

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ ІМЕНІ Г.С. КОСТЮКА**



**ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ЕКОНОМІЧНОЇ
СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ В УМОВАХ
ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА**

Монографія

За редакцією Н. Дембицької, О. Лавренко

Київ
2024

УДК 159.923.2- 053.81

П 86

*Рекомендовано до друку вченою радою Інституту психології імені Г.С. Костюка
НАПН України (протокол № 8 від 27 червня 2024 р.)*

Рецензенти:

Мілютіна Катерина Леонідівна – докторка психологічних наук, професорка, професорка кафедри психології розвитку факультету психології Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Максимова Наталія Юрївна – докторка психологічних наук, професорка, головна наукова співробітниця лабораторії психології соціально дезадаптованих неповнолітніх Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України.

П 86 Психологічні механізми економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства: монографія / Н. Дембицька, І. Зубіашвілі, О. Лавренко, Т. Мельничук; за ред. Н. Дембицької, О. Лавренко. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2024. 209 с.

ISBN 978-617-7745-62-3

У колективній монографії, підготовленій науковцями лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, висвітлюються результати теоретичних та емпіричних досліджень психологічних механізмів економічної соціалізації особистості в період від раннього юнацького до раннього дорослого віку. Спираючись на досягнення вітчизняної та зарубіжної науки в галузі психології, філософії, культурології, педагогіки, автори розробили структурно-цільову модель психологічних механізмів економічної соціалізації особистості, яка може використовуватись в практиці економічного виховання молоді. Застосування цих розробок дозволить запобігти дії стихійних факторів та сприяти цілеспрямованому становленню економічної культури молоді, яка забезпечить її гармонійну інтеграцію в сучасні ринкові відносини.

Монографія адресована викладачам психології закладів вищої освіти, докторантам, аспірантам, студентам, працівникам у галузі практичної психології, науковцям-психологам, іншим фахівцям, що ведуть науковий пошук у галузі соціальної психології, психології соціалізації особистості, розробляють проблеми економічної культури особистості, її становлення в онтогенезі в різних соціально-економічних умовах.

УДК 159.923.2- 053.81

П 86

Номер державної реєстрації наукового дослідження 0122U000296

ISBN 978-617-7745-62-3

© Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2024

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ	
1.1. Наукові підходи до розуміння психологічних механізмів соціалізації особистості	9
1.2. Психологічні механізми економічної соціалізації особистості: поняття, системна організація	40
1.3. Становлення економічної самостійності як психологічний механізм економічної соціалізації молоді	59
<i>Висновки до розділу 1</i>	69
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ	
2.1. Аналіз системної організації механізмів економічної соціалізації молоді	73
2.2. Моральна регуляція як системотвірний чинник психологічних механізмів економічної соціалізації молоді	84
2.3. Ідентифікація як провідний інтраособистісний механізм економічної соціалізації молоді	132
<i>Висновки до розділу 2</i>	145
РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛІЗУЮЧІ ЕФЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ	
3.1. Суб'єктність як системний ефект актуалізації механізмів економічної соціалізації молоді	148
3.2. Ідентичність як інтраособистісний ефект актуалізації психологічних механізмів економічної соціалізації молоді	152
3.3. Механізми формування економічної автономії студентської молоді	165
<i>Висновки до розділу 3</i>	181
ПІСЛЯМОВА	186
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	189
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	208

ПЕРЕДМОВА

Тривалі зусилля низки урядів незалежної України утвердити в економічній практиці закони і принципи ринку нині навряд чи можна назвати занадто успішними. Тим менш переконливими сприймаються макроекономічні рішення сьогодні, на тлі крайньої невизначеності під час війни. Водночас беззаперечним є те, що пришвидшити перемогу, в тому числі й на економічному фронті, може тільки людський фактор. На часі проблема готовності молодих людей без зволікань включатись у відбудову господарства країни. Під питанням тільки процеси, що забезпечують формування цієї готовності. Йдеться про психологічні механізми, що забезпечують особистісні зміни. Ідеальним для суспільства є варіант бажаних, цілеспрямованих змін на користь інтенції і усвідомленого вибору працювати на благо процвітання українства в межах його автентичних територій.

Натомість слід зазначити, що і в самій психологічній науці назріла потреба визначитись із тими категоріями, якими означені такі досить складно досліджувані феномени, від чого їх прояви та ефекти не стають менш актуальними. Сьогодні на часі інтерперсональні, соціально-психологічні та інтраперсональні, внутрішньоособистісні процеси, які зумовлюють становлення і розвиток психолого-економічних якостей молоді в умовах нестабільної економіки.

Тому у цій колективній праці міркуватимемо про природу психологічного механізму взагалі та, зокрема, психологічних механізмів економічної соціалізації сучасної молоді в країні, яка все ще відстоює свою свободу, але вже зі зброєю в руках. У цьому контексті очевидним є прояснення не тільки суті психологічного соціалізуючого механізму (зміст явища, прояви, способи актуалізації, ефективність), але й принципово б визначити ті з них, які стимулюють, забезпечують формування психолого-економічних якостей справжніх суб'єктів економічних змін – тих, хто здатен ініціювати економічні зміни, чинити прорив у традиційних формах господарської діяльності на користь інноваційній економіці, котра бурхливо рухається, зокрема для повоєнного відновлення країни і кожного сімейного домогосподарства.

Звернення до категорії механізмів соціалізації викликане розумінням того, що погляд на ефективність різних видів економічної діяльності з позиції тих психологічних та соціально-психологічних процесів, що лежать в їх основі, сприятиме концептуальній розробці феноменів психологічної детермінації економічної соціалізації особистості та дозволить збагатити методологію, теоретичні засади концепції соціалізації особистості.

Перший розділ монографії присвячено теоретико-методологічному аналізу проблеми психологічної детермінації економічної соціалізації учнівської та студентської молоді в країні, яка воює. Розкрито зміст категорії «психологічний механізм» з точки зору кількох наукових підходів, в руслі яких вона розроблена найбільш чітко. Психологічний механізм розкрито як процес: 1) переведення внутрішніх стимулів у соціально прийнятні форми; 2) особистісного розвитку в процесі спільної діяльності; 3) зовнішнього впливу умов буття людини на засвоєння нею норм соціальної поведінки; 4) неусвідомлюваного фіксування і усвідомлюваного освоєння набутоків економічної культури.

Обґрунтовано психологічні механізми економічної соціалізації як процеси в економічній свідомості суб'єктів, що виникають в результаті взаємовпливу індивідуальних і групових суб'єктів економічної діяльності один на одного та безпосередньо зумовлюють чи опосередковано впливають на формування культуровідповідних економіко-психологічних якостей. В умовах війни таке формування має не поступальний, а бурхливий/кризовий характер, оскільки відбувається в умовах крайньої невизначеності.

Показано системний зв'язок механізмів соціалізації, в якій центральну регулятивну функцію виконують моральнісні орієнтації. Констатовано складність, ієрархічний характер цих зв'язків на різних рівнях перебігу соціалізуючих впливів. Зокрема показано, які соціалізуючі процеси актуалізуються на інтерперсональному та інтраперсональному рівнях економічної взаємодії.

Другий розділ монографії розкриває результати емпіричного дослідження психологічних механізмів економічної соціалізації учнівської та студентської молоді в період воєнного стану та повоєнного відновлення країни. Показано та інтерпретовано цікаві знахідки щодо системної організації психологічних механізмів, які забезпечують ефекти економічної соціалізації в пізній юності – ранній дорослості. Розглянуто емпірично виокремлену типологію механізмів економічної соціалізації в пізній юності – ранній дорослості. Встановлено співвідношення механізмів економічної соціалізації в пізній юності – ранній дорослості. Емпірично виокремлено особливості розвитку механізмів економічної соціалізації в пізній юності – ранній дорослості та описана тенденція актуалізації з віком тих психологічних механізмів, які забезпечують суб'єктну позицію молодої людини в сфері споживання, професіоналізації та зайнятості. Виокремлено особливості розвитку економічної ідентифікації в пізній юності – ранній дорослості. Показано економічну самостійність як здатність самостійно керувати фінансами, приймати обґрунтовані економічні рішення та забезпечувати матеріальні потреби суб'єкта. Це важливий психологічний механізм економічної соціалізації, що, включаючи когнітивні, мотиваційні та поведінкові компоненти, забезпечує формування економічної поведінки особистості.

В розділі наведено емпіричні докази того, що провідним чинником формування механізму економічної самостійності є життєва позиція молодої людини, котра ґрунтується на значущості для неї активних цінностей, пов'язаних з професійною самореалізацією, саморефлексією, а також на внутрішньому локус контролі в області досягнень та в області невдач. З'ясовані найбільш поширені стратегії поповнення фінансових коштів у ситуації і показано зв'язок між формою зайнятості молодих людей та стратегіями вирішення фінансової проблеми.

Матеріали розділу відображають також роль морального підґрунтя як психологічного механізму регулювання вчинків молодих людей в процесі їх економічної соціалізації. Проаналізовано систему цінностей, якими керуються

студенти в ході прийняття економічних рішень і які становлять фундамент ціннісної сфери молоді людини.

Останній розділ монографії присвячено психологічним ефектам функціонування механізмів економічної соціалізації молоді в умовах війни. Зокрема показано механізми, які, з одного боку, забезпечують певний ступінь автономії молоді людини, необхідної для формування особистості, здатної приймати рішення, протистояти зовнішньому тиску. З іншого боку, вони можуть не лише доповнювати один одного, а й бути розузгодженими, суперечливими. Підкреслено, що особливості економічної соціалізації в умовах воєнного часу визначаються суперечливими (часто агресивними і особистісно-центричними і водночас альтруїстичними та соціоцентричними) механізмами впливу в просторі взаємодії з іншими суб'єктами економіки. Внаслідок цього в досвіді молоді особистості закріплюється суперечливе ставлення до суб'єктів економічної взаємодії та об'єктів привласнення, і суперечливі стратегії матеріального забезпечення, що в цілому зумовлює непередбачувані наслідки економічної соціалізації особистості.

Водночас показано, що в умовах воєнного стану в країні актуалізується щонайперше моральнісний аспект формування досвіду привласнення, коли відбувається переструктурування системи економічних цінностей і відповідно трансформується система ціннісних моральних орієнтацій в континуумі «знецінення традиційних моральних цінностей (моральнісний нігілізм) – моральнісна заангажованість».

Сподіваємось, що міркування авторів, викладені в цій монографічній праці теоретичних та емпіричних розвідок, можуть представляти інтерес для широкого кола фахівців у галузі соціальної, економічної та організаційної психології, психології особистості, психології праці та управління. Запропонована теоретична структурно-цільова модель, виокремлені та описані особливості актуалізації та функціонування механізмів економічної соціалізації сучасної молоді, методичні прийоми дослідження, характеризуючись новизною

та актуальністю, привернуть широку увагу як заангажованих у вирішенні заявленої проблеми практиків, так і дослідників-теоретиків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

1.1. Наукові підходи до розуміння психологічних механізмів соціалізації особистості

1.2. Психологічні механізми економічної соціалізації особистості: поняття, системна організація

1.3. Становлення економічної самостійності як психологічний механізм економічної соціалізації молоді

1.1. Наукові підходи до розуміння психологічних механізмів соціалізації особистості

Дослідження феномену соціалізації здійснюється соціогуманітарними науками: психологією, соціологією, філософією, педагогікою та ін. Економічна соціалізація є одним з головних аспектів соціалізації особистості, актуальність якої згодом стає ще більшою. У межах психології проблема економічної соціалізації визначається на стику психології дитинства та психології економічної культури.

До кінця ХХ ст. дефініція «економічна соціалізація» поширилася на зрілий вік, і навіть на старість, оскільки проблема включення в економічний соціум цих вікових етапів буває конфліктною і має багато протиріч. а також ця проблема перетворилася на самостійну міждисциплінарну галузь дослідження. Людина формується як особистість та суб'єкт економічної діяльності в процесі соціалізації. Так як людина – створіння соціальне, то від народження вона вже оточена собі подібними, включеними до соціально-економічних зв'язків.

Первинний досвід комунікації людина отримує у своїй сім'ї ще до того, як починає говорити. Саме в сім'ї закладаються основні засади особистості людини. Надалі, будучи елементом соціуму, людина постійно отримує

суб'єктивний економічний досвід, який стає невід'ємною складовою її особистості. Освоєння цього досвіду індивідуальне: оцінка тотожних соціально-економічних ситуацій може бути неоднозначною. Особи виносять з ідентичних обставин різний соціальний досвід, що проявляється у іншому процесі – індивідуалізації. Під індивідуалізацією ми розуміємо процес розвитку конкретної особистості. Під час розгляду проблеми розвитку особистості співвідношення індивідуалізації та соціалізації людини викликає у деяких авторів розбіжності. Одні дослідники вважають, що індивідуалізація особистості – це негативна особливість, яка має бути заповнена процесом соціалізації, інші стверджують, що соціалізація ускладнює розкриття творчих можливостей людини.

Ми поділяємо думку психологів, які стверджують, що соціалізація не є антиподом індивідуалізації, процес соціалізації не веде до нівелювання особистості, індивідуальності людини. Швидше навпаки, у процесі соціалізації та соціальної адаптації людина знаходить свою індивідуальність, але найчастіше складним та суперечливим чином. Засвоєння соціального досвіду, що лежить в основі процесу соціалізації, стає ще й джерелом індивідуалізації особистості, яка не лише суб'єктивно засвоює цей досвід, а й активно його переробляє (Durkheim, 1982) [138].

Усе наведене вище, на наш погляд, стосується і процесу економічної соціалізації особистості. Економічна соціалізація – це процес засвоєння індивідом соціальних норм, економічних знань, ролей, цінностей, прийнятих у соціумі, за допомогою виховання та освіти. Результатом цього є включення індивіда в систему економічних відносин суспільства, завдяки чому він стає суб'єктом цих відносин. Пріоритетними каналами економічної соціалізації нині стають сім'я, ринок праці, інститут підприємництва, засоби масової інформації та сітьові комунікації тощо. І хоча в сучасному суспільстві має місце домінування економічних проблем, це часто призводить до конфліктів у ціннісній сфері: між економічними та етичними цінностями.

