал, вкладений в прибутковий бізнес»
		Диференційні психологічні показники економічного успіху	«Життя у внутрішній згоді з собою та оточуючими»
		Інтегральні показники економічного успіху	«Відсутність почуття нереалізованості, непотрібності»
	Перешкоди економічному успіху	Зовнішні особистісні перешкоди	«Сімейні негаразди»
		Внутрішні особистісні перешкоди	«Відсутність хорошої освіти»
		Зовнішні неособистісні перешкоди	«Державна політика»
	Загальні чинники економічного успіху	Внутрішній локус контролю	«Результат тривалих цілеспрямованих зусиль та наполегливої праці»
		Зовнішній локус контролю	«Наслідок успішного збігу обставин»
	Уявлення про наслідки економічного успіху	Зміна якості/стандарту споживання	«Модна модель машини, фірмовий одяг, тощо»
		Зростання рівня альтруїзму	«Можливість вільно та суттєво допомагати близьким»
		Життя без проблем	«Не замислюватися про майбутнє»

Конативний	Умовна особистісна ціна економічного успіху	Вчинити проти совісті або закону	«Переступити закон»
		Суттєво змінити спосіб і умови життя	«Кардинально змінити себе у кращий бік»
		Відмовитися від особистісних стосунків з іншими людьми	«Пожертвувати друзями»
		Відмовитися від самореалізації	«Пожертвувати можливістю займатися цікавою справою»
	Очікування від економічного успіху	Самореалізація	«Можливість займатися цікавою, творчою справою»
		Відпочинок та безтурботність	«Відпочинок та безтурботність»
		Впливовість	«Можливість впливати на інших»
	Пріоритети у діях з грошима	Користування грошима як засобом обміну і платежу	«Витратити гроші»
		Користування грошима як засобом накопичення і отримання прибутку	«Давати гроші в ріст»
	Самооцінка економічної успішності	—	«Самооцінка економічної успішності»
	Мотиваційні тенденції підприємливої поведінки	Потреба в автономній поведінці та мисленні	«Потреба в автономії/ незалежності»
		Потреба в досягненні мети	«Потреба в досягненнях»
		Схильність до ризику	«Вміння йти на розумний ризик»

Афективний	Економічні почуття	Задоволеність	«Задоволеність економічним сьогоденням»
		Тривога за економічне майбутнє	«Тривога за економічне майбутнє»
		Надія/безнадійність	«Почуття економічного песимізму»

Можливість переходу від фактора (множини змінних) до однієї змінної, власне, заміни фактора змінною, закладена у факті значущої взаємної кореляції всіх змінних, що увійшли до складу фактора.

Кластерний аналіз проведено за допомогою пакета статистичних програм «SPSS — 17.0». У якості метода формування кластерів (об'єднання досліджуваних у класи) обрано метод К-середніх (K-Means Cluster Analysis), або, як його ще називають, метод аналізу кластерних центрів.

Вибірку кластеризації розподілено на дві вибірки (2 класи або типи) із репрезентативною кількістю об'єктів, що входять в кожен клас. Для того щоб описати отримані класи, скористаємося процедурою порівняння середніх значень параметрів (кластерних центрів), за якими була проведена кластеризація.

Порівняння за параметрами кластеризації окремо для кожного компонента образу «людини економічної» студентської молоді представлено у таблицях. 3.3.22, 3.3.23, 3.3.24).

**Параметри когнітивного компонента образу
«людини економічної» студентів
(кластерні центри та різниця між ними)**

Індикативний параметр	Клас 1	Клас 2	ANOVA	
			F	Sig.
Показники економічного успіху				
«Капітал, вкладений в прибутковий бізнес»	3,78	4,29	4,258	0,04
«Життя у внутрішній злагоді з собою та оточуючими»	3,32	4,41	9,039	0,003
«Відсутність почуття нереалізованості, непотрібності»	2,21	3,64	11,385	0,001
Перешкоди економічному успіху				
«Сімейні негаразди»	2,64	3,68	5,248	0,023
«Відсутність хорошої освіти»	3,82	4,22	1,059	0,305
«Державна політика»	3,78	3,7	1,682	0,078
Загальні чинники економічного успіху				
«Результат тривалих цілеспрямованих зусиль та наполегливої праці»	4,14	4,45	2,361	0,126
«Наслідок успішного збігу обставин»	2,85	2,96	0,141	0,708
Наслідки економічного успіху				
«Модна модель машини, фірмовий одяг, тощо»	2,82	3,97	14,666	0,000
«Можливість вільно та суттєво допомагати близьким»	4,28	4,45	1,079	0,300

**Параметри конативного компонента образу
«людини економічної» студентів
(кластерні центри та різниця між ними)**

Індикативний параметр	Клас 1	Клас 2	ANOVA	
			F	Sig.
Самооцінка економічної успішності				
«Самооцінка економічної успішності»	2,79	3,42	5,682	0,018
Умовна особистісна ціна економічного успіху				
«Переступити закон»	1,46	2,58	26,847	0,000
«Кардинально змінити себе у кращий бік»	4,15	4,26	0,845	0,359
«Пожертвувати друзями»	1,86	2,06	5,880	0,116
«Пожертвувати можливістю займатися цікавою справою»	2,7	3,12	2,258	0,061
Очікування від економічного успіху				
«Можливість займатися цікавою, творчою справою»	3,86	4,16	2,258	0,061
«Відпочинок та безтурботність»	2,75	3,97	7,873	0,005
«Можливість впливати на інших»	3,25	4,29	17,32	0,000
Пріоритети у діях з грошима				
«Витратити гроші»	3,42	4,38	5,118	0,021
«Давати гроші в ріст»	3,71	3,43	1,884	0,134
Мотиваційні тенденції підприємливої поведінки				
«Потреба в досягненнях»	5,1	5,7	4,873	0,085
«Потреба в автономії/ Незалежності»	4,42	4,54	11,320	0,093
«Вміння йти на розумний ризик»	4,93	6,51	18,784	0,000

**Параметри афективного компонента образу
«людини економічної» студентів
(кластерні центри та різниця між ними)**

Індикативний параметр	Клас 1	Клас 2	ANOVA	
			F	Sig.
«Задоволеність економічним сьогоденням»	2,3	2,5	6,180	0,062
«Тривога за економічне майбутнє»	3,81	3,88	2,750	0,081
«Почуття економічного песимізму»	2,85	2,48	0,432	0,511

За результатами порівняння двох класів досліджуваних можемо стверджувати, що вони відрізняються один від одного за параметрами, що пов'язані із конативним і когнітивним компонентами економічної культури. В параметрах, що відображають афективний компонент образу «людини економічної», значущих відмінностей не виявлено.

Загалом, в «Клас 2» потрапили досліджувані (53,7% від загальної їх кількості) з більш високими оцінками по індикативних параметрах, порівняно з тими, хто потрапив у «Клас 1» (вони склали 46,3% від загальної кількості досліджуваних).

Для характеристики виявлених класів скористаємося даними про значущі відмінності між ними.

В «Клас 2» увійшли досліджувані з такими особливостями конативного компонента образу «людини економічної», як порівняно високі оцінки власної економічної успішності, вміння йти на розумний ризик, очікувань від економічного успіху, можливості впливати на інших людей та відпочинку і безтурботності, рівня уподобань стосовно витрачання грошей, готовності заради великих грошей переступити закон або взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства. Не буде перебільшенням твердження про те, що для представників «Класу 2» характерна виразна тенденція до більш високого, порівняно з представниками «Класу 1», рівня вираженості потреби в досягненнях.

До «Класу 2» увійшли також досліджувані, що мають порівняно високі оцінки за такими складовими когнітивного компоненту образу «людини економічної», як: показники економічного успіху — диференційні економічні («Капітал, вкладений в прибутковий бізнес»), диференційні психологічні («Життя у внутрішній згоді з собою та оточуючими») та

інтегральні («Відсутність почуття нереалізованості, непотрібності»); уявлення про перешкоди досягненню економічного успіху, а саме — зовнішні особистісні перешкоди («Сімейні негаразди»); уявлення про наслідки економічного успіху, власне, про один із них — зміну якості/стандарту споживання («Модна модель машини, фірмовий одяг тощо»).

За статевими ознаками «Клас 2», на відміну від «Класу 1», складається із приблизно рівної кількості дівчат та юнаків. У «Класі 1» дівчат значимо більше, ніж юнаків. За навчально-фаховою специфікою у «Класі 2» значимо більше тих, хто здобуває економічну освіту. «Клас 1» — не економічний (майже всі досліджувані здобувають не економічну освіту). Простежується статистично переконлива тенденція до того, що у «Класі 2» більше старших за віком досліджуваних, ніж у «Класі 1».

Отже, «Клас 2» склали досліджувані, які досить чітко уявляють показники економічного успіху, зорієнтовані на перехід до більш високих стандартів матеріального споживання, очікують від здобуття успіху можливості впливати на інших людей та відпочинку і безтурботності, вбачають в сімейних негараздах суттєву перешкоду досягненню економічного успіху, досить високо оцінюють власну економічну успішність (швидше, її перспективи), сильно вмотивовані на досягнення, схильні до розумного ризику, серед них більше тих, хто готовий заради великих грошей переступити закон або взятися за справу, пов'язану з порушенням законодавства. Враховуючи переважний внесок у специфічні ознаки «Класу 2» складових конативного компонента образу «людини економічної», дамо коротку назву представникам цього класу — «економічні активісти-прагматики» — і виокремимо особливий тип економічної культури, для них характерний, — «культура економічної активності».

У «Клас 1» увійшли досліджувані, які менш чітко уявляють показники економічного успіху, серед них менше зорієнтованих на перехід до стандартів матеріального споживання, менше тих, хто сподівається отримати від здобуття економічного успіху можливості впливати на інших людей та відпочинку і безтурботності, вони нижче оцінюють власну економічну успішність, слабше вмотивовані на досягнення, не так схильні до ризику, серед них менше тих, хто готовий заради 1 мільйона доларів переступити закон або взятися за справу, пов'язану з порушенням законодавства.