Зазначимо, що для соціальної психології економічна соціалізація особистості є значущою проблемою взаємодії особистості та суспільства. Соціально-психологічний аспект дослідження економічної соціалізації передбачає її зіставлення із соціальним цілим, прояснюючи основний зміст. Людина реалізовується як суб'єкт економіки у взаємодії з іншими суб'єктами через процес економічної соціалізації. Поруч із економічною соціалізацією відбувається процес засвоєння людиною елементів економічної культури. Якщо соціалізація – це набуття соціального досвіду, то інкультурація – це процес освоєння індивідом загальнолюдської культури та історично сформованих способів дій, у яких відбито духовні та матеріальні результати функціонування людини у різних епохах.

Відмітимо, що економічна соціалізація – це багатофункціональний процес, а інкультурація – культурно самобутній процес. Отже, між цими поняттями немає тотожності. Нерідко ми спостерігаємо відставання одного процесу від іншого. Так, успішна економічна соціалізація не завжди свідчить про необхідний рівень інкультурації, а благополучне засвоєння людиною економічної культури не означає наявність у неї певного соціального досвіду (Москаленко, 2013) [70, с. 203-209; 68, с. 116-122].

Узагальнюючи дані зарубіжних і вітчизняних авторів (Н. Смелзера, Дж. К. Коулмена, У. Бронфенбреннера, Т. Парсонса та ін.), В. Москаленко проаналізувала та виокремила такі групи засобів економічної соціалізації [69; 149; 165]:

1. *Традиційні* – через родину, найближче оточення. Цей спосіб характерний, як правило, для ранніх етапів соціалізації особистості.

2. *Інституціональні* – через інститути суспільства (дитячий садок, школа, засоби масової інформації тощо). У процесі взаємодії людини з різними соціальними інститутами економічна соціалізація відбувається на базі наростаючого накопичення нею відповідних знань і досвіду соціально схваленої поведінки.

3. *Міжособистісні*. Цей спосіб діє в процесі спілкування людини із

суб'єктивно значущими для неї особами. Він реалізується, на думку Н. Смелзера, через такі механізми як імітація та ідентифікація. Імітація, з погляду теорії соціалізації, розуміється як усвідомлюване прагнення дитини копіювати певну модель поведінки. Ідентифікація ж розуміється як спосіб засвоєння дітьми батьківської поведінки, настановлень і цінностей як своїх власних. Ці механізми характерні для ранніх стадій соціалізації.

4. *Рефлексивні засоби*, що розуміються як внутрішній діалог, у якому людина розглядає, оцінює, приймає або відкидає ті або інші цінності, включаючи і свою поведінку як результат перетворення суспільних відносин. Він реалізується через (виокремлені Н. Смелзером) такі механізми як почуття сорому і провини, котрі є негативними, оскільки забороняють визначену поведінку або придушують її. Вони багато в чому збігаються, але розрізняються в причинно-наслідковому зв'язку.

5. *Стилізовані засоби* діють в рамках визначеної субкультури. Субкультуру прийнято розглядати як комплекс морально-психологічних рис і поведінкових проявів, типових для людей певного віку, професійного або культурного шару, що в цілому створює певний стиль життя. Вплив субкультури на соціалізацію обумовлюється групою колег чи однолітків, що є її носіями. У цьому зв'язку актуальними постають питання про вплив на економічну соціалізацію класових, расових, етнічних та культурних відмінностей.

Кожен засіб економічної соціалізації має свій психологічний механізм реалізації. Знання закономірностей та психологічних механізмів економічної соціалізації особистості потрібно для створення методологічних засад організації системи виховання підростаючого покоління, яка здатна була б у ситуації швидких соціальних змін управляти умовами формування особистості. У контексті нашого дослідження для розуміння сутності економічної соціалізації потрібно описати її психологічні механізми. Оскільки економічна соціалізація є одним із аспектів процесу соціалізації, то дані досліджень в її

галузі можна екстраполювати й у вивчення досліджуваного нами феномену та визначити традиційні механізми економічної соціалізації :

1. *Інструментальне научіння* розглядається як поведінка, що заохочується винагородою й стає більш вірогідною, ніж поведінка, що передбачає покарання.

2. *Наслідування* розуміється як відтворення одним суб'єктом економічної поведінки іншого суб'єкта і є одним із шляхів засвоєння суспільного досвіду. Особливо велике значення має на ранніх етапах онтогенезу. Цей механізм соціалізації є первинним й виникає в сімейному вихованні.

3. *Ідентифікація* – механізм, що дозволяє особистості засвоювати стереотипи монетарної поведінки інших людей, особливо в тому випадку, якщо вони наділені владою або виявляють до неї позитивне ставлення.

4. *Соціальне порівняння* – цей механізм формує оцінку соціальної ситуації, яка є підставою для прийняття рішення, орієнтиром соціальної поведінки. Найважливішу роль він відіграє в споживанні, накопиченні грошових коштів й в оцінці власного матеріального становища та виникає на етапі юності.

5. *Змагання* – взаємне стимулювання економічної активності в процесі спільної діяльності. Проявляється в способах поводження з грошима та в ставленні особистості до матеріального благополуччя і розміру винагороди за працю.

6. *Каузальна атрибуція* – механізм соціального сприйняття, що виражається в причинній інтерпретації вчинків і почуттів іншої людини. Виокремлюються три види схем звичного пояснення: особистісна, обставинна і стимульна атрибуція.

7. *Рефлексія* – це суто психологічне явище, що представляє розумовий раціональний процес або акт, спрямований на аналіз, розуміння, усвідомлення себе, власних дій, поведінки, мови, свого досвіду, почуттів, станів, здібностей, характеру та міжособистісних взаємин. Зміст поняття «рефлексії» заснований

на предметно-чуттєвій діяльності особистості, тобто усвідомленні людиною практики, предметного світу культури.

Зазначимо, що інтерес до психологічних механізмів соціалізації загалом та економічної соціалізації зокрема не новий в соціальній та економічній психології. Особливо помітно він проявляється в психологічній літературі останніх часів. Спеціальне звернення до вивчення того чи іншого психологічного механізму повинно передбачати пошук відповідей принаймні на такі питання: склад і основна функція психологічного механізму, закономірності його генези (умови формування, найбільш суттєві чинники, що визначають його наступне функціонування тощо), причини і характерні ознаки руйнування, старіння і заміни на нові механізми.

Деякі дослідники зазначають, що в період трансформації суспільства в результаті гострої боротьби принципово різних світоглядів, в силу внутрішніх закономірностей розвитку суспільної психології змінюються механізми економічної соціалізації молоді – переважають саме ті з них, які ґрунтуються на аналізі власного досвіду економічної діяльності та досвіду інших людей – економічно успішних однолітків або відомих ділових людей (Н. Дембицька, 2020; О. Никоненко, 2013) [25; 75].

Спираючись на сучасні дослідження, зазначимо, що трансформації сучасного суспільства знижують ефективність традиційних механізмів соціалізації та детермінують нові психологічні механізми, а тому визначимо сучасні механізми економічної соціалізації:

1. *Економічна спрямованість особистості* – є провідним механізмом економічної соціалізації, який забезпечує смислотворення економічних інтересів, цілей, суб'єктивних відносин, а також динамічні тенденції економічної мотивації та економічну орієнтацію особистості в умовах трансформації суспільства.

2. *Особистісно-економічне конструювання соціальності та економічних ролей* як найефективніший механізм економічної соціалізації. Механізм

конструювання економічної ролі реалізується включенням особистісного конструкту в її психологічну структуру.

3. *Суб'єктна економічна раціональність* – як новий механізм економічної соціалізації особистості, що передбачає здатність суб'єкта сприймати та оцінювати ситуацію, приймати рішення, орієнтуючись на очікувану корисність, що є ознакою раціональної економічної поведінки.

В умовах інтенсивних змін, котрі відбуваються в сучасній економіці та в суспільстві в цілому, все більш важливого значення набуває завдання визначення сутності формування механізмів соціалізації особистості, їх прояву в соціумі.

Механізми соціалізації є помічниками для соціалізації особистості при взаємодії з різними агентами та чинниками. Механізми соціалізації вказують на те, в результаті яких процесів, дій відбувається соціалізація людини. Існують різні підходи до вивчення та інтерпретації «психологічних механізмів» соціалізації.

Як у вітчизняній, так і в зарубіжній психологічній практиці у фахівців немає єдиної думки з приводу інтерпретації поняття, різниці між смисловим навантаженням самих механізмів, змістовної сутності, класифікації та прояву механізму в соціумі.

Тому в межах нашого дослідження виникла потреба узагальнити думки низки вчених, які займалися вивченням психологічних механізмів. Розгляд теоретичних аспектів поняття психологічного механізму дасть змогу визначити особливості психологічних механізмів економічної соціалізації.

Уявлення про психологічні механізми економічної соціалізації базується на основі положень про соціалізацію особистості, запропонованих Н. Дембицькою, Л. Карамушкою, В. Москаленко, Е. Фернамом, Ю. Швалбом, а також в наукових працях В. Крисько, Т. Ньюкома, Д. Майерса, Г. Тарда, Ф. Хайдера та ін., присвячених проблематиці психологічних механізмів і аспектів їх формування.

Дослідженнями, що поклали початок вивченню психологічних механізмів

стали «Теорія структурного балансу» (Ф. Хайдера) і «Теорія комунікативних актів» (Т. Ньюкомба).

На думку вчених, психологічні механізми є своєрідними спеціально організованими умовами, в реалізації яких відбувається цілеспрямований вплив на поведінку людини у соціумі. Результатом цього процесу є формування ефективних моделей поведінки особи у групі чи групи загалом. При такому підході важливим є той факт, що суб'єктом, котрий здійснює комунікацію, може бути як окремий індивід, так і група індивідів. Автори вказують на важливість участі в процесі соціалізації не окремо взятої особистості, а особистості в процесі взаємодії з іншими в соціумі.

Зазначимо, що загальноприйняті визначення психологічних механізмів практично відсутні, різноманітні психологічні механізми часто наявні в емпіричних дослідженнях, й інколи бувають досить докладно і переконливо описані. Поняття психологічного механізму часто пов'язують з різними проблемами. Зокрема, з проблемою мотивації, для опису процесу внутрішньоособистісних змін та індивідуальних психічних перетворень, зі змінами інтерсуб'єктивними, для регуляції діяльності, забезпечення функціонування психічних процесів за умови використання певних засобів, як функціональні способи перетворення особистості, які закріпилися в її психологічній організації, в результаті яких з'являються різні психологічні новоутворення тощо.

В аналізі системи психологічних механізмів ми орієнтуємося на відомі розробки українських психологів, котрі присвячені дослідженню психологічних механізмів навчання і розвитку (С. Максименко, Ю. Машбиць, Л. Кондратенко, М. Смульсон та ін.), в яких розвиток і саморозвиток особистості тлумачиться, зокрема, як розвиток психологічних механізмів, а психологічний механізм – як системне утворення і теоретичний конструкт. Але також ми будемо враховувати погляди інших дослідників, які займаються цією проблематикою. За основу може бути взято їхнє розуміння досліджуваного феномену: «психологічний механізм – це певним чином (через задані процедури)

скомпоновані умови життєдіяльності індивідів, у яких різні психологічні закономірності у потрібному поєднанні дають передбачений ефект» [40; 41; 58; 86; 94].

Так, С. Максименко (Максименко, 2019) тлумачить психологічний механізм як знаряддя, розглядаючи механізми психіки людини у контексті генетичної психології. Він зазначає, що «механізм – це знаряддя, пристрій у людини, завдяки якому поєднуються у цілісність її органи і системи для передачі і перетворення енергії та інформації в процесах її діяльності». Він визначає склад механізмів психіки людини, серед яких: відображення, проектування і опредметнення. Психічне відображення характеризується системою функцій (активність, випереджувальний характер, суб'єктивність, розвиток) як регулятора діяльності людини. Основною функцією проектування як психологічного механізму автор вважає впорядкування і гармонізацію змістів відображення відповідно до мети дій чи діяльності людини. А опредметнення, як елемент свідомої і доцільної діяльності людини, має три основні форми: матеріальну, психічну і творіння себе самого (Максименко, 2019) [55, с. 19].

На нашу думку, розглядаючи психологічні механізми, мабуть, варто говорити не про конкретний механізм, а про систему механізмів, яка здатна, зокрема, розгортати діяльність людини. Однак ця система завжди не тільки містить механізм різних типів і видів, але й репрезентує складний характер їх функціональних зв'язків і відносин.

Детальний аналіз проблеми психологічних механізмів як предмета психологічного аналізу здійснено науковцями Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України в колективній монографії «Становлення особистісної ефективності школярів в онтогенетичному вимірі» (2015) [98, с. 21-32].

Автори зазначають, що науковий аналіз проблеми психологічних механізмів, різних за своїм предметним змістом, набуває стійкого теоретико-експериментального статусу у власне українському психологічному просторі з 70-х років ХХ ст. Водночас автори, на наш погляд, слушно зауважують, що

попри доволі широке вживання поняття «психологічний механізм», він включається, як правило, у психологічний розгляд без свого визначення. Ця тенденція, започаткована ще у ХХ ст., і на яку звертав увагу у 90-х роках ХХ ст. М. Боришевський, зберігається і донині. [9; 10; 98, с. 22].

М. Боришевський (1996) вважає, що «один і той самий феномен може бути одночасно як процесом чи певним утворенням, так і механізмом» [10, с. 28]. Цю тезу учений ілюструє прикладом концепту «самоконтроль», який, з одного боку, є процесом, що має «власні механізми, а з іншого – сам є механізмом у системі саморегуляції».

З розвитком соціальної психології як науки, у межах вивчення великих і малих соціальних груп, в класичних психологічних джерелах активно вивчалися такі соціальні процеси й психологічні механізми, як: соціальна фасилітація, ідентифікація, соціальний вплив, соціальна інгібіція, наслідування, реактивність поведінки, навіювання, зараження тощо та загальнопсихологічні категорії, що відображають особливості особистості, її властивості та процеси, такі як: конформізм, мотивація, рефлексія. Розглянемо сутність деяких з них.