Зваживши на те, що представники «Класу 1» переважно молодші за представників «Класу 2», у більшості своїй дівчата та здобувають не економічну освіту, дамо лаконічну назву представникам цього класу — «економічні спостерігачі» — і визначимо тип економічної культури, для них характерний — «культура економічної пасивності».

«Культура економічної пасивності» і «Культура економічної активності» не є, на наш погляд, протилежними типами культури, а, швидше за все, узагальнено характеризують послідовність етапів економічної соціалізації особистості в конкретних соціально-економічних умовах.

3.4. Особливості економічної соціалізації особистості в умовах навчання в аспірантурі (суб'єктна парадигма)

Одним із важливих напрямків професійного та особистісного розвитку аспірантів є економічна соціалізація. Під *економічною соціалізацією аспірантів* ми розуміємо процес, з одного боку, активного засвоєння аспірантами соціально-економічного суспільного досвіду та успішного вирішення соціально-економічних завдань у професійному та особистому житті, а з іншого боку, процес активного творення соціально-економічного досвіду та постановки нових соціально-економічних завдань.

Проблема економічної соціалізації особистості знайшла певне відображення в літературі [4; 26; 47; 49; 51; 57; 93—96], насамперед, щодо дослідження процесів соціалізації учнівської та студентської молоді.

Разом із тим практично не висвітленими залишаються психологічні аспекти економічної соціалізації *аспірантів вищих навчальних закладів та науково-дослідних інститутів*. Водночас відомо, що саме цій категорії учасників-навчального виховного процесу відводиться значна роль у формуванні *інтелектуальної еліти* в українському суспільстві. У наших попередніх дослідженнях знайшли певне відображення психологічні особливості діяльності аспірантів технічних університетів [67; 68], зокрема в контексті їх участі в аналізі та осмисленні проблем управління змінами та організаційного розвитку у вищих навчальних закладах. У дослідженнях Т.Г. Фелькель [131] представлено підходи до вивчення лідерських якостей аспірантів вищих навчальних закладів. Тим часом проблеми економічної соціалізації аспірантів ще не знайшли, наскільки нам відомо, належного висвітлення у психологічній літературі.

Виходячи із актуальності та недостатньої розробленості проблеми, нами було визначено наступні **завдання дослідження**:

1. Проаналізувати оцінку аспірантами ролі навчання в аспірантурі для економічної соціалізації.

2. Дослідити взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та типом спеціальності.

3. Розкрити взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та соціально-демографічними характеристиками аспірантів та віком аспірантів.

4. Дослідити взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та статтю аспірантів.

5. Розкрити взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та сімейним станом аспірантів.

6. Проаналізувати взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та місцем народження аспірантів.

Для проведення дослідження використовувався *метод опитування* (анкетування) та *метод контент-аналізу*. Для реалізації методу опитування було розроблено авторську анкету «Навчання в аспірантурі та проблеми економічної соціалізації молоді» (Л.М. Карамушка, 2010).

Для обробки результатів експериментального дослідження було використано методи статистичної обробки даних, зокрема описову статистику та метод «таблиць спряженості» з використанням комп'ютерної програми SPSS (версія 13).

Дослідження проводилось у 2010 році у Національному технічному університеті України «КПІ» та в Інституті психології ім. Г.С. Костюка НАПН України. У дослідженні взяло участь 108 аспірантів.

Вибірка опитаних. Базуючись на наших попередніх дослідженнях [6], вибірка опитаних була охарактеризована за соціально-демографічними та організаційно-професійними показниками.

За *організаційно-професійними* характеристиками учасники опитування були розподілені таким чином: а) за типом спеціальності: гуманітарні — 45,3%; технічні — 54,7%; б) за поєднанням роботи та навчання: поєднували навчання з роботою — 85,2%; не поєднували роботу з навчанням — 14,8%.

За *соціально-демографічними* характеристиками аспіранти були розподілені таким чином: а) за статевим складом: 42,6% — чоловіки; 57,4% — жінки; б) за віковим складом: від 22 до 24 років — 22,2%, від 25 до 26 років — 46,3% від 27 років і вище — 31,5%; в) за сімейним складом: одружені — 38,9%; неодружені — 57,4%; розлучені — 3,7%; г) за місцем народження: 92,5% — народились у місті; 7,5% — народились у селі.

Оцінка аспірантами ролі навчання в аспірантурі для їх економічної соціалізації

З метою виконання **першого завдання**, тобто оцінки аспірантами ролі навчання в аспірантурі в економічній соціалізації аспірантів, учасниками дослідження було використано *метод опитування*.

У результаті використання *методу контент-аналізу* для аналізу відповідей аспірантів було встановлено, що велика кількість опитаних аспірантів розуміють навчання в аспірантурі як одну із форм економічної соціалізації молоді, про що свідчить той факт, що більшість опитаних дали змістовні відповіді на поставлене питання і назвали біля десяти різних функцій аспірантури в цьому контексті. Це свідчить, на наш погляд, *в цілому про позитивну роль аспірантури* у розв'язанні цієї проблеми.

У процесі більш детального аналізу отриманих відповідей (див. табл. 3.4.1) було виділено такі функції навчання в аспірантурі у процесі економічної соціалізації аспірантів:

- а) функції загального та професійного розвитку;
- б) функції розвитку економічної свідомості та економічної поведінки;
- в) функції забезпечення майбутнього, досягнення економічно вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри.

Таблиця 3.4.1

**Функції навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів
(у % від загальної кількості опитаних)**

Функції навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів	%
1. Функції загального та професійного розвитку:	
1.1. Розширення світогляду, набуття нових знань та вмінь, пізнання нового, інноваційного	25,5
1.2. Генерування нових ідей, формування нестандартного мислення, розвиток здібностей, творчого потенціалу	7,4
1.3. Спілкування в колі своїх наукових інтересів	7,3
2. Функції розвитку економічної свідомості та економічної поведінки:	
2.1. Розвиток загальної економічної свідомості	13,0
2.2. Розвиток загальної економічної поведінки	3,7
2.3. Розвиток економічної свідомості та поведінки у сфері науки	5,6
3. Функції забезпечення майбутнього, досягнення економічного вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри:	
3.1. «Закладення» майбутнього, гарантія майбутнього	5,6
3.2. Вихід на новий, економічно вигідний статус у суспільстві	16,7
3.3. Формування та реалізація себе як професіонала, сприяння розвитку кар'єри, можливість досягнення амбітних цілей	9,3
4. Негативні відповіді, відсутність відповіді або неадекватні відповіді (функції економічної соціалізації розкриті неправильно)	
4.1. Навчання в аспірантурі не відіграє ніякої ролі в економічній соціалізації	5,6
4.2. Важко відповісти на поставлене питання	7,5
4.3. Неправильні відповіді	14,9

Щодо *першої групи функцій*, функцій загального та професійного розвитку, то дослідження показало, що ця група включала такі *підгрупи функцій*:

а) розширення світогляду, здобуття нових знань та вмінь, пізнання нового, інноваційного (25,5%) («Перш за все, навчання в аспірантурі — це набуття нових знань і вмінь; вивчення всього інноваційного»);

б) генерування нових ідей, формування нестандартного мислення, розвиток здібностей, творчого потенціалу (7,4%) («Аспірантура формує більш глибоке нестандартне мислення, а в умовах швидких соціально-економічних змін таке мислення потрібне і наявний високий попит на власників такого мислення»);

в) спілкування в колі своїх наукових інтересів (7,3%) («Навчання в аспірантурі дає змогу особистості спілкуватися в колі своїх інтересів, налагоджувати стосунки, знаходити нові ідеї»).

Як бачимо, основна увага аспірантами відводиться розширенню світогляду та здобуттю нових знань, пізнанню нового тощо. Разом із тим значно менше розкривається роль аспірантури у розвитку творчого потенціалу, генеруванні ідей та спілкуванні в колі своїх наукових інтересів. Зазначимо, що практично втричі менше аспірантів вказали на ці функції. Відтак це опосередковано свідчить, що ці функції аспірантури, які є, на наш погляд, провідними з точки зору змісту наукової діяльності, відіграють ще *незначну роль* в економічній соціалізації аспірантів.

Щодо *другої групи функцій*, функцій розвитку економічної свідомості та економічної поведінки, то до цієї групи нами було віднесено такі *підгрупи функцій*:

а) розвиток загальної економічної свідомості (орієнтація в економічному житті країни, знання економічних законів функціонування суспільства) (13,0%) («Дає змогу орієнтуватися в економічному житті країни»);

б) розвиток загальної економічної поведінки (3,7%) («Розвиток економічної поведінки особистості, ставлення до прибутків, заощаджень, до грошей, монетарна поведінка»);

в) розвиток економічної свідомості та поведінки у сфері науки (знання прав і можливостей захисту інтелектуальної власності; генерування нових ідей та «продавання» їх) (5,6%) («Аспірант повинен навчитись визначати новаторські ідеї та вміння їх реалізовувати (продавати)»).

Судячи з отриманих результатів, можна говорити про те, що друга група функцій в цілому називається аспірантами *значно менше*, практично удвічі, порівняно із першою групою функцій. Також звертає на себе увагу той факт, що функція розвитку загальної економічної поведінки представлена орієнтовно втричі менше, ніж функція розвитку загальної економічної свідомості. Також слід відзначити, що недостатньо представлено є функція економічної поведінки аспірантів безпосередньо у сфері науки. Це свідчить, на наш погляд, про те, що функції формування економічної

свідомості поведінки аспірантів, зокрема у сфері науки, реалізуються сьогодні *недостатньо*.

Щодо *третьої групи функцій*, функцій забезпечення майбутнього, досягнення економічного вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри, то до цієї групи було віднесено такі *підгрупи функцій*:

а) «закладення» майбутнього, гарантія майбутнього (5,6%) («Це закладення фундаменту у майбутнє, це турбота про своє майбутнє»);

б) вихід на новий, економічно вигідний статус у суспільстві (16,7%) («Підвищення свого статусу в суспільстві для досягнення достатку та стабільності»);

в) формування та реалізація себе як професіонала, сприяння розвитку кар'єри, можливість досягнення амбітних цілей (9,3%) («Це становлення себе як професіонала, це крок по кар'єрній драбині, шанс працювати на роботі більш престижного рівня»).

Як видно із отриманих даних, найбільш вираженими серед цієї групи функцій є функції, що стосуються можливості отримання аспірантами нового статусу в суспільстві, який приносить економічні вигоди, в той час як можливість реалізації себе як професіонала, здійснення професійної кар'єри, реалізація амбітних цілей виражена менше. Це, у свою чергу, свідчить про *переважання* «прагматичних» функцій навчання в аспірантурі над власне професійними.

Разом із наведеними вище окремими негативними виявами економічної соціалізації аспірантів, про наявність певних *негативних аспектів* у розв'язанні цієї проблеми свідчать, на наш погляд, і такі додаткові дані.

Так, 5,6% опитаних відповіли, що навчання в аспірантурі не відіграє ніякої ролі в економічній соціалізації аспірантів («Я не відчув на собі економічної соціалізації під час навчання в аспірантурі»).

7,5% опитаних вказали, що їм важко відповісти на зазначене питання.

14,9% дали неправильні відповіді («Наукове обґрунтування тієї проблеми, над якою працює аспірант»; «Структурує знання та діяльність»; «Значну роль, оскільки це є показником рівня інтелектуального та економічного розвитку особистості»).

Відтак можна зробити висновок, що приблизно одна третина опитаних (28,2%) *не мають адекватних уявлень* про роль аспірантури в економічній соціалізації, що, знову ж таки, опосередковано свідчить про те, що ця проблема *не знайшла відповідного висвітлення та реалізації* під час навчання цих аспірантів.

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та типом спеціальності

У процесі виконання другого завдання, тобто вивчення взаємозв'язку між типом спеціальності та оцінкою аспірантами ролі навчання в аспірантурі для економічної соціалізації, виявлено статистично значущі відмінності ($p < 0,001$) між аспірантами гуманітарних та технічних спеціальностей (див. табл. 3.4.2).

Таблиця 3.4.2

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та типом спеціальності (у % від загальної кількості опитаних)

Функції навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів	Тип спеціальності	
	Гуманітарні	Технічні
<i>1. Функції загального та професійного розвитку:</i>		
1.1. Розширення світогляду, набуття нових знань та вмій, пізнання нового, інноваційного	33,3	20,7
1.2. Генерування нових ідей, формування нестандартного мислення, розвиток здібностей, творчого потенціалу	0,0**	13,8**
1.3. Спілкування в колі своїх наукових інтересів	16,7*	3,4*
<i>2. Функції розвитку економічної свідомості та економічної поведінки:</i>		
2.1. Розвиток загальної економічної свідомості	12,5	13,8
2.2. Розвиток загальної економічної поведінки	8,3*	0,0*
2.3. Розвиток економічної свідомості та поведінки у сфері науки	9,0	6,9
<i>3. Функції забезпечення майбутнього, досягнення економічного вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри:</i>		
3.1. «Закладення» майбутнього, гарантія майбутнього	0,0*	10,3*
3.2. Вихід на новий, економічно вигідний статус у суспільстві	12,5	20,7

3.3. Формування та реалізація себе як професіонала, сприяння розвитку кар'єри, можливість досягнення амбітних цілей	8,3	10,3
4. Неправильні відповіді, відсутність відповіді:		
4.1. Неправильні відповіді	16,7**	3,4**
4.2. Важко відповісти на поставлене питання	0,0**	10,3**

** — $p < 0,01$;

* — $p < 0,05$;

Це знайшло відображення в таких виявах:

По-перше, аспіранти *гуманітарних спеціальностей* випереджають аспірантів технічних спеціальностей щодо оцінки реалізації таких функцій аспірантури: а) спілкування в колі свої наукових інтересів ($p < 0,05$) (гуманітарні спеціальності — 16,7%; технічні спеціальності — 3,4%); б) розвиток загальної економічної поведінки ($p < 0,05$) (гуманітарні спеціальності — 8,3%; технічні спеціальності — 0,0%).

По-друге, аспіранти *технічних факультетів* випереджають аспірантів гуманітарних факультетів щодо оцінки реалізації таких функцій аспірантури: а) розвиток творчого потенціалу ($p < 0,001$) (гуманітарні спеціальності — 0,0%; технічні спеціальності — 13,8%); б) гарантія майбутнього ($p < 0,05$) (гуманітарні спеціальності — 0,0%; технічні спеціальності — 10,3%).

По-третє, серед аспірантів гуманітарних факультетів більше, порівняно із аспірантами технічних спеціальностей, тих, які дали неправильні відповіді ($p < 0,01$). В той час як серед аспірантів технічних спеціальностей більше, порівняно із аспірантами гуманітарних факультетів, тих, хто зазначили, що «їм важко відповісти» на поставлене питання ($p < 0,01$).

Виявлені відмінності, скоріше за все, пов'язані зі специфікою змісту навчання за різними типами спеціальностей.

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та віком аспірантів

У ході виконання **третього завдання**, тобто аналізу зв'язку між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та віком аспірантів, не виявлено статистично значущих зв'язків за більшістю показників. Можливо, це можна пояснити тим, що різниця у віці між різними віковими групами є досить незначною і складає

лише 2 роки. Це, скоріше всього, не може суттєво впливати на феномен, який аналізується.

Таблиця 3.4.3

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та віком аспірантів (у % від загальної кількості опитаних)

Функції навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів	Вік аспірантів		
	23—24 роки	25—26 років	27 років і вище
1. Функції загального та професійного розвитку:			
1.1. Розширення світогляду, набуття нових знань та вмінь, пізнання нового, інноваційного	25,0	20,0	35,3
1.2. Генерування нових ідей, формування нестандартного мислення, розвиток здібностей, творчого потенціалу	16,7*	4,0*	5,9*
1.3. Спілкування в колі своїх наукових інтересів	8,3*	4,0*	17,6*
2. Функції розвитку економічної свідомості та економічної поведінки:			
2.1. Розвиток загальної економічної свідомості	8,3	12,0	17,6
2.2. Розвиток загальної економічної поведінки	0,0	0,0	11,8
2.3. Розвиток економічної свідомості та поведінки у сфері науки	16,7	4,0	0,0
3. Функції забезпечення майбутнього, досягнення економічного вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри:			
3.1. «Закладення» майбутнього, гарантія майбутнього	0,0	8,0	5,9
3.2. Вихід на новий, економічно вигідний статус у суспільстві	16,7***	28,0***	0,0***
3.3. Формування та реалізація себе як професіонала, сприяння розвитку кар'єри, можливість досягнення амбітних цілей	8,3	8,0	11,8
4. Негативні відповіді, відсутність відповіді:			
4.1. Навчання в аспірантурі не відіграє ніякої ролі в економічній соціалізації	8,3	4,0	5,9
4.2. Важко відповісти на поставлене питання	8,3	8,0	0,0

* — $p < 0,1$; ** — $p < 0,001$;

Разом з тим на рівні даної вибірки можна говорити про певні тенденції у сприйнятті аспірантами ролі аспірантури в контексті економічної соціалізації та певними віковими закономірностями.

Так, щодо *функцій загального та професійного розвитку*, то тут можна говорити про такі закономірності. З віком зростає значення такої функції, як «розширення світогляду, набуття нових знань та вмій, пізнання нового, інноваційного» (від 20,0% до 35,3% у різних вікових групах). Разом з тим спадає значення такої функції, як «генерування нових ідей, формування нестандартного мислення, розвиток здібностей, творчого потенціалу» (від 16,7% до 5,9%), про що свідчить встановлена статично значуща тенденція ($p < 0,1$). Але при цьому зростає значення такої функції, як «спілкування в колі своїх наукових інтересів» (від 8,3 % до 17,6%), про що також свідчить статистично значуща тенденція ($p < 0,1$).

Встановлені закономірності можна оцінити позитивно в контексті зростання з віком аспірантів позитивної оцінки світоглядної функції та функції наукового спілкування аспірантури в процесі економічної соціалізації. Разом з тим дещо негативно можна оцінити той факт, що з віком аспірантів знижується оцінка творчої ролі аспірантури в контексті економічної соціалізації. Адже саме аспірантура, як найвищий рівень професійного навчання аспірантів, якраз і покликана, на наш погляд, сприяти розвитку творчого потенціалу аспірантів в цілому. Однак досвід показує, що досить часто аспіранти сприймають навчання в аспірантурі на «репродуктивному» рівні, думаючи, що це просто продовження навчання у вищому навчальному закладі, не розуміючи, що навчання в аспірантурі якраз передбачає, насамперед, індивідуальну, творчу активність особистості. Тому посилення творчої функції аспірантури в результаті впровадження спеціальних форм роботи, як на рівні групового навчання, так і на рівні індивідуальних консультацій наукових керівників, має складати, на наш погляд, одне із важливих завдань оптимізації діяльності як аспірантури в цілому, так і в контексті економічної соціалізації.

Переходячи до аналізу *функцій розвитку економічної свідомості та економічної поведінки*, можна на рівні даної вибірки говорити про те, що з віком зростає оцінка аспірантами таких функцій аспірантури, як «розвиток загальної економічної свідомості» (від 8,3% до 17,6%) та «розвиток «економічної загальної поведінки» (від 0,0 % до 11,8%).

І щодо останньої групи *функцій, функцій забезпечення майбутнього*, досягнення економічного вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри, то тут виявлено статистично значущий зв'язок ($p < 0,001$) між такою функцією, як «вихід на новий, економічно вигідний статус у суспільстві», та віком аспірантів. Як видно із табл. 3.4.3, найбільш значущим даний показник є у аспірантів у віці від 25 до 26 років. Напевне, даний вік, який є для більшості аспірантів віком закінчення аспірантури, є особливо важливим щодо реалізації функції аспірантури у даному контексті. Також можна

говорити про те, що з віком зростає оцінка аспірантами такої функції, як «закладення» майбутнього, гарантія майбутнього» (від 0,0% до 5,9%, «формування та реалізація себе як професіонала, сприяння розвитку кар'єри, можливість досягнення амбітних цілей» (від 8,3% до 11,8%).