Психологи, які займаються вивченням всіх цих процесів і категорій, дійшли висновку, що є закономірності, якими можна управляти для того, щоб коригувати поведінку індивіда. В середині 80-х років ХХ ст. виникла потреба дати назву цьому феномену, і його назвали «психологічним механізмом».

Поняття «механізм» виникло у технічній сфері. Дію механізму можна проілюструвати таким простим прикладом: «На дорозі лежать палиця і камінь – це просто предмети, але з'явилася людина, поклала палицю на камінь і створила важіль, тобто найпростіший механізм». Вчені наголошують на тому, що важливою складовою виникнення механізму є створення штучних умов, за яких певні предмети функціонують як механізм, впливаючи на навколишній світ для отримання певних результатів. Механізм – це система тіл, призначена для перетворення руху одного або декількох тіл на необхідні рухи інших тіл.

Отже, для виникнення механізму потрібно впливати на потрібні властивості психіки індивіда, організовуючи важливі умови навколишнього

світу. Приклад, який наводять вчені, демонструє змістовну сутність такого процесу як конформізм. Для цього потрібно поєднувати три спеціально організовані умови: перший – конформність (властивість психіки), другий – груповий тиск (спеціально організовані умови, стимул), третій – зміна моделі поведінки індивіда як результат. Цей приклад відображає ефект конформізму.

На думку Д. Майєрса, «конформність – це схильність людини до добровільної свідомої (довільної) зміни своїх очікуваних реакцій для зближення з реакцією оточуючих внаслідок визнання більшої їхньої правоти. Це властивість людини легко змінювати свою думку, настановлення щось під впливом групової думки» [133].

Також *конформність* як властивість психіки може виступати як приклад соціально-психологічного механізму. Наведемо низку прикладів до інтерпретації цього поняття.

Згідно Соломону Ашу, конформність – свідоме усунення індивідом розбіжностей із групою та встановлення фактичної чи формальної згоди з нею. Саме американський психолог Аш ставив знамениті експерименти, присвячені конформності [121].

Р. Мертон дає визначення конформності [98, с. 22] – як повне прийняття індивідом загальноприйнятих культурних цінностей та життєвих цілей, а також інституційно схвалюваних засобів їх досягнення [59, с. 93; 60].

Психологічний тлумачний словник найсучасніших термінів визначає конформність як піддатливість людини реальному чи уявному тиску групи, яка проявляється в зміні її поведінки та настановлень стосовно позиції більшості, яку вона раніше не поділяла [85, с. 203]. Оксфордський словник із психології трактує поняття конформності так: це тенденція допускати вплив інших людей на власну думку, ставлення, сприйняття та дії.

Конформізм – явище не загальнообов'язкове, існують особи малоконформні. Неконформність – вроджена якість, суттєву роль у її формуванні можуть відігравати елементи життєвого досвіду людини. Особливим різновидом залежності, антиподом конформізму є негативізм

(нонконформізм), тобто таке ставлення до моральних цінностей, поведінки і свідомості певної соціальної спільноти, яке заперечує їхню значущість для всієї спільноти чи окремої особи, це прагнення неодмінно діяти всупереч позиції панівної більшості, за будь-яку ціну і у всіх випадках утверджувати протилежну точку зору.

Філософський енциклопедичний словник (2002) акцентує наявність морального принципу в явищі конформізму. Конформізм (від лат. *conformis* – подібний, відповідний) – термін, що позначає соціально-психологічну та моральну орієнтацію особи, для якої характерні пасивне пристосовницьке прийняття готових стандартів у поведінці, оцінках, смаках, повне і беззастережне визнання існуючих порядків, норм і правил співжиття, відмова від особистої позиції; моральний принцип, що визначає спосіб реалізації моральності, регламентує сферу морального спілкування [109, с. 299].

Отже, конформізм – це некритичне прийняття індивідом існуючого порядку речей, пристосування до нього, відмова від вироблення власної позиції, пасивне дотримання переважного способу думок і типу поведінки, загальносоціальних чи групових стандартів та стереотипів. Конформність стає соціально-психологічним механізмом завдяки груповому тиску за наявності певної референтної особи, групи, з інформацією якої має погодитися людина, що піддається конформності, коли діє умова групового тиску.

Найчастіше конформізм у психології визначають як підпорядкування судження або дії індивіда групового тиску, що виникає з конфлікту між його власною думкою та думкою групи. Індивід піддається конформній поведінці, коли робить вибір на користь не своєї думки, а думки групи. Конформізм включає прийняття авторитетів, прийняття групових стандартів, визнання порядків і норм.

Поняття психологічного механізму було введено у психологічну науку наприкінці ХХ сторіччя. В. Москаленко (2008) визначила психологічний механізм як перетворення, за допомогою яких виявляються закономірності їх функціонування та здійснюється соціально-психологічна системність [70, с.

203-205].

Перетворення – це зміна закономірностей поведінки індивіда залежно від норм і правил, притаманних для цієї групи, соціального шару чи суспільства, які є унікальними у зв'язку з певними видами діяльності. Вчена виокремлює такі механізми, як наслідування, зараження, ідентифікація, груповий тиск та специфіка функціонування соціальних настанов.

Загалом поняття «механізм» в соціальній психології використовується для позначення багатьох інших явищ і процесів, задіяних у процесі соціалізації особистості. Це: а) *захисний механізм* – поєднані з Я автоматичні підсвідомі механізми, що забезпечують психічний захист особистості (від неприємних емоцій, тривоги, відчуття провини, его-захисні тенденції; б) *механізм зсуву мотиву* – механізм перетворення мети в мотив, зсув мотиву на мету; в) *механізм ідентифікації* – забезпечує передачу особистісного досвіду побічно – через особистий приклад, зараження, наслідування; г) *неусвідомлюваний механізм* – автоматизми, настановлення, супроводи свідомих дій; д) *механізм освоєння ролі* – прийняття, входження і освоєння соціальних ролей, стиль поведінки, який індивіду треба засвоїти; ж) *підкріплювальні механізми* – події, послідовність подій, які роблять структурні зміни особистості стійкими (наприклад, вибіркове сприйняття) тощо.

Багатоаспектна сутність поняття механізму, який поширений у технічній сфері, дає змогу цей термін використовувати і в інших системах, зокрема в системі економічної соціалізації, прив'язуючись до економічних процесів. Як зазначають Т. Склярук, І. Соболев (2017), механізм можна розглядати як сукупність взаємопов'язаних елементів, процесів, прийомів, методів, підходів та здійснення певних функцій задля досягнення мети. У сутнісному наповненні механізму важливими є також взаємозв'язки і процеси, які відбуватимуться завдяки дії механізму і обов'язково мають динамічну властивість. Механізм серед інших категорій економічної психології дає відповідь на питання, як саме реалізовується певний процес, зокрема економічної соціалізації [92].

У науковій роботі О. Никоненко (2013) дає визначення соціально-

психологічного механізму як процесу формування соціальних уявлень людини, інтеріоризації нового соціального знання у спеціально організованих, з погляду соціальної психології, умовах, які оптимізують цей процес. Цей механізм має враховувати насамперед загальні закономірності соціальної перцепції та суттєві властивості функціонування когнітивної картини світу людини [75].

Для розуміння підходів науковців до визначення соціально-психологічного механізму слід розкрити поняття інтеріоризації. У психологічному тлумачному словнику під інтеріоризацією (від лат. interior – внутрішній) розуміється «процес формування внутрішніх структур людської психіки завдяки засвоєнню структур зовнішньої соціальної діяльності» [85, с.171]. Французький соціолог Е. Дюркгейм вперше запровадив це поняття в психологію, а інтеріоризацію як психологічний принцип детально проаналізували представники французької психологічної школи П. Жане, Ж. Піаже, А. Валлон та ін. У вітчизняній психології інтеріоризація трактується як перетворення структури предметної діяльності на структуру внутрішнього плану свідомості, інакше – як перетворення інтерпсихологічних (міжособистісних) відносин на інтрапсихологічні (внутрішньоособистісні, стосунки з самим собою) [там само].

О. Бабенко (2019) розглядає сутність процесу інтеріоризації як центрального механізму когнітивного розвитку особистості. Це поняття означає формування розумових дій і внутрішнього плану свідомості через засвоєння індивідом зовнішніх дій з предметами та соціальних форм спілкування. Інтеріоризація полягає не в простому переміщенні зовнішньої діяльності у внутрішній план свідомості, а в формуванні саме цієї свідомості. Тому, на її думку, інтеріоризація є важливим процесом розвитку свідомості особистості, набуття нових знань і перетворення структури особистості [3].

Загалом, базуючись на наявних літературних джерелах, під психологічним механізмом ми розуміємо:

- таку систему організаційно-управлінських процедур, що забезпечують умови, в яких з високою мірою ймовірності виявляються

соціально-психологічні закони та закономірності, що забезпечують запланований ефект;

- це те, що з найбільшою ймовірністю впливає на поведінку людини в соціумі; відмінністю цього визначення є вказівка на різні чинники, крім соціально-психологічних, які впливають на поведінку людини;

- важливими особливостями психологічного механізму є зміна поведінки людини, інтеріоризація нею соціального знання;

- це певним чином скомпоновані умови життєдіяльності індивідів (через задані процедури), у яких різні психологічні закономірності у потрібному поєднанні дають передбачений ефект;

- це процес, який перетворює активність чинника соціалізації (соціальні умови, рушійні сили, якості особистості) в її результат;

- психологічний механізм забезпечує функціонування психічних процесів за умови використання певних засобів, в результаті чого з'являються різні психологічні новоутворення, підвищується або знижується рівень організованості особистісної системи, змінюється режим її функціонування.

Зазначимо, що поняття психологічного механізму економічної соціалізації особистості слід відрізнити від понять способу, засобу, методу впливу на неї. На відміну від останніх, психологічний механізм не може бути позитивним чи негативним, хорошим чи поганим. Він або є, або його немає. Один і той самий механізм може бути використаний однаково успішно тим, хто ним володіє, як для досягнення благородних, так і злочинних цілей. Проте, якщо в основу тієї чи іншої методики (навчання, виховання, рекламування, агітування, пропагування тощо) буде покладений не той механізм, який потрібно, очікуваний ефект соціалізації може бути принципово недосяжним.

Розкривши сутність психологічного механізму та давши різні визначення цього процесу, доцільно розглянути його основні види з огляду на класифікацію різних учених. Узагальнюючи наявні літературні джерела, основними психологічними механізмами, що забезпечують процес соціалізації особистості загалом та економічної соціалізації зокрема, є такі: *зараження*;

наслідування; процес дії; механізм групового тиску; механізм ідентифікації; процеси рефлексії та мотивації; механізм масової сили; соціальна фасилітація та інгібіція; соціальний вплив: переконання та навіювання.

Охарактеризуємо декотрі з них. Безсумнівно, одним із найважливіших психологічних механізмів є малоусвідомлюваний **механізм наслідування** чи неусвідомлене повторення тих зразків поведінки, які демонструються чи є загальноприйнятими у соціальному оточенні індивіда. Це найперший психологічний механізм, з яким знайомиться дитина у сімейному колі чи оточенні однолітків – він забезпечує відтворення однією людиною певних зразків поведінки (дій, вчинків, манер), що мають певне емоційне забарвлення [99; 178, с. 81-98]. Г. Тард (*Gabriel Tarde*, «Les lois de l'imitation», 1890) є засновником теоретичної концепції механізму наслідування.

Зважаючи на його важливість і дієвість у процесі економічної соціалізації розглянемо його більш детально. Заглиблюючись в історію вивчення психологічних механізмів, потрібно звернутись до Г. Тарда, який стояв біля витоків виникнення соціальної психології. Він визначив психологічні механізми міжособистісних взаємин. Головним механізмом розвитку суспільства, за Г. Тардом, було наслідування як універсальний пояснювальний принцип всього життя. Суспільство – це наслідування, адже тільки завдяки наслідуванню воно зберігає свою цілісність. Зміни, що мають місце в суспільстві, пов'язані з виникненням і розповсюдженням нових форм взаємодії, і як наслідок – зі зміною орієнтирів для подальшого наслідування. Він виділяє три основних типи наслідування: а) взаємне наслідування; б) наслідування звичаям і зразкам; в) обдумане наслідування. Їх механізмами є мода, звичаї, традиції, які формують групові цінності, а індивіди, засвоюючи їх, соціалізуються. У традиційному суспільстві панує звичай, у сучасному – переважає мода. Тард розглядає наслідування як «панування прикладу», коли будь-яка новація в сфері суспільного життя засвоюється і повторюється багатьма людьми, збагачуючи їх різноманітну діяльність, життя і розширюючи владу над природою [99, с. 20].

Одним з перших, хто наважився застосовувати соціально-психологічні підходи в дослідженнях поведінки споживачів в умовах збільшення свободи вибору матеріальних і духовних благ, зважаючи на механізм наслідування, став американський соціолог Джо Кербі (J. Kerby, 1975). Він класифікував чинники, які впливають на індивідуальний вибір споживачів: 1) наслідування; 2) приналежність до соціального класу; 3) приналежність до соціальної групи; 4) вплив культурного середовища [151, с. 41–65].

Чинник наслідування Д. Кербі розглядає як домінуючий у поведінці споживачів. За такої поведінки люди прагнуть принаймні створити ілюзію того, що вони володіють такою ж «соціальною цінністю», як і той, кого вони наслідують. З іншого боку, наслідування полягає в тому, що люди здебільшого відчують незручність, коли усвідомлюють, що їхня поведінка, стиль не узгоджуються, суперечать поведінці, стилю життя тих осіб, з ким вони спілкуються або хочуть спілкуватися. Ще однією особливістю наслідування є бажання володіти атрибутами, які мають особи з вищим економічним добробутом чи соціальним статусом. Цей тип наслідування Д. Кербі називає «прямим», таким, що передбачає копіювання поведінки свого «героя». Такий підхід нівелює індивідуальність і особистість людини, уніфікує її потреби, створює основу для формування конформістського способу життя.