Отже, в цілому можна говорити про те, що на матеріалі даної вибірки встановлено, що з віком дещо зростає оцінка аспірантами всіх функцій аспірантури в контексті економічної соціалізації, але знижується оцінка творчої функції, що говорить про необхідність її посилення. Доцільним є подальші дослідження впливу віку на оцінку даного феномену на вікових групах з більшим діапазоном вікових відмінностей, зокрема із залученням до дослідження аспірантів-заочників, вік яких може складати значно ширший віковий діапазон (орієнтовно від 25 до 45 років).

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та статтю аспірантів

В результаті виконання **четвертого завдання**, тобто вивчення взаємозв'язку між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та статтю аспірантів, виявлено статистично значущий зв'язок по ряду показників (див. табл. 3.4.4).

Таблиця 3.4.4

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та статтю аспірантів (у % від загальної кількості опитаних)

Функції навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів	Стать	
	Чоловіки	Жінки
1. Функції загального та професійного розвитку:		
1.1. Розширення світогляду, набуття нових знань та вмінь, пізнання нового, інноваційного	13,0**	35,5**
1.2. Генерування нових ідей, формування нестандартного мислення, розвиток здібностей, творчого потенціалу	13,0*	3,2*
1.3. Спілкування в колі своїх наукових інтересів	4,3	12,9
2. Функції розвитку економічної свідомості та економічної поведінки:		
2.1. Розвиток загальної економічної свідомості	8,7	16,1

2.2. Розвиток загальної економічної поведінки	0,0	6,5
2.3. Розвиток економічної свідомості та поведінки у сфері науки	13,0**	0,0**
3. Функції забезпечення майбутнього, досягнення економічного вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри:		
3.1. «Закладення» майбутнього, гарантія майбутнього	4,3	6,5
3.2. Вихід на новий, економічно вигідний статус у суспільстві	17,4	16,1
3.3. Формування та реалізація себе як професіонала, сприяння розвитку кар'єри, можливість досягнення амбітних цілей	4,3	12,9
4. Негативні відповіді, відсутність відповіді:		
4.1. Навчання в аспірантурі не відіграє ніякої ролі в економічній соціалізації	8,7	3,2
4.2. Важко відповісти на поставлене питання	7,3	6,5

** — $p < 0,01$;

* — $p < 0,05$;

Насамперед зазначимо, що найбільш чуттєві до впливу статі виявились такі функції ролі аспірантури в контексті економічної соціалізації, як *функції загального та професійного розвитку*.

Так, зокрема, з'ясувалось, що жінки випереджають чоловіків ($p < 0,01$) за оцінкою такої функції аспірантури у процесі економічної соціалізації, як «розширення світогляду, набуття нових знань та вмій, пізнання нового, інноваційного» (35,5% проти 13,0%).

Разом з тим чоловіки випереджають жінок ($p < 0,05$) за оцінкою такої функції аспірантури у процесі економічної соціалізації, як «генерування нових ідей, формування нестандартного мислення, розвиток здібностей, творчого потенціалу» (13,0% проти 3,2 %).

Окрім того, виявлено вплив статі аспірантів і стосовно таких функцій аспірантури в контексті економічної соціалізації, як *функції розвитку економічної свідомості та поведінки*. Так, встановлено, що чоловіки значно випереджають жінок ($p < 0,01$) за оцінкою такої функції, як «розвиток економічної свідомості та поведінки у сфері науки» (13,0% проти 0,0%).

Отримані дані відображають певні тенденції в економічній соціалізації аспірантів обох статей та узгоджуються з наявними в літерату-

рі даними стосовного гендерних особливостей професійної діяльності фахівців різних статей. Однак вони говорять про необхідність, з одного боку, врахування встановлених особливостей з метою найкращого задоволення потреб аспірантів чоловічої та жіночої статі, а з іншого, про необхідність *посилення значущості* у жінок творчої складової економічної соціалізації в аспірантурі та усвідомлення ролі навчання в аспірантурі для розвитку економічної свідомості та поведінки у сфері науки. Разом з тим можна говорити про необхідність підвищення усвідомлення чоловіками ролі навчання в аспірантурі для економічної соціалізації з метою розширення світогляду, набуття нових знань та вмінь, пізнання нового, інноваційного.

В цілому отримані дані свідчать про існування певних *гендерних відмінностей* щодо проблеми, що аналізується, та про необхідність врахування виявлених закономірностей в процесі організації навчання в аспірантурі з метою підвищення економічної соціалізації аспірантів.

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та сімейним статусом аспірантів

Реалізація **п'ятого завдання**, спрямованого на вивчення взаємозв'язку між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та сімейним статусом аспірантів, дозволила виявити статистично значущий взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та сімейним статусом аспірантів за рядом показників (див. табл. 3.4.5). Зазначимо, що за даним показником аспіранти були розподілені на три категорії: одружені; розлучені; неодружені.

Як видно із табл. 3.4.5, констатовано вплив сімейного стану аспірантів, насамперед, стосовно *функцій загального та професійного розвитку*.

Встановлено, що одружені аспіранти випереджають розлучених та неодружених аспірантів ($p < 0,05$) стосовно такої функції, як «розширення світогляду, набуття нових знань та вмінь, пізнання нового, інноваційного» (31,8% проти 0,0% та 0,0%), оскільки, скоріше всього, сімейний статус вимагає достатньо інтенсивного розвитку аспірантів в процесі навчання в аспірантурі, зокрема в контексті економічної соціалізації.

Разом з тим виявлено, що розлучені аспіранти випереджають одружених та неодружених аспірантів ($p < 0,01$) стосовно такої функції, як «спілкування в колі своїх наукових інтересів» (50,0% проти 4,8% та 9,7%). Очевидно, певний дисбаланс в міжособистісних стосунках, у зв'язку із розлученням, сприяє концентрації їх активності на сприйнятті аспірантури в контексті спілкування в колі своїх наукових інтересів, зокрема в контексті економічної соціалізації.

Таблиця 3.4.5

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та сімейним статусом аспірантів (у % від загальної кількості опитаних)

Функції навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів	Сімейний стан аспірантів		
	Одружені	Розлучені	Не одружені
1. Функції загального та професійного розвитку:			
1.1. Розширення світогляду, набуття нових знань та вмінь, пізнання нового, інноваційного	38,1*	0,0*	0,0*
1.2. Генерування нових ідей, формування нестандартного мислення, розвиток здібностей, творчого потенціалу	9,5	0,0	0,0
1.3. Спілкування в колі своїх наукових інтересів	4,8**	50,0**	9,7**
2. Функції розвитку економічної свідомості та економічної поведінки:			
2.1. Розвиток загальної економічної свідомості	14,3*	50,0*	9,7*
2.2. Розвиток загальної економічної поведінки	0,0***	50,0***	3,2***
2.3. Розвиток економічної свідомості та поведінки у сфері науки	4,8	0,0	6,5
3. Функції забезпечення майбутнього, досягнення економічного вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри:			
3.1. «Закладення» майбутнього, гарантія майбутнього	9,5***	50,0***	0,0***
3.2. Вихід на новий, економічно вигідний статус у суспільстві	14,3	0,0	19,4
3.3. Формування та реалізація себе як професіонала, сприяння розвитку кар'єри, можливість досягнення амбітних цілей	9,5	0,0	9,7
4. Негативні відповіді, відсутність відповіді:			
4.1. Навчання в аспірантурі не відіграє ніякої ролі в економічній соціалізації	4,8	0,0	6,5
4.2. Важко відповісти на поставлене питання	9,5	0,0	3,2

*** — $p < 0,001$;** — $p < 0,01$;* — $p < 0,05$;

Також виявлено вплив сімейного стану аспірантів на оцінку ними таких функцій аспірантури в контексті економічної соціалізації, як *функції забезпечення майбутнього, досягнення економічного вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри*. Так, встановлено, що розлучені аспіранти випереджають одружених та неодружених аспірантів ($p < 0,001$) щодо реалізації такої функції, як «закладення» майбутнього, гарантія майбутнього» (50,0% проти 9,5% та 0,0%). Очевидно, негативний досвід сприйняття світу, який склався в результаті розлучення, особливо актуалізує у аспірантів потребу в гарантії майбутнього. І певна роль у вирішенні цього питання відводиться навчанню в аспірантурі.

Таким чином, в цілому можна зробити висновок про те, що *сімейний стан* певною мірою впливає на оцінку аспірантами ролі аспірантури в контексті економічної соціалізації. Це проявляється, зокрема, в тому, що розлучені аспіранти більш «чутливі» щодо усвідомлення ролі аспірантури як чинника економічної соціалізації для розвитку економічної поведінки та гарантії майбутнього. В той же час одружені аспіранти більш орієнтовані на сприйняття аспірантури в контексті економічної соціалізації як засобу пізнання світу, розширення нових, інноваційних знань.

Взаємозв'язок між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та місцем народження аспірантів

I, насамкінець, виконання **шостого завдання**, яке передбачало здійснення аналізу взаємозв'язку між оцінкою аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та місцем народження аспірантів, дало можливість говорити про певні закономірності щодо впливу місця народження аспірантів на оцінку ними функцій аспірантури в контексті економічної соціалізації (див. табл. 3.4.6).

Слід сказати, що це проявляється, перш за все, щодо *функцій розвитку економічної свідомості та економічної поведінки* (див. табл. 3.4.6).

Таблиця 3.4.6

Взаємозв'язок оцінки аспірантами функцій навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів та місця народження аспірантів (у % від загальної кількості опитаних)

Функції навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів	Місце народження аспірантів	
	Місто	Село
1. Функції загального та професійного розвитку:		
1.1. Розширення світогляду, набуття нових знань та вмінь, пізнання нового, інноваційного	26,5	25,0
1.2. Генерування нових ідей, формування нестандартного мислення, розвиток здібностей, творчого потенціалу	8,2	0,0
1.3. Спілкування в колі своїх наукових інтересів	10,2	0,0
2. Функції розвитку економічної свідомості та економічної поведінки:		
2.1. Розвиток загальної економічної свідомості	12,2	25,0
2.2. Розвиток загальної економічної поведінки	4,1	0,0
2.3. Розвиток економічної свідомості та поведінки у сфері науки	2,0***	50,0***
3. Функції забезпечення майбутнього, досягнення економічного вигідного статусу, здійснення професійної кар'єри:		
3.1. «Закладення» майбутнього, гарантія майбутнього	6,1	0,0
3.2. Вихід на новий, економічно вигідний статус у суспільстві	16,3	25,0
3.3. Формування та реалізація себе як професіонала, сприяння розвитку кар'єри, можливість досягнення амбітних цілей	10,2	0,0
4. Негативні відповіді, відсутність відповіді:		
4.1. Навчання в аспірантурі не відіграє ніякої ролі в економічній соціалізації	6,1	0,0
4.2. Важко відповісти на поставлене питання	4,1**	25,0**

*** — $p < 0,001$;

** — $p < 0,01$

Як видно із табл. 3.4.6, аспіранти, які народились в селі, значно випереджають, в двадцять п'ять разів, оцінку значущості аспірантури як засобу розвитку економічної свідомості та поведінки у сфері науки (50,0% проти 2,0%). Очевидно, відсутність попередніх певних соціальних контактів стосовно призначення та ролі аспірантури у даній групі аспірантів, на відміну від аспірантів, які народились у місті і частина батьків яких мають відношення до викладацької та наукової діяльності, може сприяти актуалізації даного питання. Окрім того, для аспірантів, які народилися у селі, скоріше всього, більш актуальною, порівняно із аспірантами, які народилися у місті, є вирішення матеріально-економічних питань, які пов'язані, насамперед, із забезпеченням житла. Тому такою актуальною для них є описана вище функція аспірантури в контексті соціалізації.

Отже, в цілому можна говорити про вплив місця народження аспірантів на оцінку ними ролі аспірантури в контексті економічної соціалізації. Це проявляється в меншій обізнаності аспірантів, які народились в селі, з цього питання, та більшій їх орієнтації на реалізацію функцій аспірантури, які мають відношення до розвитку економічної свідомості та поведінки в сфері науки. Це свідчить про те, що необхідно посилювати усвідомлення значущості аспірантури в контексті економічної соціалізації для аспірантів, які народились в селі.

ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ

Головними результатами дослідження, соціально-психологічних характеристик та чинників становлення суб'єкта економічної соціалізації є наступні:

1. Ставлення особистості до власності — це свідомий, вибірковий, заснований на досвіді привласнення, психологічний зв'язок з різними сторонами об'єктивної економічної дійсності, що виражається в діях, емоційних реакціях і переживаннях.

Суб'єкт власності розглядається як властивість особистості, що забезпечує системний зв'язок інтра- та інтерособистісної реальності відносин власності.

Інтерсуб'єктний простір відносин власності становить цілісну систему суб'єкт-суб'єктних взаємин між учасниками процесу привласнення. Інтраособистісним ефектом і одночасно чинником розвитку економічної суб'єктності є система ставлень особистості до об'єктів та суб'єктів привласнення, втілена у ціннісній економічній позиції.

2. Емпірично з'ясовано показники економічної суб'єктності особистості по відношенню до власності на етапі отримання вищої освіти.

Афективно-ціннісний компонент становлення економічної суб'єктності студентів утворюють такі складові, як: 1) оцінка внутрішньоособистісних переваг, які отримує людина від того, щоб бути власником; 2) оцінка соціально-психологічних ефектів від участі у відносинах власності; 3) передбачення негативних наслідків від привласнення тощо.

Когнітивний компонент становлення економічної суб'єктності у відносинах власності студентської молоді конституюється уявленнями про необхідність демонструвати, по-перше, креативно-енергійну позицію; по-друге, ризиковано-впевнену позицію; по-третє, раціональну, прагматичну позицію.

Особливості конативного компоненту становлення економічної суб'єктності студентів у відносинах власності визначаються тим, що у своєму виборі того чи іншого способу економічної поведінки студенти орієнтуються на: 1) співвідношення зусиль, яких потребує об'єкт привласнення, та регулярність і справедливість отримання за це винагороди; 2) на те, щоб діяти підприєжливо, не цураючись засобів, які для цього обираються.

3. Визначено наступні напрямки формування економічної суб'єктності сучасного українського студентства:

а) Становлення зрілої ціннісної позиції у відносинах власності, заснованої на розвитку самісних процесів, відповідальності, на утвердженні та усвідомленні власної унікальності, працьовитості, задоволення власних економічних інтересів; на орієнтаціях на принципи справедливості при розподілі матеріальних благ та практикуванні чесних, суспільно прийнятних способів оперування власністю.

б) Становлення прагматичної ціннісної позиції у відносинах власності, заснованої на розвитку раціонального, прагматично-поміркового ставлення до об'єктів і суб'єктів привласнення та поцінювання економіко-психологічних наслідків, ефектів привласнення, а також стратегії адаптивної стабілізуючої поведінки у ситуаціях економічних взаємин.

в) Становлення суперечливої ціннісної позиції у відносинах власності, заснованої на розвитку суперечливого ставлення до власності, що ґрунтується на нормах подвійної моралі, на безвідповідальності, прагненні виглядати сучасною людиною, швидко і безтурботно, навіть з певним ризиком, отримувати матеріальні блага, з чим пов'язані переважно негативні переживання.

4. В результаті емпіричного дослідження становлення економічної суб'єктності старшокласників у зв'язку із ставленням до грошей виявлено три рівні становлення економічної суб'єктності: «Відхід від суб'єктності», «Спрямованість на суб'єктність», «Потенційна суб'єктність». Дослідженнями встановлено перевагу рівня «Спрямованість на суб'єктність». Визначено, що особистості, яким властивий цей рівень суб'єктності, чітко визначають мету, наполегливі у її досягненні, мають нестандартне мис-

лення, характеризуються працездатністю, швидкістю у прийнятті рішень, вони прагнуть до оволодіння фінансовою грамотністю.

5. В результаті дослідження економічної культури як суб'єктної складової економічної соціалізації студентської молоді, яке здійснено на основі трикомпонентної моделі образу «людини підприємливої», виділено два типи економічної культури студентської молоді: «культура економічної активності» та «культура економічної пасивності». Показано, що становлення суб'єкта економічної соціалізації студентів здійснюється по першому типу економічної культури, який більшою мірою відповідає нормативним канонам типу людини ринкової економіки.

6. Дослідження соціально-психологічної особливості економічної соціалізації аспірантів виявило як позитивні (визначення аспірантами достатньо великої кількості функцій аспірантури в реалізації економічної соціалізації), так і негативні (недостатня орієнтація навчання в аспірантурі на процеси економічної соціалізації, які безпосередньо стосуються наукової діяльності: захист інтелектуальних прав; продаж наукової продукції тощо; переважання прагматичних аспектів економічної соціалізації над власне професійними: переважання орієнтації на досягнення високого, економічно вигідного статусу над розвитком творчого потенціалу) тенденції в оцінці аспірантами ролі аспірантури в економічній соціалізації аспірантів, які слід враховувати з метою підвищення ефективності організації діяльності аспірантури в контексті її сприяння здійсненню процесів економічної соціалізації інтелектуальної еліти українського суспільства, з урахуванням специфіки їх спеціальності.

ПІСЛЯМОВА

Здійснене в монографії дослідження проблеми економічної соціалізації особистості не може бути таким, що претендує на вирішення всіх питань цієї складної та багатоаспектної теорії. Своїм завданням ми поставили, перш за все, проаналізувати особливості феномену соціалізації в суб'єкт-суб'єктній парадигмі. Застосування суб'єкт-суб'єктної парадигми до дослідження економічної соціалізації дає можливість з'ясувати не тільки логіку взаємозв'язку категоріального апарату теорії економічної соціалізації, але й побачити перспективу подальших досліджень цієї проблеми.

З позицій суб'єкт-суб'єктного підходу економічна соціалізація особистості розуміється як процес, що відбувається в системній взаємодії «Індивід-Інші», в якому утворюється нова система економічних цінностей, в результаті інтеріоризації якої відбувається становлення економіко-психологічних якостей суб'єктів взаємодії, завдяки яким вони «входять» в економічну сферу суспільства як суб'єкти економічної діяльності.

В такому розумінні категорія «економічна соціалізація» виконує функцію головного інструмента, по-перше, побудови теоретичної системи теорії економічної соціалізації, по-друге, виступає засобом вирішення практичних задач в системі економічної соціалізації особистості. Це означає, що всі феномени, які стосуються процесу економічної соціалізації, будуть трактуватись в залежності від розуміння основного поняття теорії цього процесу. Так, відповідно з нашим розумінням економічної соціалізації як інтеріндивідного процесу критерій соціалізованості особистості буде характеризуватись відповідністю між елементами системи «індивід-Інші (соціум), а саме: між можливостями індивіда, з одного боку, та очікуваннями суспільства (Інших) — з іншого. Тому коли ми маємо на увазі критерій соціалізованості дітей молодшого віку і людини зрілого віку, то вони будуть різними. Наприклад, економічна соціалізованість молодших школярів буде означати наявність у дитини таких економіко-психологічних якостей, яких вона, з одного боку, здатна за своїми віковими можливостями досягти, а з іншого — експектаціями, які суспільство висуває до дитини цього віку. Те саме можна сказати щодо критерію економічної соціалізованості зрілої особистості. Цілком зрозуміло, що це питання тісно пов'язано з практикою освітньо-виховної роботи, яка спирається на теоретичний аналіз проблеми.

Логіка дослідження соціалізації особистості в онтогенетичному плані з позицій суб'єкт-суб'єктної парадигми потребує розглядати відмінності різних вікових етапів соціалізації особистості в залежності від характеру взаємозв'язку елементів системи «Індивід-Інші». Для аналізу особливостей цього зв'язку в теорії соціалізації є поняття форми соціалізації, яке

означає характер впливу Інших на суб'єкта соціалізації. Як відомо, співвідношення цих форм в процесі соціалізації буває різним в залежності від соціального простору, в якому відбувається цей процес. Дискусійним є питання особливостей цього співвідношення на різних етапах онтогенетичного розвитку людини.