Ідеї Тарда віднайшли своє продовження в сучасних умовах в проблематиці, пов'язаній із впливом моди на споживчу поведінку людей в процесі економічної соціалізації. Американський економіст і соціолог Торстейн Веблен проаналізував психологічний механізм демонстративного споживання по відношенню до моди. Поклоніння перед речами, прагнення виокремитися з натовпу за рахунок демонстративного споживання, гонитва за безглуздими примхами моди постають у висвітленні Веблена як атавізм і мішура, що поглинають життя людини. Основоположник сучасної соціології Вернер Зомбарт вважав, що мода – це схильність до швидкої зміни, схильність покупців купувати все найновіше.

Більшість теорій зарубіжних теоретиків інтерпретують моду як соціальний інститут, що має чітко визначені функції, такі як: соціальний контроль та психологічний механізм соціальної сегрегації й стратифікації.

Мода – це одна із соціальних норм, характерних насамперед для індустріального і постіндустріального суспільств. Як соціальна норма вона прописує членам певного суспільства певну модель споживчої поведінки. Індивід все більше здатний творити себе через споживання товарів, що несуть сенс. Крім того, він повинен дбати про свою адекватність, постійно йдучи в ногу зі змінами, тобто враховувати психологічний механізм моди в процесі конструювання себе.

Мода має зовнішній по відношенню до індивіда характер впливу. Вона перетворюється в цінність, коли зовнішня норма модної поведінки приймається індивідом (інтеріоризується), стає його внутрішньою потребою, бажанням. У цьому випадку мода виступає як внутрішній компас споживчої поведінки. Споживання, купівля товарів стали найважливішим способом маніфестації певного світогляду, суспільної позиції та дають можливість творення себе вкрай вільно, майже без обмежень, але виключно лише з певного кола можливих варіантів (О. Щерба, 2020) [115, с. 41-51].

Як зазначає українська дослідниця О.В. Євтушевська (2016), мода також є цікавим психологічним феноменом. Намагання уподібнитися до соціальних еліт, перейняти стиль їхнього життя, прагнення наслідування та безпеки – все це також є причинами появи моди. Дотримання однакових приписів моди різними людьми означає, що де в чому вони мають спільні смаки, погляди, а отже, споживач відчуває свою належність до спільноти та безпеку [30, с. 23].

Мода – одна із форм наслідування престижності нового віяння (якщо еліта одягає певні речі і хоч якими б оригінальними вони не були, хтось із підлеглих може також дозволити собі це одягнути), утилітарність того, що є об'єктом наслідування, що є об'єктом масової моди; речі можуть бути не престижними, але практичними і зручними, що дозволяє їм набути світової популярності. Наприклад, джинси, спортивне взуття (рекламні компанії

застосовують цілеспрямовані дії, які сприяють масовому зараженню і наслідуванню використання їх у нашому повсякденні, причому для всіх вікових груп).

У сучасному світі прагнення бути модним є симптом конформізму і водночас дозволяє шукати нові враження та новизну, а також особистісний релятивізм, що дозволяє задовольнити потребу у відмінності (різноманітності), дозволяє підкреслити сексуальну привабливість і водночас дає можливість виділитися в натовпі та підкреслити власну унікальність.

Модна індустрія створює варіанти на будь-який гаманець. Припустимо, якась модна річ, знаходить своє втілення в схожому дизайні та схожих матеріалах, а інколи й аналогічна річ, однак її вартість в десять, а то й більше разів дешевша ніж коштовний бренд. З цього всі мають зиск: покупець – отримує бажану річ та ідентифікує себе з елітою, стає модником, а індустрія – отримує свої гроші.

Однак з часом мода набуває такого розмаху, що за візуальною ознакою елітний клас не можна відрізнити, так як «модні» вже всі. Саме тоді і виникає новий цикл моди – створюється тренд, який спочатку буде доступний лише еліті, та за деякий час він просочується до нижчих шарів суспільства за прийнятною для них ціною і всі задоволені. Саме це просочення вниз дає стимул для створення нових колекцій та впровадження нової моди. Нові модні стандарти відносно легко циркулюють від однієї соціальної групи до іншої, зазнаючи при цьому невеликих, притаманних певній групі трансформації. Це робиться для того, щоб людям легше було перейняти такий модний зразок. Новий модний цикл починається, щоб пройти свій розвиток, блискучий вибух, коли та чи інша річ стає трендом, і забуття, коли вже всі переситилися такою річчю чи предметом та шукають новий зразок для наслідування (О. Романовська, Я. Драчук, 2012) [88, с. 56-60].

У загальних рисах, механізм наслідування є фундаментальним принципом розвитку та існування суспільства, завдяки цьому процесу виникають цінності та групові норми. Цей механізм аналогічний світовому закону повторення. У

тварин цей закон проявляється через спадковість, у людей – через наслідування. Чинність цього закону є певним двигуном прогресу.

Розглянемо ще один психологічний механізм – *механізм соціальної ідентифікації*. В. Москаленко у книзі «Соціальна психологія» (2008) так визначає цей механізм: практично повне ототожнення індивіда з іншою людиною чи групою людей за допомогою процесу прийняття цінностей та норм, що домінують у ній. Соціальна ідентифікація – когнітивний процес. Завдяки цьому механізмові індивід на першому етапі починає відносити себе до певної соціальної категорії, а на наступних відбувається його повне ототожнення з тією чи іншою соціальною спільнотою.

Механізм ідентифікації забезпечує передачу «особистісного» досвіду побічно – через особистий приклад, психічне зараження, наслідування. Характерна риса процесу ідентифікації полягає в тому, що він триває, особливо спочатку, незалежно від свідомості дитини, а також не контролюється повною мірою з боку батьків. На більш пізніх вікових стадіях надзвичайно розширюється коло осіб, з яких вибирається взірець – об'єкт ідентифікації (ним може виступати відомий підприємець, фінансист, блогер економічного профілю тощо. Серед них можуть бути не тільки реальні люди, знайомі чи незнайомі, але й літературні герої). Однак рано чи пізно, але настає час, коли «взірець» утрачає привабливість і суб'єктивну значущість. І це природно: особистість сприйняла від взірця щось важливе і потрібне для себе, і шукає свій шлях ідентифікації, новий взірець.

Також В. Москаленко розглядає інший важливий психологічний механізм – *механізм масової сили*, під яким маються на увазі механізми *соціальної фасилітації* та *соціальної інгібіції*. Принцип соціальної фасилітації: присутність інших впливає на рівень активності дій певного індивіда, підвищує його. Механізм соціальної інгібіції також впливає на рівень активності дій індивіда, але змінює їх у бік зменшення [70, с. 67].

Ще одним важливим психологічним механізмом є *соціальний вплив*. Найчастіше його поділяють на дві частини: *переконання* та *навіювання*.

Переконання – реалізація вербального на свідомість індивіда у вигляді аргументації і наступна зміна його поведінки. Навіювання – несвідоме сприйняття інформації індивідом або групою без аналізу та оцінки цієї інформації.

На відміну від переконання і навіювання, що представляють собою цілеспрямований вплив на індивіда або групу, **психічне зараження** (як різновид психологічного механізму) – це вид несвідомого, неусвідомленого впливу людей один на одного, який передбачає передачу насамперед емоційного стану, настрою, і водночас пов'язаних з ними думок і уявлень, що призводять до зміни їхньої поведінки.

Хоча зараження як форма впливу може спостерігатися усюди, де виникає спілкування людей, найбільш яскраві прояви зараження виявляються в дифузних, слабо організованих групах, в кінотеатрах, на стадіонах, у танцзалах, концертних залах, на карнавалах, мітингах тощо, де цьому сприяє ритмічний і часто приголомшуючий музичний фон. Зараження здійснюється через передавання психічного настрою, наділеного великим емоційним зарядом.

У підсумку психічне зараження призводить до того, що група людей виявляється охопленою єдиним почуттям, єдиним настроєм – радості або горя, захоплення або відчаю, наснаги або зневіри, екстазу або панічного жаху. У цьому стані група стає носієм значної потенційної енергії, яка прагне знайти вихід і, як правило, знаходить його. Однак далеко не завжди форми реалізації цієї енергії є соціально прийнятними. Звідси існує стійке упередження проти прояви крайніх форм психічного зараження.

Психічне зараження здійснюється через передачу психічного настрою внаслідок загострення почуттів. Воно виникає внаслідок некритичного засвоєння зразків чужих поведінкових моделей і має властивість підсилюватись за рахунок взаємодії масового характеру. Важливу роль у психічному зараженні відіграє спільність оцінок та настановлень, властивих великій кількості людей, схильних до зараження.

Психічне зараження здійснюється через передачу емоційного стану від

однієї особи до іншої на несвідомому рівні. Свідомість у таких умовах різко звужується, майже зникає критичність до подій, інформації, яка надходить з різних джерел. Психологія пояснює зараження як неусвідомлювану, мимовільну схильність людини до певних психічних станів. Відбувається зараження через передавання психічного настрою, наділеного великим емоційним зарядом. Воно є одночасно продуктом впливу на інших енергетикою психічного стану індивіда чи групи, а також здатністю людини до сприймання, співпереживання цього стану, співучасті.

У ході зараження від індивіда до індивіда переходять різні емоційні стани – захоплення, тривога, радість, ентузіазм, сміливість тощо, які безконтрольно, поза власним осмисленням, сприймаються й відтворюються людьми в ситуації їх безпосереднього спілкування.

Зараження або «стадний» інстинкт – один з методів групового впливу на психіку. Однією з ознак його є стихійність: «всі побігли – і я побіг».

Різновидом психічного зараження є інформаційне зараження, механізм якого активно використовують «боти». Наприклад, людину просять поставити лайк якомусь коментарю – там, де було багато лайків, а текст до кінця вона не прочитає (бо навіщо – інші ж поставили). Вдягнув футболку з буквою «Z» – всі в інтернеті такі носять, хоча до кінця не розуміє, що вона означає.

Під постами у соцмережах боти залишають багато емоційних коментарів, які викликають психологічний вплив на особистість у процесі взаємодії, який передає певні настрої, спонукає не через свідомість та інтелект, а через емоційну сферу до зміни думки/настрою. У підсумку зникає критичність до подій та інформації.

Рефлексія також відноситься до психологічних механізмів, що розглядаються нами. Рефлексія – це внутрішній діалог людини із собою, у результаті відбувається «усвідомлення індивідом того, як він сприймається партнером зі спілкування».

Механізм економічної соціалізації рефлексивно пов'язаний із внутрішнім діалогом, в якому людина аналізує, прораховує, доходить адекватного рішення

щодо економічних дій і вчинків. Це основа соціального коригування розуміння, тобто усвідомлення людиною того, якими способами вона взаємодіє з іншими. Соціокультурні значення реальності, змінені під впливом рефлексивного аналізу соціальних зразків, дозволяють намітити нові орієнтири формування себе як особистості (Lefebvre, 1961) [155].

Рефлексія повертає свідомість особистості на саму себе, змушує її перебудувати певним чином своє мислення, свою схему діяльності, спрямувавши погляд всередину себе. У більш широкому розумінні (а не вузько гносеологічному) рефлексія включає в себе розуміння себе та іншого, самооцінку й оцінку іншого, інтерпретацію свого мислення та дій, а також інтерпретацію мислення та дій іншої особи.

У наукових дослідженнях наголошується, що у сучасній науці межі категорії рефлексії суттєво розширилися. Крім традиційної, ретроспективної функції рефлексії (критичного аналізу, накопиченого наукою знання), активно застосовується її конструктивна, творча функція (розробка цінностей, цілей, програм та засобів наукової діяльності).

Дослідники, звертаючись до питань економічної соціалізації особистості в освітньому процесі та проблем соціального виховання, розуміють рефлексію як внутрішній діалог, в якому людина розглядає, оцінює, приймає або відкидає ті чи інші цінності, властиві різним інститутам суспільства, сім'ї, суспільству, одноліткам, значущим особам тощо. Вона являє собою внутрішній діалог декількох видів між різними «Я» людини, з реальними або вигаданими особами. За допомогою рефлексії людина може формуватися і змінюватися в результаті усвідомлення і переживання нею тієї реальності, в якій вона живе, свого місця в цій реальності і самої себе (Павелків. 2005) [82].

Поняття психологічного механізму часто пов'язують з проблемою **мотивації**. Певна спрямованість поведінки індивіда є сутністю дії цього механізму. Механізм мотивації може змінювати поведінку індивіда, проявлятися несвідомою силою, що спонукає людину до дії. Виявлення мотивів діяльності людей – надзвичайно важке завдання. По-перше, тому що складні

види активності особистості (наприклад, трудова) викликаються до життя не одним, а кількома чинниками (потребами). По-друге, тому що мотиви можуть бути не тільки усвідомленими, а й неусвідомленими. Також треба мати на увазі, що в основі мотивації лежать не вроджені, а набуті потреби. Вони формуються в результаті виховання, навчання, соціалізації, впливу на індивіда інших людей і груп.

Мотивація – це динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, що керує поведінкою людини і визначає її спрямованість, організованість, активність і стійкість. Мотивація вчинків і поведінки людини показує, до чого вона схильна у моральному виборі: до рішення, заснованого на корисливих мотивах, чи до альтруїстичної поведінки. Саме характер вирішення етичних ситуацій, а також докладне обґрунтування зробленого вибору є важливим критерієм морального розвитку особистості та її вчинків в економічній сфері.

Соціальні мотиви людей можуть мати або конкурентний, або кооперативний характер. Той чи інший соціальний статус зазвичай набувається за допомогою конкуренції або кооперації.

В аналізі соціалізуючого впливу психологічних механізмів варто розглянути й механізм *реактивності людської поведінки*. У нього психологи включають такі інструменти, як зворотний зв'язок та самопрезентація. Інструмент зворотного зв'язку включає інформацію про вплив поведінки певного індивіда чи ситуації на партнера. Індивід розуміє стан партнера, оцінює ситуацію з сигналів, що поступають від нього у процесі вербальної та невербальної комунікації. Самопрезентація – здатність індивіда виглядати в очах партнера по взаємодії так, щоб його образ повністю відповідав завданню, що вирішується в конкретній ситуації. Індивід може виступати в якості керівника, лідера, підлеглого та ін. У такому випадку партнер зі спілкування сприйматиме свого співрозмовника і буде певним чином реагувати, змінюючи свою поведінку, ставлення тощо.

Шерінг – певним чином організований обмін враженнями в умовах

групового обговорення. Цей метод часто застосовується у груповій терапії, на різних психологічних тренінгах підвищення згуртованості, демонстрації певної схожості тощо. Шерінг може використовуватися як механізм впливу на нормативні утворення когнітивної картини світу, вирішувати завдання інтеріоризації соціально-нормативних утворень або корекції на когнітивному рівні, перетворюючи їх на уніфіковані. Дія цього механізму залежить від сформованих індивідуальних особливостей людини, від особливостей її мотиваційної структури, когнітивної картини світу щодо норм, правил і настановлень організаційної поведінки [61, с. 56].

Ще одним важливим психологічним механізмом, що забезпечує економічну соціалізацію, є *розділена згода*. Це поняття у 1965 р. ввів Т. Ньюкомб (Т. Newcomb, 1953). На його думку, розділена згода – процедура, у якій члени групи у певному порядку висловлюють згоду щодо значущих для групи запитань. У своїй теорії комунікативних актів науковець розробив механізм, який пояснює, яким чином в колективі людей виникає згуртованість, єдність і спільність поглядів між ними, приязні та неприязні взаємини. Його модель відповідає на запитання: як особисті взаємини впливають на комунікацію людей, у чому полягають соціальні функції комунікації, які передумови необхідні для вступу у комунікацію тощо [162, с. 293-304].

Автор визначає психологічний механізм розділеної згоди як соціально-психологічну процедуру, що забезпечує зближення когнітивних елементів корпоративної культури. За допомогою механізму розділеної згоди відбувається включення нових соціальних знань до когнітивної картини суб'єкта через участь у процедурі лідерів думок, емоційних лідерів та високостатусних членів організації.

З точки зору структурного підходу, групу або навіть ціле суспільство можна розглядати як складну мережу або структуру міжособистісних почуттів, в якій майже всі індивіди пов'язані з кількома «іншими» настановленнями приязні, неприязні, поваги, ненависті тощо. Хоча кожна людина володіє сильними настановленнями лише по відношенню до невеликого числа

«інших», ці «інші» пов'язані з третіми, а ті своєю чергою – з четвертими тощо. Тому все суспільство можна уявити як «павутину», мережу міжособистісних почуттів або настановлень. Кожна людина пов'язана безпосередньо з небагатьма іншими, але побічно – з усім світом. Вся мережа умовно може бути розділена на малі групи, внутрішньо пов'язаних позитивними настановленнями її членів і віддалених зовні від інших груп неприязню або байдужістю.

Ще одним психологічним механізмом, що забезпечує економічну соціалізація особистості, є **соціальні настановлення або атитюди**. Атитюд – це схильність особистості певним чином сприймати та оцінювати соціально значущі об'єкти, а також готовність особистості до певних дій, що орієнтовані на ці об'єкти [112, с. 75-81; 119].

Механізмом формування атитюду може виступати спостереження за поведінкою інших людей, а також спостереження за її наслідками. Якщо поведінка котрогось індивіда супроводжується позитивними результатами і гідно оцінюється людиною, можливо, що це призведе до формування у неї позитивної настановленості на таку поведінку. Наприклад, якщо ми щоранку спостерігаємо за сусідом, який займається спортивним бігом і до того ж бачимо, що він прекрасно став виглядати, підтримує спортивну форму, перебуває завжди в гарному настрої, ймовірніше, у нас сформується позитивний атитюд на спортивний біг. Найбільший вплив на наші настановлення мають ті, хто стоять до нас ближче всіх соціально, але трохи вище нас по престижу. Якщо в нашому оточенні є людина, котра успішно займається підприємницькою діяльністю або фінансовими операціями, на наших очах вона змінює на краще свій добробут, можливості статусного відпочинку, то у нас може сформуватися настановлення відтворити такий вид економічної діяльності. Спостереження за іншими позбавляє нас від необхідності здійснювати велику кількість дій, за якими може не відбутися підкріплення чи покарання цих дій. Дивлячись, наприклад, за діями героїв на телеекрані чи в соціальних мережах і повторюючи те, що ми там бачимо чи чуємо, нам не потрібно навмання повторювати випадкові варіанти поведінки в

надії, що якийсь із них буде схвалений. Ядром такого наuczіння через спостереження є механізм уподібнення (modeling), задіюючи чотири процеси: уважність, запам'ятовування, відтворення поведінки і мотивацію, як стверджував А. Бандура [122].

Механізм формування атитюдів як на індивідуальному, так і на соціальному рівні вказує, що найважливішими в наших контактах є існуюча симпатія між людьми, а також безпосередність контактів, «тіснота» взаємодії з іншими людьми. І хоча соціальні настановлення дають спрощені вказівки щодо способу поведінки по відношенню до конкретного об'єкта або ситуації, вони задають напрямок думок і дій людей. Атитюди допомагають людині встановлювати і підтримувати свою ідентичність, адаптуватися до умов навколишнього світу, виконують функцію его-захисту і вираження цінностей.

Як досить сильний психологічний механізм застосовується **соціальна технологія ядра**. Учасники «технології ядер», що розширюються і включені в процес, є лідерами думок у своїх групах і утворюють ефективний канал позитивного впливу на цільову аудиторію в цілому. А для цього кількість учасників, що включаються в ядро, має постійно збільшуватися.

Психологічний механізм зчеплених ролей виник у теорії соціального наuczіння А. Бандури, який обгрунтував реципрокний зв'язок між поведінкою індивіда, суб'єктними та середовищними змінними (реципрокний – лат. *reciprocus* – той, що повертається, зворотний, що рухається взад і вперед; відображається, що віддається; взаємний). Індивідом рухають не лише внутрішні, а й зовнішні сили, на нього впливає соціальна дійсність і набір обставин, що диктуються [124]. А. Бандура постулював, що людина – це продукт наuczіння, в ході якого вона здатна засвоювати різноманітні поведінкові патерни. Крім пластичності свідомості (*plasticity*), яка дозволяє змінювати стилі поведінки, важливою людською якістю є мислення (*cognition*), яке дозволяє використовувати символічні структури (наприклад, мову), щоб пізнавати явища оточуючого середовища та осмислювати поведінку, щоб зрозуміти, які події та поведінка інших людей стануть основою для наших дій. Будь-який із факторів

реципрочної тріади – поведінка, особистість, оточуюче середовище – можуть непередбачувано змінитися в будь-який момент часу, і людина завдяки своїй пластичності також зміниться.

Підсумовуючи, зазначимо, що нами було розглянуто основні теоретичні підходи до визначення сутності психологічного механізму економічної соціалізації, різні підходи до визначення цього поняття. У вітчизняній та зарубіжній психологічній практиці у фахівців немає єдиної думки з приводу інтерпретації поняття, різниці між смисловим навантаженням самих механізмів, змістовної сутності, класифікації та прояву механізму в соціумі. Загалом механізми економічної соціалізації можна розглядати як соціально-психологічні впливи середовища, що безпосередньо сприяють інтеріоризації особистістю зовнішніх групових норм і цінностей.

Схематично сутність провідних психологічних механізмів економічної соціалізації особистості представлена на рис. 1.1.1.



Рис. 1.1.1. Провідні психологічні механізми економічної соціалізації особистості

Водночас, на думку вчених, існує принципова різниця між соціально-психологічним механізмом та психологічним механізмом. Автори вважають, що соціально-психологічні механізми є своєрідними спеціально організованими умовами, у реалізації яких відбувається цілеспрямований вплив на поведінку людини у соціумі. Результатом цього процесу є формування ефективних моделей поведінки особи у групі чи групи загалом. При цьому підході важливим є той факт, що людиною, яка здійснює комунікацію, може бути як окремих індивід, так і група індивідів. Дослідники вказують на важливість участі в процесі не окремо взятої особистості, а особистості в процесі взаємодії з іншими людьми в соціумі. У цьому полягає найважливіша відмінність соціально-психологічного механізму від психологічного (І. Зубіашвілі, 2024) [33]. На основі узагальненої думки низки вчених, які вивчали це питання, спробуємо представити власний погляд щодо сутності цього феномену та уточнити визначення психологічного механізму.

Отже, уточнімо визначення психологічного механізму економічної соціалізації. *На нашу думку, психологічний механізм економічної соціалізації – це стабільна система взаємодії різних чинників формування економічних уявлень і мотиваційної структури індивіда, результатом дії яких є поява закономірного ефекту, а також формування передбачуваних моделей економічної поведінки особи в її соціальній групі.*

Основним механізмом функціонування економічної свідомості особистості є активне відображення навколишньої дійсності. А критерієм зрілості економічної свідомості є домінування співробітництва серед багатьох форм прояву співвідношення «вигода для себе – вигідна для інших».

Механізми соціалізації вказують на те, в результаті яких процесів, дій відбувається економічна соціалізація людини.

Узагальнюючи наявні літературні джерела, основними психологічними механізмами, що забезпечують процес соціалізації особистості загалом та економічної соціалізації зокрема, є такі: *психічне зараження; наслідування; процес дії; механізм групового тиску; механізм ідентифікації; процеси рефлексії та мотивації; механізм масової сили; соціальна фасилітація та інгібіція; соціальний вплив: переконання та навіювання, атитюди тощо.*

Досить важливими психологічними механізмами, що забезпечують економічну соціалізацію особистості, дія яких менше досліджена науковцями, є: *механізм розділеної згоди, реактивності людської поведінки (зворотний зв'язок), шерінг, самопрезентація, механізм зчеплених ролей тощо.*

Як правило, в процесі економічної соціалізації індивід використовує і зазнає дії декількох психологічних механізмів – як усвідомлених, так і неусвідомлених. Один і той самий механізм може бути використаний однаково успішно тим, хто ним володіє, як для досягнення благородних, так і злочинних цілей.

В основі психологічного механізму економічної соціалізації лежить активно-перетворювальна діяльність людини, за допомогою якої відбувається її включення в економічне життя і культуру суспільства, формування соціальних зв'язків, засвоєння загальних способів практичної діяльності, розвиток свідомості, систем соціальної орієнтації в умовах трансформації суспільства, навчання соціальним ролям.

Як процес, економічна соціалізація є сукупністю соціально-психологічних механізмів економічної адаптації особистості – механізмів її пристосування до умов та особливостей функціонування як економіки країни, так і світової економічної системи в цілому.

Як результат, економічна соціалізація особистості проявляється в особливостях її економічної свідомості та економічної поведінки. Структурно-змістовні характеристики економічної соціалізації розкриває її структура, що відображає результат процесу соціалізації і включає в себе внутрішні та міжсистемні зв'язки між двома її підсистемами: системою економічної

свідомості та системою економічної поведінки.

Схематично структуру етапів та механізмів процесу економічної соціалізації можна представити так:

перший етап – відбувається сприйняття індивідом соціальної інформації щодо економічних процесів, явищ на рівні відчуттів, емоцій, знань, умінь;

другий етап – інтуїтивне співвідношення отримуваної інформації з генетично закладеним кодом, суб'єктивним соціальним досвідом і формування на цій основі власного до неї ставлення;

третій етап – формування настановлень на прийняття чи відторгнення отриманої інформації;

четвертий етап – формування ціннісних орієнтацій і настановлень на дію, враховуючи моральнісний аспект;

п'ятий етап – вчинки, дії, логічно вибудована система поведінки, котра опирається на моральні/аморальні переконання;

шостий етап – формування норм і стереотипів економічної поведінки;

сьомий етап – осмислення й оцінка власної соціальної діяльності в економічній сфері.

Заключаючи, зазначимо, що українська психологія має вагомі наукові здобутки, що характеризуються широтою дослідницьких ліній теоретико-методологічного й експериментального осягнення розуміння сутності проблеми психологічних механізмів. Водночас поза межами вивчення досі залишається аспект розгляду проблеми психологічних механізмів економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства, його воєнного стану та повоєнної відбудови. Це обумовлено, в першу чергу, відмінностями теоретичних концепцій багатьох наукових шкіл, специфічними орієнтирами окремих науковців, які по-різному трактують як сам феномен соціалізації особистості, так і психологічні механізми економічної соціалізації, а також складністю емпіричного дослідження цієї проблематики.

Економічна соціалізація не лише дає нам можливість спілкування між собою завдяки освоєння певних соціальних ролей. Вона також забезпечує

зберігання суспільства. Хоча кількість його членів постійно змінюється, так як люди народжуються і помирають, соціалізація сприяє збереженню самого суспільства, прививаючи новим членам суспільства з допомогою дії психологічних механізмів в економічній сфері загальноприйняті ідеали, цінності, норми, зразки і моделі поведінки.

Першим кроком дослідження цієї проблеми буде присвячено наступні розділи цієї монографії.

1.2. Психологічні механізми економічної соціалізації особистості: поняття, системна організація

Розкрити суть психологічних механізмів економічної соціалізації особистості дозволяє усталена у вітчизняній і зарубіжній психологічній науці традиція вивчати її в процесуальному аспекті. Якщо звернутись до широкого трактування явища соціалізації, то знаходимо його як соціально-психологічний процес входження індивіда в економічну систему суспільства [69; 64, с. 3-16] та набуття ним тих рис, що є спільними для більшості членів спільноти, в якій розгортається цей процес [22; 48; 72].

Процедура опису семантичного поля концепту «економічна соціалізація» як наукової категорії [25, с. 22] взагалі відкриває можливість показати низку тих процесів – механізмів, які забезпечують таке входження. Проаналізуємо низку понятійних опозицій, в яких він вивчається у науковій літературі: «типове – унікальне», «активність – пасивність», «стихійність – цілеспрямованість», «зовнішній вплив – внутрішній вплив», «структурованість – неструктурованість».