Перспективу подальшого дослідження процесу економічної соціалізації ми вбачаємо у визначенні специфіки стихійної форми економічної соціалізації, найважливішим виявленням якої є сім'я як найближче безпосереднє оточення індивіда, яке він не обирає, але яке найбільшою мірою визначає його подальшу долю. Подальшого дослідження потребують також цілеспрямовані форми економічної соціалізації, зокрема ті, що діють у соціально-психологічному просторі освітньої підготовки, співвідношення в ньому цілеспрямованих та стихійних форм соціалізації. Останнє питання є предметом довготривалої дискусії і потребує експериментальних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абульханова-Славская К. А. Время личности и время жизни / К. А. Абульханова-Славская, Т. Н. Березина ; [Рос. акад. наук. Ин-т психологии]. — Санкт-Петербург : Алетейя, 2001. — 299 с.
2. Абульханова-Славская К. А. О субъекте психической деятельности / К. А. Абульханова-Славская. — М. : Наука, 1973. — 235 с.
3. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни / К. А. Абульханова-Славская. — М. : Мысль, 1991. — 249 с.
4. 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.
5. Автономов В. С. Предпринимательская функция в экономической системе / В. С. Автономов. — М. : ИМЭМО, 1990. — 82 с.
6. Азлецкая Е. Н. Личностные и средовые детерминанты формирования субъектности личности: дисс. ... канд. психол. наук. : 19.00.01 / Елена Николаевна Азлецкая. — Краснодар, 2001. — 194 с.
7. Арнольдов А. И. Теория культуры; историзм и вопросы методологии / А. И. Арнольдов // Культура, человек и картина мира : [сб. ст.] / АН СССР, Ин-т философии; отв. ред. А. И. Арнольдов, В. А. Кругликов. — М. : Наука, 1987. — С. 3 — 34.
8. Андреева Г. М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. — М. : Аспект-Пресс, 1998. — 362 с.
9. Анцыферова Л. И. Психологическое содержание феномена субъект и границы субъектно-деятельностного подхода / Л. И. Анцыферова // Проблема субъекта в психологической науке / под ред. А. В. Брушлинского, М. И. Воловиковой, В. Н. Дружинина. — М. : Академический проект, 2000. — С. 27—42.
10. Анцыферова Л. И. Развитие личности и проблемы геронтологии / Л. И. Анцыферова. — М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. — 415 с.
11. Александров Ю. И., Александрова Н. Л. Субъективный опыт, культура и социальные представления / Ю. И. Александров, Н. Л. Александрова. — М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. — 320 с.
12. Ананьев Б. Г. Психологическая структура человека как субъекта / Б. Г. Ананьев // Человек и общество. — Вып. 2. — Л. : ЛГУ, 1967. — С. 235—249.
13. Ананьев Б. Г. Психология и проблемы человекознания / Б. Г. Ананьев. // Избранные психологические труды в 2-х томах. Т.1. / под ред. А. А. Бодалева, Б. Ф. Ломова — М. : Педагогика, 1980. — 240 с.

14. Баева Л. В. Ценностные основания индивидуального бытия: Опыт экзистенциальной аксиологии / Л. В. Баева. — М. : Прометей, 2003. — 238 с.
15. Асеев В. Г. О диалектике детерминации психического развития / В. Г. Асеев // Принцип развития в психологии. — М. : Наука, 1978. — С. 2138.
16. Балакірева О. Трансформація ціннісних орієнтацій в українському суспільстві / О. Балакірева // Український соціум. — 2007. — № 2 (19). — С. 7—19.
17. Балакірева О. Трансформація цінностей освіти / О. Балакірева, О. Валькована // Український соціум. — 2007. — № 4 (21). — С. 7—19.
18. Балл Г. Категорії значення і смислу в аналізі соціальної поведінки / Г. Балл // Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні. — К. : Укр. Центр політ. менеджменту, 2003. — С. 62—67.
19. Батурич Н. А. Проблема оценивания и оценки в общей психологии / Н. А. Батурич // Вопросы психологии. — 1989. — № 2. — С. 81—89.
20. Башкирова Е. Лабиринты посттоталитарного сознания / Е. Башкирова, Ю. Федоров // Pro et Contra. — 1999. — Т. 4. — № 2. — С. 23—128.
21. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман — М. : Моск. филос. фонд, 1995. — 322 с.
22. Бехтерев В. М. Избранные работы по социальной психологии / В. М. Бехтерев. — М. : Наука : ИФ «Наука-философия, право, социол. и психология», 1994. — 398 с.
23. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком / А. А. Бодалев. — М. : Изд-во МГУ, 1982. — 199 с.
24. Большунова Н. Я. Условия и средства развития субъектности : автореф. дис. на соиск. уч. степени д. психол. наук : спец. 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии»/ Н. Я. Большунова. — Новосибирск, 2007. — 47 с.
25. Боришевський М. Й. Самоактивність як умова суб'єктного становлення особистості дитини у виховному процесі / М. Й. Боришевський // Психологічні проблеми навчання, виховання, активності та розвитку особистості : матеріали Звіт. наук. сесії Інституту психології АПН України (Київ, 10—11 лютого 1994 р.) — К. : АПНУ, 1994. — Ч. 1. — С. 256—265.
26. Бояринцева А. В. Психологические проблемы экономической социализации / А. В. Бояринцева // Педагогика. — 1994. — №4. — С. 15—16.
27. Братусь Б. С. Психология. Нравственность. Культура / Б. С. Братусь. — М. : Менеджер, Роспедагентство, 1994. — 96 с.

28. Брушлинский А. В. Проблемы психологии субъекта / А. В. Брушлинский. — М. : Изд-во ИПРАН, 1994. — 109 с.
29. Брушлинский А. В. Психология субъекта / А. В. Брушлинский — СПб. : Алетей, 2003. — 268 с.
30. Брушлинский А. В. Социальность субъекта или субъект социальности / А. В. Брушлинский // Субъект и социальная компетентность личности : [сб. ст.] // Рос. акад. наук, Ин-т психологии; под ред. А. В. Брушлинского. — М. : Издательство «Институт психологии РАН», 1995. — С. 3—23.
31. Брушлинский А. В. Субъект: мышление, учение, воображение. Избранные психологические труды / А. В. Брушлинский. — М. : Изд-во «Ин-т практич. психологии»; Воронеж : НПО «Модэк», 1996. — 392 с.
32. Бубер М. Проблема человека. Перспективы / М. Бубер ; [пер. с англ., общ. ред. Н.Е. Покровского]. — М. : «Прогресс», 1989. — 624 с.
33. 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.
34. Васютинський В. Інтеракційна психологія влади / В. Васютинський — К. : Вид-во Славiстичного ун-ту, 2005. — 492 с.
35. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [укл. і голов. ред. Бусел В. Т.]. — Київ : ВТФ «Перун», 2007. — 1728 с.
36. Водзинская В. В. Понятие установки, отношения и ценностной ориентации в социологическом исследовании / В. В. Водзинская // Философские науки. — 1968. — № 2. — С. 46—56.
37. Волкова Е. Н. Субъектность педагога : теория и практика : автореф. дис. ... на соискание уч. степени доктора психол. наук : специальность 19.00.07 «Педагогическая и возрастная психология» / Е. Н. Волкова — М. : 1998. — 50 с.
38. Волянiюк Н. Рефлексивнiсть як детермiнанта суб'єктностi тренера-викладача / Н. Волянiюк // Соцiальна психологiя. — 2005. — № 2 (10). — С. 114—127.
39. Гаврилова Т. П. Анализ эмпатичных переживаний младших школьников и младших подростков / Т. П. Гаврилова // Психология межличностного познания / под ред А. А. Бодалева. Акад. пед. наук СССР. — М.: Педагогика. 1981. — 224 с.
40. Гидденс Э. Сознание, Я и социальное взаимодействие // Философия и общество. — 2001. — № 2. — С. 35—58.
41. Гирц К. Интерпретация культуры / К. Гирц. — М. : РОССПЭН, 2004. — 557 с.

42. Головаха Є. Головні тенденції розвитку українського суспільства у світлі результатів соціологічного моніторингу 1994—2003 років / Є. Головаха // Українське суспільство. — Соціологічний моніторинг. — К., 2003. — 111 с.
43. Головаха Є. Основні етапи і тенденції українського суспільства: від перебудови до «помаранчевої революції» / Є. Головаха, Н. Паніна // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 3. — С. 32—51.
44. Горбачева Е. И. Отношение личности к деньгам: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях / Е. И. Горбачева, А. Б. Купрейченко // Психологический журнал. — 2006. — Т. 27. — №4. — С. 26—37.
45. Готлиб А. С. Адаптация россиян к новым экономическим условиям. / А. С. Готлиб // Проблемы экономической психологии. — М. : ИП РАН, 2004. — Т. 1. — С. 460—482.
46. Дейнека О. С. Экономическая психология : учебное пособие / О.С. Дейнека. — СПб. : Питер. изд. С. Петерб. ун-та. 2000. — 160 с.
47. Дембицька Н. М. Соціально-психологічні проблеми економічної соціалізації української молоді (початок) / Н. М. Дембицька // Соціальна психологія. — 2008. — № 2 (28). — С. 49—59.
48. Дусавицкий А. К. Развитие личности в учебной деятельности / А. К. Дусавицкий. — М. : Дом педагогики, 1996. — 203 с.
49. 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.
50. Емельянова Т. П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества / Т. П. Емельянова. — М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. — 400 с.
51. Жилина Ж. А. Психическая регуляция экономической социализации детей старшего дошкольного возраста : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. психол. наук : спец. 19.00.13 «Психология развития; акмеология», 19.00.07 «Педагогическая психология» / Ж. А. Жилина. — Владимир, 2005. — 27 с.
52. Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности / А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. — М. : Изд-во ИП РАН, 2003. — 436 с.
53. Журавлев А. Л. Психология коллективного субъекта / А. Л. Журавлев // Психология индивидуального и группового субъекта / под ред. А. В. Брушлинского, М. И. Воловиковой. — М. : ПЕР СЭ, 2002. — С. 51—81.
54. Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Экономическое самоопределение:

- Теория и эмпирические исследования / А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. — Москва : Ин-т психологии РАН, 2007. — 478 с.
55. Журавлёва Н. А. Динамика ориентаций личности на экономические ценности в условиях социально-экономических изменений / Н. А. Журавлёва // Проблемы экономической психологии. — Т. 1. — С. 279—411.
 56. Журавлева Н. А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе / Н. А. Журавлева. — М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. — 335 с.
 57. Задорожнюк И. Е. Экономические психологи о проблемах социализации // Вопросы психологии. — 2003. — №1. — С. 15—25.
 58. Завалишина Д. Н. Субъект профессиональной деятельности: динамический аспект // Психология субъекта профессиональной деятельности / под ред. В. А. Барабанщикова, А. В. Карпова. — Вып. 2. — Москва — Ярославль : «Аверс-Пресс, 2002. — С. 42—64.
 59. Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности / А. Г. Здравомыслов. — С. : Политиздат, 1986. — 223 с.
 60. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. — СПб : Изд-во «Питер», 2000. — 448 с.
 61. Знаков В. В. Психология субъекта и психология человеческого бытия / В. В. Знаков // Субъект, личность и психология человеческого бытия. — М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. — 384 с.
 62. Зотова О. И., Бобнева М. И. Ценностные ориентации и механизмы социальной регуляции поведения / О. И. Зотова, М. И. Бобнева // Методологические проблемы социальной психологии / под ред. Е.В. Шороховой. — М. : Наука, 1975. — С. 241—254.
 63. 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. Максимо С.Д. — Т. XI, част. 1. — К. : Гнозис, 2009. — С. 153—163.
 64. Идея системности в современной психологии / под ред. В.А. Барабанщикова. — М.: Изд-во «Институту психологии РАН», 2005. — 496 с.
 65. Каган М. С. Философская теория ценности / М. С. Каган. — СПб. : Петрополис, 1997. — 205 с.
 66. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. — 2003. — Т.24. — № 6. — С. 75—82.
 67. Карамушка Л.М. Актуальні напрямки організаційного розвитку вищих навчальних закладів / Л.М. Карамушка // Актуальні проблеми психології. — Т. 1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна пси-

- хологія / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. — К. : А.С.К., 2009. — Ч. 23. — С. 3—9.
68. Карамушка Л. М. Актуальні напрямки організаційного розвитку технічних університетів / Л.М. Карамушка // Викладання психолого-педагогічних дисциплін у технічному університеті: методологія, досвід, перспективи : тези VI міжнародної наук.-методич. конф. (м. Київ, 13—14 жовтня 2009 р.) / за наук. ред. О.В. Винославської, Г.В. Ложкіна. — К. : Азимут-Україна, 2009. — С. 37.
 69. Карамушка Л. М. Роль навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів /Л.М. Карамушка //Актуальні проблеми психології. Том 1 : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. — К. : Вид-во «А.С.К.», 2010. — Ч. 25.— С. 110—117.
 70. Карамушка Л. М. Соціально-демографічні чинники оцінки ролі навчання в аспірантурі для економічної соціалізації аспірантів /Л.М. Карамушка // Актуальні проблеми психології. Том. 1 : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія / за ред. С.Д. Максименка, Л. М. Карамушки. — К. : Вид-во «А.С.К.», 2011. — Ч. 29.— С. 62—68.
 71. Карнышев А. Д. Психология собственности как область исследований в экономической психологии / А.Д. Карнышев // Проблемы экономической психологии. Том 1 / отв. ред. А.Л. Журавлёв, А.Б. Купрейченко. — М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. — С. 139—166.
 72. Карпенко З. С. Картографія інтегральної суб'єктності: пост-постмодерністський проект // Людина. Суб'єкт. Вчинок: Філософсько-психологічні студії / за заг. ред. В. О. Татенка. — К.: Либідь, 2006. — С. 157—175.
 73. Китов А. И. Личность и группа в системе отношений собственности / А. И. Китов // Проблемы экономической психологии. / отв. ред. А.Л. Журавлёв, А.Б. Купрейченко.— М. : ИП РАН, 2004. — Т. 1. — С. 109—138.
 74. Кліманська М. Б. Психологічні чинники схильності молоді до соціального утримання : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.05 «Соціальна психологія. Психологія соціальної роботи» / М. Б. Кліманська. — К., 2007. — 20 с.
 75. Клочко В. Е. Коммуникативная среда как фактор становления ментального пространства человека / В. Е. Клочко // Менталитет и коммуникативная среда в транзитивном обществе. Монография / под ред. В. И. Кабрина, О. И. Муравьевой. — Томск : ТГУ, 2004. — С. 30—44.
 76. Клочко В. Е. Ментальное пространство как предмет профессионально-психологического осмысления / В. Е. Клочко // Личность в парадигмах и метафорах: ментальность, коммуникация, толерантность. — Томск : Томский университет, 2002. — С. 30—44.

77. Козлова Е. В. Психологические основы экономической социализации: учебное пособие / Е. В. Козлова. — Великий Новгород : НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2004. — 160 с.
78. Коржова Е. Ю. Психологическое познание человека как субъекта жизнедеятельности : дис. ... доктора психол. наук : 19.00.01 / Елена Юрьевна Коржова. — СПб., 2001. — 485 с.
79. Короткина Е. Д. Межкультуральные особенности потребительского поведения / Е. Д. Короткина // Проблемы экономической психологии. — М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. — Т. 1. — С. 589—614.
80. Крупнов А. И. Психологические проблемы целостного анализа личности и ее базовых свойств / А. И. Крупнов // Психологопедагогические проблемы формирования личности в учебной деятельности. — М. : Наука, 1988. — С. 28—40.
81. Лакан Ж. Семинары, Книга I : Работы Фрейда по технике психоанализа (1953/54) / Ж. Лакан; [пер. с фр М. Титовой, А. Черноглазова (Приложение)]. — М. : ИТДК «Гнозис», издательство «Логос», 1998. — 432 с.
82. Лапин Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян / Н. И. Лапин // Социологические исследования. — 1996. — № 5. — С. 3—23.
83. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. / А. Н. Леонтьев. — М. : Политиздат, 1977. — 304 с.
84. Ложкін Г. В., Комаровська В. Л. Економічна психологія / Г. В. Ложкін, В. Л. Комаровська. — К. : Професіонал, 2008. — 457 с.
85. Локова М. Ю. Структурная трансформация ценностных ориентаций молодежи в модернизирующемся российском социуме (социально-философский аспект) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филос. наук : спец. 09.00.11. «Социальная философия» / М. Ю. Локова. — М, 2007. — 35 с.
86. Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. / Б. Ф. Ломов. — М. : Наука, 1984. — 444 с.
87. Лосев А. Ф. Миф, число, сущность / А. Ф. Лосев. — М. : Мысль, 1994. — 919 с.
88. Максименко С. Д. Генеза здійснення особистості / С. Д. Максименко. — К. : Видавництво ТОВ «КММ», 2006. — 240 с.
89. Малахов С. В. Экономический человек и рациональность экономической деятельности (обзор зарубежных исследований) / С. В. Малахов // Психологический журнал. — 1990. — Т. 11. — № 6 — С. 27—35.
90. Мей Р. Становлення екзистенційної психології / Р. Мей // Гуманістична психологія : Антологія в 3-х т. / [за ред. Р. Трача і Г. Балла]. — Т. 1. — К.: Пульсари, 2001. — С. 124—164.

91. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура / Р. Мертон. — М. : АСТ, 2006. — 880 с.
92. Міщенко О. О. Економічна культура особистості та її соціалізуюча функція / О. О. Міщенко // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка. — К. : 2007. — Т. IX, ч.1. — С. 265—271.
93. Москаленко В. В. Суб'єктність економічної соціалізації особистості / В. В. Москаленко // Соціальна психологія. — 2008. — №3 (29). — С. 39—52.
94. Москаленко В. В. Економічна культура особистості як чинник її соціальної адаптації / В. В. Москаленко, О. О. Міщенко // Соціальна психологія. — К. — 2007. — № 5 (25). — С. 57—74.
95. Москаленко В. В. Особливості дослідження соціалізації особистості в інтерсуб'єктній парадигмі / В. В. Москаленко // Соціальна психологія. — 2009. — № 6. — С 22—36.
96. Москаленко В.В. Економічна соціалізація особистості / В.В. Москаленко // Соціальна психологія : підручник. — К. : Центр навч. літ., 2005. — С. 284—315.
97. Московичи С. Машина, творящая богов / С. Московичи ; [пер. с. фр. Т. П. Емельяновой, Г. Г. Дилигенского] / научн. ред. А. И. Донцов. — М. : «Центр психологии и психотерапии», 1998. — 560 с.
98. Мудрик А. В. Социализация личности: учеб. пособ. для вузов / А. В. Мудрик. — М. : Академия, 2004. — 304 с.
99. Муздыбаев К. Психология ответственности / К. Муздыбаев. — Л., 1983. — 240 с.
100. Мясичев В. Н. Дружба и вражда в их социально-психологической значимости. / В. Н. Мясичев // Социальная психология личности / научн. ред. А.А. Бодалев. — Л. : Знание, 1974. — С. 14—16.
101. Мясичев В. Н. Личность и отношения человека / В.Н. Мясичев // Проблемы личности : материалы симпозиума / под ред. В.М. Банщикова, Л.Л. Рохлина, Е.В. Шороховой. — Т. 1. — М. : Наука, 1969. — С. 63—73.
102. Мясичев В. Н. Психология отношений / В. Н. Мясичев. — М. : Издательство Московского психолого-социального института, 2003. — 356 с.
103. Мясичев В.Н. Личность и неврозы / В. Н. Мясичев. — Л.: ЛГУ, 1960. — 426 с.
104. Неверов А. Н. Экономико-психологические факторы общественного развития / А. Н. Неверов. — Саратов : Саратовский государственный социально-экономический университет, 2007. — 171 с.
105. Обозов Н. Н. О трёхкомпонентной структуре межличностного взаимодей-