Згідно з першою опозицією, вже у двобічній природі економічної соціалізації [1; 25; 69] закладена дія двох могутніх психологічних механізмів: з одного боку, це становлення особистісних якостей індивіда, які є затребуваними в конкретних історичних умовах розвитку суспільства, і, як підкреслює В. Москаленко [69], визначаються особливостями певного історичного часу. Йдеться про *механізм типізації*, який забезпечує формування

якостей, спільних для багатьох представників спільноти, що сприяє організації економічної взаємодії, взаєморозумінню й обмінові інформацією та іншими благами.

З іншого боку, розгортається і процес формування унікальних, особливих рис особистості, якщо розуміти під останніми своєрідне виявлення всезагального, враховувати те, що особливе в особистості формується в певних умовах і рамках вимог, які пред'являє економічна система її учасникові – *механізм індивідуалізації*, за якого індивід апробує свою унікальність як суб'єкта розподілу економічних благ. Так, саме механізми типізації у тісному зв'язку з індивідуалізацією актуалізуються в свідомості кожного члена будь-якої спільноти. Результатом типізації на рівні індивідуальної економічної свідомості є, наприклад, сформована у представника пострадянської культури заощадливість, економне ставлення до матеріальних ресурсів (внаслідок впливу типових настановлень старших поколінь, соціалізованих в радянській культурі дефіциту). Водночас механізм індивідуалізації зумовлює індивідуальні стилі ощадливої поведінки (наприклад, економія за рахунок постійного пошуку знижок та розпродажів або внаслідок звички накопичувати кошти).

Згадані два механізми діють в контексті розгортання більш широких механізмів впливу спільноти на окремого її представника – *інтерперсональних механізмів соціально-психологічного впливу*. Говоримо про ті соціально-психологічні процеси, що забезпечують транслявання вимог, унормовуючих поведінку члена спільноти. Йдеться про розгортання простору міжособистісної комунікації осіб більш досвідчених, обізнаних в сфері споживання чи то виробництва, які готові *корегувати* несоціалізовані спочатку економічні дії менш досвідчених учасників комунікації. Такий вплив відбувається у напрямку вироблення культурно обумовлених моделей і схем щонайперше засобами *демонстрації конвенційно прийнятих зразків, суспільно вироблених способів дії* з певною категорією економічних об'єктів. У просторі міжособистісної комунікації завдяки цьому включається низка не рядоположних один одному соціально-психологічних процесів (механізмів), але таких, що одні є умовою

інших. Так, без демонстрації батьками перевірених схем ощадливої поведінки навряд чи в сім'ї ймовірно виростуть обачливі в плані витрат діти.

Як бачимо, пояснення процесуальної суті економічної соціалізації з необхідністю приводить нас до *механізмів інтраперсональних змін*, які слід розглядати у тісному взаємозв'язку з психологічними *процесами розвивально-формульовального впливу* більш широкого, соціально-психологічного, контексту на економіко-психологічні якості і риси особистості. На цьому етапі міркувань скажемо, що механізми інтраперсональних змін є результатом, ефектом розгортання інтерперсональної взаємодії по обміну економічними благами, чому наведемо підтвердження надалі. Беремось припускати, що таке зумовлювання механізмів інтраперсональних змін відбувається за принципом ізоморфізму. Згідно з останнім, має існувати взаємно однозначна відповідність між змістом, способами функціонування процесуальних явищ, які зумовлюють зміни в свідомості соціалізанта. Подібне припущення, висунуте в роботі О. Новосядлої [77], частково отримало своє підтвердження, але потребує і подальшої розробки.

Опозиція «стихійність – цілеспрямована організація» змушує нас поглянути на економічну соціалізацію як на позитивний процес, не позбавлений впливів різноманітних зовнішніх та внутрішньоособистісних чинників, тому такий, який складно зорганізувати і проконтролювати. За умови цілеспрямованої підготовки агентів створення спеціальних умов та включення різних психологічних механізмів соціалізуючого впливу [23, с. 109-112; 27; 28] цей процес може підлягати управлінню і бути більш-менш спланованим. У цьому плані йдеться не про *механізм цілковитого контролю* над процесом формування економіко-психологічних якостей особистості, а про *механізми підтримки і стимулювання* його розвитку в певному руслі, що забезпечує рух всієї системи особистісних якостей у фарватері відповідних вимог, які пред'являються до особистості з боку спільнот, членом яких вона є. Зазначимо, що знову маємо звернутись до соціально-психологічних, навіть соцієтальних механізмів інтраперсональних змін, оскільки згадані вимоги сконцентровані в

базовій для кожного суспільства *моделі ідеальної людини* – «базовій особистості». За А. Kardiner та R. Lipton [150], базова особистість є головною особистісною структурою, яку формує певна культура на основі єдиного для всіх членів певного суспільства досвіду і включає в себе такі особистісні характеристики, які роблять індивіда максимально сприйнятливим до цієї культури і дають йому можливість досягти в ній найбільш комфортного і безпечного стану.

Терміном «basic» А. Кардінер підкреслював *соціокультурні матриці*, загальні (модальні) для суспільства і такі, що є вихідним генетичним джерелом різних поведінкових проявів членів суспільства. Якраз у цих матрицях відображений весь спектр, *канон* цінних для суспільства рис особистості, очікуваних до формування в усіх його представників [69]. Така матриця відображена в суспільній свідомості у системі цінностей, що імпліцитно несуть в собі нормативний образ людини в економіці і становлять зміст економічної культури суспільства. Вони є результатом дії *механізму об'єктивації* у майні, знаннях, досягненнях, проєктах людства, закарбування у суспільному досвіді прийнятних способів привласнення – відчуження життєвих благ. Останній зберігається у відторгнутому від суб'єкта матеріальному чи духовному вигляді. Цей механізм полягає в тому, що у процесі дій людини в економічних благах опредметнюються результати її творчої активності і таким чином втілюється цінний людству креатив, що є засобом задоволення його матеріальних потреб.

Індивідом освоюється цей креатив в процесі *діяльного розпредметнення і подальшої інтеріоризації* закарбованого в предметах культури досвіду успішного «привласнення – відчуження» життєвих благ. У процесі розпредметнення особистість освоює, розкриває для себе креативний потенціал людства засобами активності й так набуває соціальної зрілості. Він постає як носій системи економічних цінностей, який за набуття певного рівня особистісної автономії, самостійності і є суб'єктом економічної культури суспільства.

Як всезагальний механізм об'єктивації в нематеріальних економічних об'єктах (ідеях, проєктах) суто людських функцій в рамках певного суспільства знаходимо в *явищі суспільності* у працях представника Київської філософської школи Вадима Іванова [179]. Йдеться про пізнавальну здатність людини знати себе, коли сама ця здатність стає своєрідним трансцендентальним суб'єктом, який являє собою діяльність ставлення до світу. Втілюючись в досвіді, цей світ, елементи дійсності *стають подією суб'єктивного життя* і в цьому контексті набувають не лише загальну визначеність, але і наповнюються неповторним змістом.

Слідуючи міркуванням В. Іванова, визначимо, що *досвід* є механізмом зосередження в собі здобутків всіх сфер людської життєдіяльності, який дозволяє зрозуміти людський суб'єкт як «самозберігаюче начало культурної творчості» [179, с. 42], джерело всієї духовної культури. На ґрунті неповторного індивідуального досвіду відбувається *прилучення* до духовного багатства людської культури, адже він набирає статусу адекватної квінтесенції практичної і духовної форми єдності людини і світу, передбачає поєднання всезагального та особистісного й в реаліях людського буття функціонує як духовний досвід, суб'єктивний досвід, культурно-історичний досвід, колективний досвід та найбільш ефективний спосіб акумуляції людської діяльності.

Американські дослідники (J. Granato, R. Inglehart & D. Leblang D., 1996) [145] ще наприкінці 90-х років емпірично підтвердили вплив цінностей культури (а саме мотивації досягнень) на зростання цілих економік. Вони показали, що певний набір цих цінностей в культурі тієї чи іншої країни підтримує прагнення досягнень людьми в економіці, що зумовлює в цілому економічний злет.

В руслі здійснюваного В. Москаленко [65; 96] аналізу категорії ідентичності знаходимо підтвердження попередньо викладеним міркуванням щодо ролі досвіду в процесі становлення людини. Зокрема йдеться про її ідентичність як індивідуальну трансформовану форму світогляду. Ставши

результатом світосприймання та виражений у світогляді, досвід є чи не головним чинником, що опосередковує становлення ідентичності. В. Москаленко визначено психологічний *механізм проєкції* світогляду людини на ідентичність особистості, що спирається на асоціативну властивість мислення створювати зв'язки між різними явищами завдяки побудові узагальнених стратегій через поєднання ідей з різних галузей досвіду, що допомагає вийти на досягнення поставленої задачі. Проєкція світогляду в ідентичності особистості відбувається за законом реципрокності, згідно з яким зміст структурних складових світогляду та ідентичності, співпадаючи за своєю сутністю, трансформується у відповідності з індивідуальним досвідом.

У науковому доробку Ю. Швалба (2004) знаходимо опис універсального соціокультурного *механізму «перекладу»* форм культури у змісті свідомості [114]. Головною умовою для його успішного й організованого розгортання ідеалізовані взірці культури як норми побудови будь-яких діяльностей мають увійти (запропонуватись в т.ч. у ході соціального керування) у зміст учбової діяльності. У ході освоєння норм культури включається трискладовий механізм прийняття, який автор детально описує. У процесі прийняття зовні покладений об'єкт стає предметом діяльності суб'єкта, тобто учень освоює не будь-які репрезентовані йому норми і зразки культури, а тільки ті, котрі приймає як предмет привласнення. Процес прийняття становить проблему адекватності прийнятого прийнятому. У різних системах (формах) навчальної діяльності ця проблема може переформулюватися у проблему правильності, точності, повноти тощо, але незалежно від цього сам процес породжує особливий тип дій, спрямованих на порівняння взірця і продукту прийняття. Цей тип дій є ще однією психологічною функцією – контролю. Процес прийняття завжди приводить до певної трансформації прийнятого змісту. Зокрема, зразки культури, трансльовані в навчальній діяльності як норми побудови інших діяльностей, у процесі прийняття трансформуються в розумові схеми-моделі, образні метафори і значеннєві символи, котрі й становлять основний зміст свідомості суб'єкта навчальної діяльності.

Отже, активно навчаючись оперувати матеріальними і духовними економічним об'єктами, особистість стає суб'єктом самозмін. А тому в інтраперсональному плані можемо говорити про механізми економічної соціалізації як психологічні процеси, що забезпечують розвиток тих економіко-психологічних якостей особистості, які забезпечать їй гармонійне включення у економічні відносини. Слід враховувати, що в економічній культурі особистості закарбовані найбільш ефективні взірці організації взаємин з економічним оточенням – чи то у сфері споживання, підприємництва, чи то виробництва. Будучи в кожен окремий момент онтогенезу результатом становлення соціальності суб'єкта в економічній сфері суспільних відносин, економічна культура на рівні індивідуальної свідомості несе в собі найадаптивніші стратегії конституювання, підтримки та розвитку тих психологічних зв'язків між людьми, які пов'язані з привласненням матеріальних та духовних ресурсів. Отже, творче освоєння набутків економічної культури суспільства – найважливіша умова успішної економічної соціалізації особистості [24; 95].

Вивченням економічної соціалізації в межах опозиції «активність – пасивність», як зазначалось у наших роботах (Н. Дембицька, 2020) [25], акцентується увага на активній ролі самого соціалізанта, на суб'єктному характері набуття ним економічної культури шляхом *активного осягнення* культурних смислів і значень економічних благ, з приводу обміну, розподілу яких він включається у взаємодію.

У рамках тематики фундаментальних досліджень з проблем економічної соціалізації молоді науковці Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України економічну соціалізацію вивчають як «процес входження підростаючої людини в економічну сферу суспільства, формування у неї економічного мислення; процес інтеріоризації нової реальності, що включає пізнання економічної дійсності, засвоєння економічних знань, набуття навичок економічної поведінки і реалізацію їх в реальній дійсності (Г. Авер'янова, Н. Дембицька, В. Москаленко, 2005) [1]. Ця точка зору цілковито підтримується і зарубіжними дослідниками проблем соціалізації (Raj Stacey P., Raval Vaishali

Vidhatri, 2013) [172], згідно з думкою яких, соціалізація – це постійний процес соціальної взаємодії, завдяки якому діти стають функціональними членами суспільства, що цілковито залежить від більш широкого, соціокультурного контексту. Причому найефективнішим визнається *продуктивний діалог засобами комунікації*, коли відкриваються можливості не тільки неімперативним шляхом нормувати і спрямовувати економічну поведінку соціалізанта з боку оточення, а й розвиватись самому індивідові як суб'єктові творення економічної культури в ході активного перетворення нормативних моделей економічної поведінки.

У контексті аксіологічного підходу до пояснення активного освоєння культури говоримо [25] про механізми *ціннісного освоєння економічної реальності* на відміну від пасивного набуття відповідних знань і практичних навичок. Відбувається це *засобами етичного наповнення економічних категорій*: формуванням власного ставлення до праці через поведінкові досліди в різних середовищах (домашня праця, навчальна діяльність тощо), активним набуттям навичок споживчої поведінки, формуванням уявлень про прояв «нових» економічних феноменів (криптовалюта, електронний підпис тощо).

Двобічний характер економічної соціалізації підкреслюється деякими науковцями, показуючи в ній і процес засвоєння, і відтворення індивідом системи економічних зв'язків, відносин в суспільстві, а також становлення і розвиток форм економічної поведінки особистості.