- ствия // Психология межличностного познания : [Сб. статей] / АПН СССР; под ред. А. А. Бодалева. — М. : Педагогика, 1981 — С. 80—92.
106. Обозов Н. Н. Психология межличностных отношений / Н. Н. Обозов. — Киев : Лыбидь, 1990. — 191 с.
107. Парсонс Т. О структуре социального действия / Толкотт Парсонс; под общ. ред. В. Ф. Чесноковой и С. А. Белановского. — Москва : Академический Проект, 2002 — 877 с. — (Концепции).
108. Пачковський Ю. Ф. Психологія підприємництва: навч. посіб. / Ю. Ф. Пачковський. — К. : Каравела, 2007. — 416 с.
109. Петровский А. В. Индивид и его потребность быть личностью / А. В. Петровский, В. А. Петровский // Вопросы философии. — 1982. — № 3. — С. 44—53.
110. Петровский В. А. Личность в психологии: парадигма субъектности / В. А. Петровский. — Ростов-на-Дону : Издательство «Феникс», 1996. — 512 с.
111. Петросян Д. С. Интерактивная модель поведения человека / Д. С. Петросян // Общественные науки и современность. — 2008. — №3. — С. 39—51.
112. Платонов К. К. Краткий словарь системы психологических понятий / К. К. Платонов. — М. : Высшая школа, 1984. — 174 с.
113. Посыпанов О. Г. Методика измерения социальной адаптивности личности / О. Г. Посыпанов // Современная психология: состояние и перспективы исследования. Часть 2 : Общая и социальная психология, психология личности и психофизиология, экономическая, организационная и политическая психология : материалы юбилейной научной конференции ИП РАН, (Москва, 28—29 января 2002 г.) — М. : ИП РАН, 2002. — С. 93—112.
114. Практическая психодиагностика. Методики и тесты: учебное пособие / [под ред. Д.Я. Райгородского]. — Самара : Издательский дом «Бахрах», 1998. — 672 с.
115. Реан А. А. Психология изучения личности: учеб. пособие / А. А. Реан. — СПб. : Изд-во А. В. Михайлова, 1999. — 288 с.
116. Розин В. М. Личность как учредитель и менеджер «себя» и субъект культуры / В. М. Розин // Человек как субъект культуры. — М. : Наука, 2002. — С. 42—112. — (Субъект в мире — Мир субъекта).
117. Розум С. И. Психология социализации и социальной адаптации человека / С. И. Розум. — СПб. : Речь, 2007. — 365 с.
118. Роменец В. А. Вчинок і постання канонічної психології / В. А. Роменец // Людина. Суб'єкт. Вчинок: Філософсько-психологічні студії / за заг. ред. В. О. Татенка. — К. : Либідь, 2006. — С. 11—36.

119. Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание. О месте психического во всеобщей взаимосвязи явлений материального мира / С. Л. Рубинштейн — М. : АН СССР, 1957. — 264 с.
120. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. — М.: Педагогика, 2003. — 357 с.
121. Рубинштейн С. Л. Человек и мир / С. Л. Рубинштейн. — М. : Наука, 1997. — 189 с.
122. Сайко Э. В. Субъект и субъектная составляющая в становлении и культурно-историческом выполнении пространственно-временного континуума социума / Э. В. Сайко // Человек как субъект культуры. — М. : Наука, 2002. — С. 13—42. — (Субъект в мире — Мир субъекта).
123. Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Часть 5. : Программы и методики психологического исследования личности и группы : материалы юбилейной науч. конф. ИП РАН (Москва, 28—29 янв. 2002 г.). — М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. — 368 с.
124. Сушков И. Р. Психологические отношения человека в социальной системе / И. Р. Сушков. — М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. — 412 с.
125. Татенко В. А. Психология в субъектном измерении / В. А. Татенко. — К. : Просвіта, 1996. — 404 с.
126. Татенко В. О. Суб'єктно-вчинкова парадигма в сучасній психології / В. О. Татенко // Соціальна психологія. — 2006. — №1(15). — С. 3—13.
127. Татенко В. О. Суб'єктно-вчинкова парадигма в сучасній психології / В. О. Татенко // Людина. Суб'єкт. Вчинок: Філософсько-психологічні студії. — К. : Либідь, 2006. — С. 316—357.
128. Титаренко Т. М. Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності / Т. М. Титаренко. — К. : Либідь, 2003. — 376 с.
129. Тугаринов В. П. Избранные философские труды / В. П. Тугаринов. — Л. : Изд-во ЛГУ, 1988. — 344 с.
130. 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.
131. Фелькель Т.Г. Комплекс методик для дослідження лідерського потенціалу в аспірантів вищих навчальних закладів / Т.Г. Фелькель // 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. — Київ — Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2011. — С. 107—108.

132. Фернам А., Аргайл М. Деньги. Психология денег и финансового поведения / А. Фернам, М. Аргайл. — СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2005. — 352 с.
133. Филинкова Е. Б. Психологические основания самоидентификации российских предпринимателей / Е. Б. Филинкова // Проблемы экономической психологии. — М. : 2005. — Т. 2. — С. 557—601.
134. Фоломеева Т. В. Экономические ценности в структуре социальных представлений о благополучии разных возрастных групп / Т. В. Фоломеева // Проблемы экономической психологии / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Курейченко. — М. : ИП РАН, 2005. — Т. 2. — С. 433—475.
135. Франкл В. Человек в поисках смысла / В. Франкл. — М. : Прогресс, 1990. — 367 с.
136. Фромм Э. Бегство от свободы / Эрих Фромм ; [пер. с англ. А. Лактионова] — Москва : АСТ : АСТ МОСКВА, 2009 — 284 с. — (Philosophy).
137. Фромм Э. Величие и ограниченность теории Фрейда / Э. Фромм. — М. : ООО «Издательство АСТ», 2000. — 448 с.
138. Хараш А. У. «Другой» и его функция в развитии «Я» / А. У. Хараш // Общение и развитие психики : сб. науч. тр. / под ред. А. А. Бодалева, Г. А. Ковалева. — М. : Наука, 1986. — 176 с.
139. Хараш А. У. Личность, сознание, общение: к обоснованию интерсубъективного подхода в исследовании коммуникативных воздействий / А. У. Хараш // Психолого-педагогические проблемы общения. — М. : Наука, 1979. — С. 236—247.
140. Харре Р. Метафизика и методология: некоторые рекомендации для социально-психологического исследования / Р. Харре // Социальная психология: саморефлексия маргинальности : хрестоматия / ред. М. П. Гапочка, сост. Е. В. Якимова — М. : ИНИОН, 1995. — С. 74—93.
141. Хашченко В. А. Типология субъективного экономического благополучия / В. А. Хашченко // Психологический журнал. — 2007. — Т. 28. — № 1. — С. 58—69.
142. Хорни К. Невроз и развитие личности / К. Хорни ; [пер. с англ.] — М. : Смысл, 1998. — 340 с.
143. Циба В. Т. Соціологія особистості: системний підхід. Навчальний посібник / В. Т. Циба. — К. : МАУП, 2000. — 152 с.
144. Шилловська О. М. Психологічні особливості породження наративу як засобу саморозвитку особистості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Загальна психологія; історія психології» / О. М. Шилловська. — К., 2003. — 22 с.
145. Шихирев П. Н. Современная социальная психология / П. Н. Шихирев. — М. : Наука, 1979. — С. 86—103.

146. Шмелев А. Г. Психодиагностика личностных черт / А. Г. Шмелев. — СПб. : Речь, 2002. — 472 с.
147. Экономическая психология : [учеб. пособ. / под ред. И.В. Андреевой]. — СПб. : Питер, 2000. — 512 с.
148. Ядов В. А. Диспозиционная концепция личности / В. А. Ядов // Социальная психология: Теория. История. Эмпирические исследования. — Л., 1979. — С. 106—121.
149. Ядов В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности / В. А. Ядов // Методологические проблемы социальной психологии. — М. : Наука, 1975. — 314 с.
150. Cattell R. The concept of Social Status / R. Cattell // Twentieth Century. — N-J, 1974. — Pp. 128—145.
151. Gergen K. J. Realities and relationships : Soundings in social construction / K. J. Gergen. — Harvard : HUP, 1994. — p. 69.
152. Hyde Janet Shibley Half the Human Experience The Psychology of Women. Fourth edition / Hyde Janet Shibley. — Lexington : D.C.Heath and company, 1991. — 475 p.
153. McKennell // Social Indicators research. — 1978. — V. 5. — N 4. — Pp. 389—426.
154. Millar M. G. and Tesser A. Effects of affective and cognitive focus on the attitude-behavior relationship / M. G. Millar, A. Tesser // Journal of Personality and Social Psychology. — 1986. — Pp. 270—276.
155. Rockeach M. The Nature of Human Values / M. Rockeach. — New York : Free Press, 1973.
156. Schneider Frank W., Gruman Jamie A., Coutts Larry M. Applied Social Psychology / Frank W. Schneider, Jamie A. Gruman, Larry M. Coutts. — Thosand Oaks : SAGE Publications, 2005. — 447 p.
157. Thomas W. J., Znaniecki E. The polich peasant in Europa and America / W. J. Thomas, E. Znaniecki. — Vol. 1. — Cambridge, 1918.
158. Tyszka Tadeusz Psychologia Ekonomiczna / Tadeusz Tyszka. — Gdansk : Gdanskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2004. — 613 str.
159. Zanna, M. P., and Rempel, J. K. Attitudes: A new look at old concept. In D. Bar-Tal and A. W. Kruglanski (Eds.) / M. P. Zanna, and J. K. Rempel // The social psychology of knowledge. — New York : Cambridge University Press, — 1988.

Наукове видання

*Т.В. Говорун, Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі,
Л.М. Карамушка, О.В. Лавренко, О.О. Міценко,
В.В. Москаленко, Ю.Ж. Шайгородський*

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ
ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ
СУБ'ЄКТА ЕКОНОМІЧНОЇ
СОЦІАЛІЗАЦІЇ

Монографія

*За науковою редакцією
В.В. Москаленко*

На титульній сторінці — малюнок
художника *Геннадія Задніпряного*

Комп'ютерна верстка *І.М. Шалюта*
Обкладинка *І.С. Павлова*
Коректор *Т.В. Зозуля*

Підписано до друку 20.12.2012 р. Формат 60х90/16.
Папір крейдяний. Друк офсетний. Зам. № 1776
Ум. друк. арк. 11,97. Наклад 300 пр.

Поліграфічно-видавничий центр ТОВ «Імекс-ЛТД»
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 195 від 21.09.2000
Вул. Декабристів, 29, м. Кіровоград, 25006
Тел./факс: (0522) 22-79-30, 32-17-05