Ю. Швалб (2004) [113] описує розгортання інтимно-психологічного механізму *диференціації/інтеграції стосунків індивіда з оточуючим середовищем*. За ознакою переважання однієї зі складових цього механізму можна виокремлювати етапи соціалізації, які мають власний соціально-психологічний сенс. Відлік ведеться автором від включення у перші 4-5 років життя дитини первинного диференціювання взаємодій з близьким оточенням, а інтеграційний процес проявляється у становленні системи емоційної прив'язаності дитини до оточуючих. Він пізніше стереотипізується і зумовлює

усталеність життєвого стилю особистості. Далі протягом молодшої школи впритул до молодшого підліткового віку відбувається *диференціювання формальних і неформальних стосунків*. Включення молодшого школяра в систему формальних інституційних відносин і нормованих взаємодій, також у стосунки дружби, коли вона постає перед першим моральним вибором і диференціювання ставлення до себе як суб'єкта такого вибору і самоорганізації свого життя. У підлітковому віці розгортається механізм диференціації самоставлення, що дозволяє оформитись відчуттю «мого власного» життєвого простору і траєкторії його розвитку як інстанції власної свідомості. Це проявляється в побудові життєвих перспектив. На етапі дорослості механізм диференціювання відступає на задній план, а починають переважати *інтегративні процеси розвитку*. Наостанок автор зазначає *механізм соціальної дезінтеграції*, що проявляється в соціальній втомленості, яка може компенсуватись виникненням особливого феномену – мудрістю. Йдеться про особистісну здатність до нових соціальних диференціювань при високому рівні особистої інтегрованості, яка, як правило, спрямована на вирішення не стільки власних проблем індивіда, скільки на вирішення проблем оточуючих людей.

І. Мосійчук та І. Пойта (2018) [63] економічну соціалізацію визначають як процес перетворення людини у повноправного члена економічної спільноти завдяки *механізмові активного освоєння індивідом соціального простору, обмеженого господарською діяльністю, формування уявлень про економічні процеси та явища, їх втілення в конкретних формах соціально-економічної діяльності особистості, а також формування її економічної поведінки*.

Опозиція «структурованості – неструктурованості» дає можливість поглянути на економічну соціалізацію в рамках класичної емпіричної традиції наукового аналізу, в якій цей феномен досліджується через опис сукупності *процесів формування і становлення людини в соціальному середовищі*.

С. Фера (2016) [107] підкреслює дієвість *механізмів формування адекватних і гармонійних уявлень з економіки, знань економічних категорій та розвитку навичок економічної поведінки* на етапі старшого дошкільного віку.

Водночас досліджуються *механізми засвоєння елементарних економічних понять і категорій, формування базових економіко-психологічних якостей особистості та набуття первинного економічного досвіду*, що дозволить особистості в майбутньому виступати в якості суб'єкта економічної діяльності.

Суть економічної соціалізації як процесу інтеріоризації і активного відтворення цінностей економічної культури в економічних повсякденних практиках привласнення вивчається нами [25].

Про привласнення дитиною ідеальних об'єктів, зокрема соціально позитивних цінностей шляхом соціальної активності як механізм формування здатності включатись у відповідну віку діяльність, проявляти адекватний рівень психічної активності розмірковує Т. Піроженко (2017) зі співавторами монографічного дослідження, присвяченого питанням розвивального простору дитячої субкультури [84, с. 13]. Цей процес своєю чергою потребує від дитини ініціативності і виконавської дисципліни, особистісної відповідальності, яка характеризується самостійністю і свідомістю. Психологічним ефектом такого привласнення є, за твердженням авторів, набуття соціальною «нормою» статусу власної ціннісної орієнтації. Йдеться про індивідуальний результат соціалізації як про похідну загальної культури.

Пролити світло на привласнення як провідний комплексний механізм економічної соціалізації особистості нам дозволяє низка досліджень, в яких розкрито суть оперування матеріальними благами, наділення їх статусом «своїх», «власних», і водночас інтеріоризації їх культурного змісту.

Комплексний характер механізму привласнення проглядається вже в тому, що він описаний в науковій літературі як такий, що включає широкий спектр процесів: конструювання і вираження ідентичності власника [125, р. 349-369], означення соціоекономічного статусу [126; 141, р. 465-468], опосередкування сприйняття спостерігачем світу або іншої людини завдяки зчитуванню смислів із середовищних характеристик [120, р. 147-179; 181, р. 147-179], інтеріоризацію систем цінностей та способів категоризації соціального світу [136]. Він втілений в різних економічних практиках, що повсякденно є

способами задоволення психологічних, соціальних і культурних потреб. Цей процес опосередкований використанням економічних благ, які викликають емоції і переживання [127], стають джерелом розвиваючого особистіть досвіду [100], є елементом «розширеної самості» власника [127], водночас є його втіленою ідентичністю та «біографічним предметом», оскільки демонструють його особисту, соціальну і культурну ідентичність [100, с. 313].

Одним з прикладів практик привласнення є колекціонування. Р. Таньчук (2016) [100, с. 256] прямо називає колекціонування *механізмом інтерпретації світу*, способом його контролювати, а також діяльністю з наділення світу смыслом. Колекція, маючи статус носія культури (оскільки її становлять значущі речі), являє собою культурне благо. Воно поціновується не з причини його корисності, оскільки з часом його практична функція може зводитись нанівець, і воно не матиме споживчої вартості. Об'єкти колекціонування поцінуються і не через те, що є життєво необхідними, а через важливість для суб'єктів колекціонування і через те, що наділені автором колекції особливими характеристиками оригінальності, рідкості, таємничості, давності, меморіальності, класичності, коштовності, озлобленості, естетичності; постаючи свідченням наукової чи історичної правди тощо – вони характеризуються аксіологічними якостями, які є основою їх валентності. Як запевняє S. Pearce (1995) [167], речі завдяки своїй довговічності здатні фізично переносити минуле у теперішнє.

Науковці висувають припущення [127; 167] щодо важливого емоційно-ціннісного механізму примноженням об'єктів володіння – переживання задоволення від панування, домінування і контролю над частиною благ, що набули статусу «своїх». Слідом за Т. Вебленом, Р. Таньчук [100] називає факт володіння майном підтвердженням могутності власника, основою для поваги і водночас самоповаги, усвідомлення своєї експертності та унікальності.

З такими механізмами привласнення, як *антропоморфізація* в дитинстві «своїх» речей (наділення їх власними іменами, назвами) [127] та взагалі *персоналізація середовища* [120; 182] (наділення об'єктів зовнішнього

середовища якостями, властивостями власної особистості) пов'язаний розвиток комунікативної компетентності і оформлення життєвого простору власника.

За визначенням R. Belk (1995) [127], культурні блага уможливають особливе розширення «Я» за свої рамки: «Я» продовжує себе за рамками свого безпосереднього оточення, розповсюджуючись на щось поза собою, що однак, у широкому сенсі, є «Его». «Розширена самість» включає більшість складових особистого психологічного простору – як «Я» (me, the self), так і «Мое» (mine): тіло, внутрішні процеси, ідеї, досвід, люди, місця, речі, до яких людина відчуває прихильність. Цікавим є зауваження R. Belk щодо включення в «розширену самість» тих місць, осіб чи територій, які можуть бути спільними для багатьох людей. Наявність таких ототожнень, на думку дослідника, дає можливість з'ясувати залученість особистості у спільне благо як прояв альтруїзму: бути свідченням самості, яка поділяється з іншими, що дозволяє пояснювати акти громадянської відповідальності, патріотизму і благодійництва.

Дослідники зв'язків «Я» особистості з предметами (R. Belk, 1995; J. Wolfe, D. Rudy, J. Grusec J. E, 1999) [127; 183] розглядають *механізм розширення індивідуальності* – буквально («реальна власність») та символічне («символічна власність») за рахунок привласнення благ. За висловом R. Belk, речі свідчать про наше визнання елементами своєї самості тих об'єктів, які ми можемо контролювати, а також тих, яким ми підпорядковані: чим більше ми віримо, що володіємо предметом, чи що він володіє нами, тим більшою мірою він стає частиною нашої індивідуальності.

У наукових джерелах знаходимо принаймні кілька психологічних механізмів, завдяки яким відбувається включення предметів у сферу індивідуальності. Першим R. Belk називає *механізм контролю*. Прикладом може бути купівля за гроші. Вона надає силу і впевненість у свободі користуватись предметом. Такий же механізм спрацьовує і в акті дарування, що пов'язаний зі свободою розпоряджатись предметом дарування і водночас поширювати на обдарованого свою владу, втілену в акті вільного відчуження подарунка, який супроводжується розширенням самості дарувальника. Одночасно обдарований,

на думку J. Pierce et al. (2009) [171], може переживати втрату свого «Я» у зв'язку з усвідомленням відсутності можливостей контролювати самостійний вибір подарунка.

Ще один механізм – *творення* – звучить у висновках американських дослідників процесу становлення особистості у транзакціях з матеріальними речами М. Csikszentmihalyi та Rochberg Halton (1981) [132]. Його суть розкривається в ідеї про значення в цьому процесі спрямованої на ціль дії та осягнення сенсу через знаки. Автори вказують, що у предмети, яким людина присвячує свій час, увагу та зусилля, вона *інвестує психічну енергію*. J. Pierce et al. (2009) зазначає з цього приводу, що саме ця енергія та її витвори вважаються частиною індивідуальності (самості), оскільки вони «виросли», виділились із «Я».

Говорячи про діяльнісне освоєння культурного змісту матеріальних і духовних речей, слід послатись і на здобутки науковців у галузі філософії культури. Так, йдеться про *механізм інтеріоризації особистістю ціннісного змісту економічної культури*. Оскільки в актуальній економічній культурі предметнено економічний досвід людства в його заданості суб'єкту, то основним процесом, завдяки якому він освоюється людиною, є механізм *розпредметнення* цього досвіду (В. Москаленко, Ю. Шайгородський, О. Міщенко, 2012) [73]. Діяльність особистості з розпредметнення економічного досвіду людства, в процесі якої відбувається формування економічної культури особистості, відбувається у відповідності з тим значенням і смислом, який вона вкладає в феномени економічної реальності, що нею інтеріоризуються. У зв'язку з цим виникає проблема адекватності розпредметнення особистістю соціального досвіду. Проблема полягає в тому, що розпредметнення індивідом культурного смислу предмету в процесі соціалізації повинно відбуватись у відповідності з культурним значенням цього предмету. Можна придбати річ, володіти нею, але не використовувати тих її властивостей, які відповідають її культурному смислу. У цьому випадку культурний зміст речі не буде розпредметнено. У зв'язку з цим виникає проблема, яка Е. Фроммом означена

як «мати чи бути?». Справа в тому, що культурне значення не міститься в минулому досвіді, а лише задається його предметами, які індивідам потрібно розпредметнити у відповідності з тим культурним значенням, які вони надають цим предметам.

В. Іванов писав, що смисл речей не витягується із них самих, але він і не присвоюється за бажанням людини. Смисл речей об'єктивно вплетено у хід суспільно-історичної практики, яка організує порядок співіснування і взаємовідношення речей як елементів і форм життєдіяльності і розвитку людського роду (V .Turenko & N. Yarmolitska, 2020) [179, с. 42].

Норми культури є відносно стійкі (стереотипні) зразки, у відповідності з якими формуються індивідуальні і соціально-групові психічні процеси, акти поведінки. Проте жодна людина не може засвоїти всього соціального багатства, що втілено в культурі минулого і сучасного. Особистість освоює культуру в індивідуальній формі. У цьому відношенні культура особистості – це не просто конгломерат освоєних і реалізовуваних нею культурних цінностей, а особливий неповторний «мікрокосм», особистісна система.

Про механізм об'єктивації соціального досвіду в мові розмірковують П. Бергер та Т. Лукман, презентуючи концепцію соціального конструювання реальності. З мовою зустрічається людина як із зовнішньою для неї фактичністю, і механізм об'єктивації чинить на неї свій примусовий вплив [25]. Важливим є те, що мова надає людині готову можливість безперервної об'єктивації все більш зростаючого досвіду, вона типізує людські переживання та досвід, дозволяючи розподілити їх за більш широкими категоріями, у термінах яких вони набувають значення не тільки для однієї людини, а й для інших. Тією мірою, якою мова типізує досвід, вона робить його анонімним, оскільки останній, типізувавшись, в принципі може бути відновленим будь-ким, хто потрапить у цю категорію. В. Москаленко (2013) називає екстерналізацію людиною себе в діяльності як механізм становлення її соціальності [69].

Р. Белк розкриває сутність ще одного механізму привласнення культурного змісту предметів – *наділення колекції авторським підписом*, від

називання до намагань пред'явити вимоги користувачам колекції зберігати її цілісність та експонувати її з чітким посиланням на те, чиїм твором вона є. Це своєю чергою є актом самовизначення (self-definition).

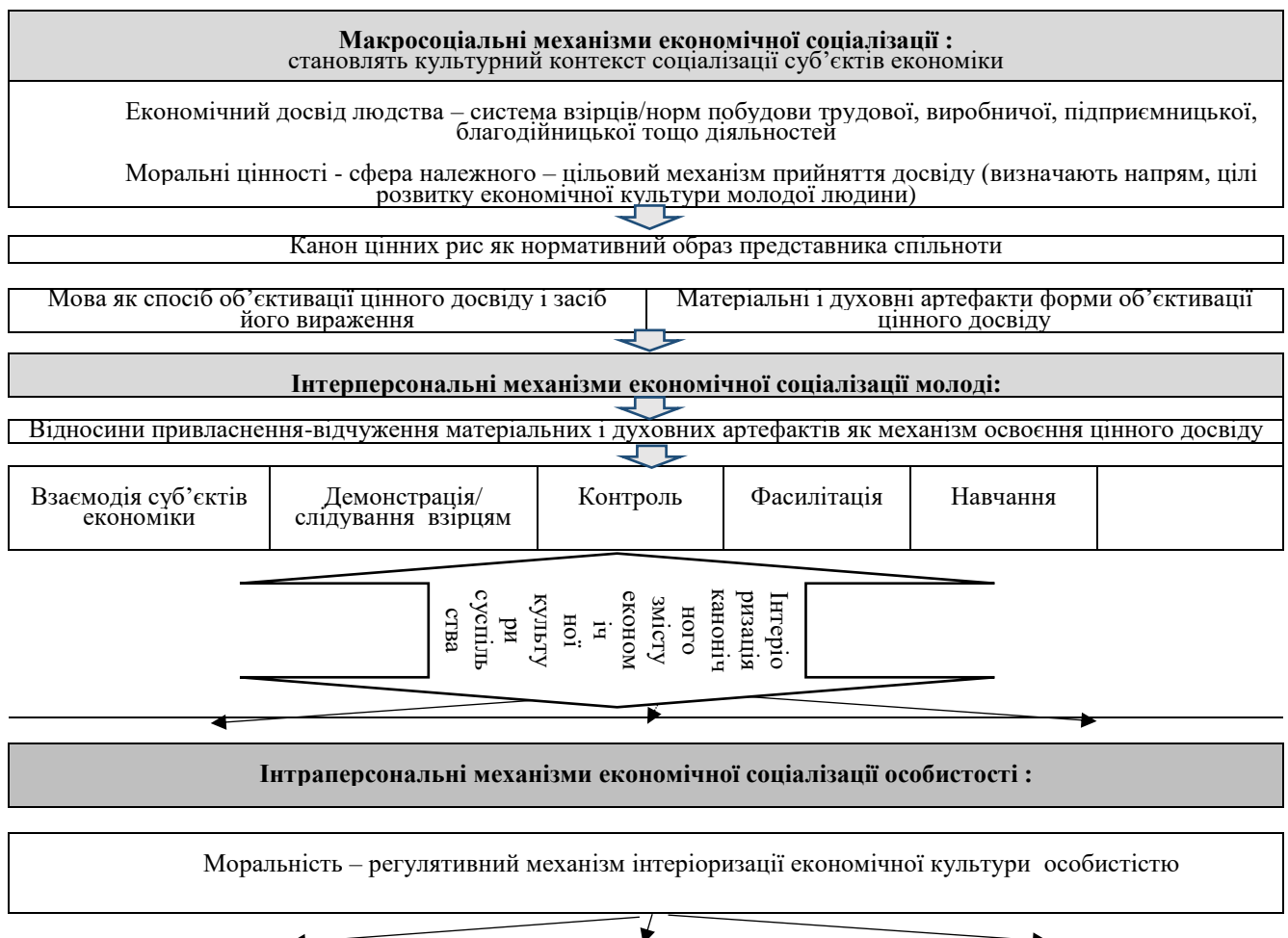
У дослідженнях приватності [120; 128; 137; 169; 168] та суб'єктно-середовищного підходу [57] знаходимо аналогічні приклади, що ілюструють взаємодоповнюючі один одного механізми сигніфікації та персоналізації. Будь-яка жива істота звертає увагу на певний значущий об'єкт і таким чином як би зауважує, виділяє цей об'єкт як фігуру з фону, перетворює «світ взагалі» на світ видимий, позначений. Це сигніфікація – виділення сенсу або значення об'єкта для життєдіяльності особистості.

На другому кроці під впливом образу об'єкта стимулюється певна активність, спрямована на необхідну зміну життєвого простору, і світ із просто сприйнятого стає світом перетвореним. Цей крок є, за визначенням М. Хейдметса, персоналізацією, «обживанням» життєвого середовища відповідно до власних потреб. Т. Ікскуль (Uexkull) (1987) [181] відзначав, що жодна жива істота не може сприйматися як результат прямого впливу умов життя, проте кожен організм створює своє власне персоналізоване середовище.

У роботах з аналітичної психології К. Г. Юнга також знаходимо пояснення високої міри впливу світу речей, місць, природи на становлення психіки людини. Так, згадується про процеси символізації, переносу, утворення проєкцій, що уможливорюються в силу глибокої спорідненості людської особистості з іншими сутностями. Йдеться також про явище синхроністичності, засноване на дублюванні ментального і речового, матеріального. У силу цього в фантазіях, сновидіннях і будь-яких інших продуктах людської психіки особистість може поставати в різних іпостасях. Проте ці завуальовані послання психіки людини самій собі і світові все ж нерідко розпізнаються і беруться до уваги. Це було б неможливо за відсутності самої можливості взаємоперетворення ментального і матеріального.

У концепції *пропріуму* як основного механізму самості Г. Олпорта висвітлюється роль просторово-предметного світу в початковому розвитку

особистості. Функції пропріуму – принципу організації окремих ідентифікацій у переживання цілісної особистості – змінюють свій зміст від народження до зрілості та проявляються у восьми ступенях: 1) відчуття свого тіла утворюють тілесну самість як опору для самосвідомості; 2) переживання самоідентичності проявляє себе, коли дитина ототожнює себе зі своїм ім'ям; 3) почуття самоповаги починає проявлятися на третьому році життя дитини; 4) розширення меж самості розпочинається з 4 років, коли дитина усвідомлює володіння не тільки своїм тілом, а й елементами навколишнього світу (батьками, іграшками тощо); 5) образ себе розвивається з 5-6 років, коли дитина починає розуміти, якою її хочуть бачити, давати собі етичну оцінку; 6) раціональне управління собою виникає між 5 і 12 роками, з почуттям особистісної компетентності у вирішенні проблем, але ще без моральної впевненості, в силу чого присутній сильний конформізм; 7) пропріативне прагнення в підлітковому віці – вибір кар'єри та інших життєвих цілей; 8) пізнання самого себе – виникає на заключній стадії розвитку пропріуму.



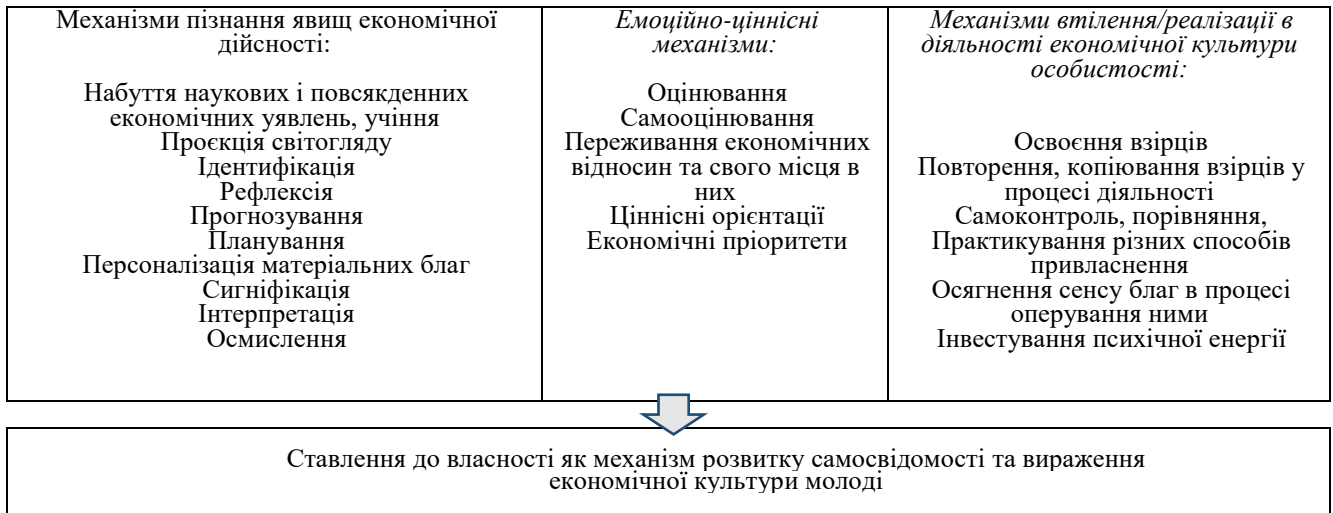


Рис.1.2.1. Система психологічних механізмів економічної соціалізації молоді

Отже, концепція Г. Олпорта ще раз підтримує тезу про зв'язок розвитку самості з пізнанням речового світу, центральними механізмами якого є рефлексія та ідентифікація з об'єктами фізичного світу.

Механізм наслідування взірців, джерелами яких є постаті значущих інших, пояснюється найбільш широко у дослідженнях з соціальної та сімейної психології. Саме із запозичення від найближчого оточення моделей поведінки, слідування їм беруть свій початок щедрість, альтруїзм, економність тощо – особистісні якості, що дозволяють примножувати блага або ж ділитись ними, утримувати інформацію чи знання від партнерів або, навпаки, поширювати тощо.

Одним із продуктивних, на наш погляд, підходів до розуміння зв'язку зовнішнього життєвого простору з особистісними характеристиками може бути *механізм ставлення*. Явище ставлення дозволяє вивчати відносини власності у вимірі соціально-психологічної (стосунки між суб'єктами привласнення) та внутрішньоособистісної (суб'єктивне відображення об'єктивних економічних зв'язків, які складаються у школяра з іншими учасниками як суб'єктами привласнення – відчуження) феноменології. Це відносини, опосередковані соціальною якістю системи У відносинах особистої власності об'єктивується вся система ставлень дитини до економічної дійсності. І навпаки, саме у

ставленні до особистої власності суб'єктивуються ті відносини, які конституують той вимір психологічного простору дитини, що пов'язаний з привласненням благ.

Заломлюючись крізь систему цінностей особистості, насамперед моральнісних, згідно з І. Бехом (1997) [4], відображені в свідомості первинні економічні ставлення піддаються рефлексії: оцінюються, осмислюються з точки зору моралі. З. Карпенко (2018) уточнює, що лише оперуючи категоріями моральними («належне», «прийнятне», «цінне» тощо), людина забезпечує свій об'єктивно-суб'єктивний зв'язок з умовами існування через ставлення до них. *Переживати ставлення* до чогось, згідно з дослідницею З. Карпенко, означає реально перебувати у моральнісно зваженому стосунку до об'єкта ставлення: «визначити своє ставлення до чогось – означає заявити, що я вважаю прийнятним, цінним для себе, а що відкидаю як ціннісно чуже, недопустиме, негідне мене» [38, с. 106]. На підтвердження цієї тези З. Карпенко пропонує спиратись на ідею І. Беха про те, що для того, аби зафіксоване, регулярно відтворюване в поведінці ставлення (особистісна властивість) могло перейти в ранг особистісної цінності, необхідне «так би мовити, «вторинне ставлення», осмислене ставлення до власних суб'єктивних утворень (ставлень), тобто до особистісних властивостей» [4, с. 14]. Отже, тільки те ставлення стає фактором самодетермінації моральної поведінки суб'єкта, котре включене в систему його Я-образу. Це само по собі є процесом становлення економічної культури особистості дитини. Зовнішня реальність відносин власності перетворюється на об'єкт самостійної рефлексії з приводу відображення відображеної реальності. Актуалізація рефлексивного змісту запускає не тільки процес сприйняття зовнішньої, об'єктивної реальності, але і процес розвитку власного психологічного ставлення до неї.

Представлена вище структурно-цільова модель психологічних механізмів економічної соціалізації молоді людини (рис.1.2.1) є спробою узагальнено показати наше бачення системного характеру актуалізації і функціонування

багатьох взаємопов'язаних процесів, що визначають і забезпечують формування і позитивний розвиток економічних якостей людини як суб'єкта економіки.

Цільовий аспект моделі передбачає *напрямок* розвитку і формування економічної культури молоді в умовах ринку. Його задають цінності суспільної моралі. Мораль є складною сферою духовного життя людини і суспільства в цілому (А. Зимянський, 2015) [32], особливою формою суспільної свідомості, засобом регуляції поведінки людини (О. Лавренко, 2017; В. Москаленко, 2015) [48; 66]. Її зміст становлять моральні норми, що регулюють сферу суспільних, зокрема економічних відносин. Ці норми стосуються різних аспектів існування відносин власності: розподілу, користування, володіння економічними благами. Водночас, на думку М. Савчина (2017) [90], вони стосуються безумовного прийняття цінності іншого, морального ставлення до себе, справи тощо. Ці норми пов'язані, з точки зору З. Карпенко [38], зі здатністю вбачати себе в «Ти» як необхідному еталоні оцінки «Я» та поза особистістю існуючий зразок, ідеал, а також одна з можливих «вершин» духовного зростання. Вони ж інтегровані у свідомому, за М. Бубером (2012) [12], «Я–Ти»-ставленні як твірному началі саморозвитку. І вони ж проявляються у діалогічному ставленні «Я–Ти» як включенням Іншого у власний життєвий простір. Їх інтеріоризація стає основою для формування внутрішньоособистісних регуляторів економічної поведінки – моральних орієнтацій, і, виражені в системі моральності особистості, стають в цілому, за визначенням З. Карпенко, духовним стрижнем її становлення як суб'єкта власного життя.

У каноні підприємливої людини, за В. Москаленко [67], збігається воедино увесь очікуваний з боку суспільства зміст економічної культури молоді людини, який означається в етиці категорією «належне». Ця категорія протистоїть категорії «суцього», фактичного, дійсного, означуючи ту частину морально цінного в економічній культурі суспільства, яка стає повноцінним фактом духовного світу молоді людини, що перебуває на шляху досягнення цінностей культури. У цьому контексті механізм суспільної моралі, втілений в каноні культурної людини, забезпечує могутній процес переходу всього соціального змісту особистості як

суб'єкта економіки від дійсного, фактично існуючого, до можливого з врахуванням належного, тих якостей, схильностей, здатностей особистості, яким належить бути, що очікується економічним оточенням. Завдяки цінностей моралі, а в ході їх інтеріоризації – і моральнісних орієнтацій особистості, можливі результати соціалізації завжди зорієнтовані в ціннісній матриці суспільних очікувань, отже, можуть бути як спрогнозовані, так і забезпечені до розвитку.

Інтеріоризація канонічного змісту економічної культури, відбуваючись в процесі економічних практик у просторі інтерсуб'єктної взаємодії, наприклад, купівлі-продажу, відносин зайнятості, сплати податків, у які включається молодь, актуалізує внутрішньоособистісні механізми соціалізації. Дуже умовно класифіковані нами, згідно з основними функціональними складовими соціалізувального процесу, вони забезпечують якісні зміни у пізнанні молодою людиною економічної дійсності, її оцінюванні і розвиткові ставлення до себе в економіці та вибору відповідних способів діяльності. Погляд на психологічні механізми економічної соціалізації з точки зору процесуальних чинників становлення економічно обізнаної, зі зрілою позицією особистості як справжнього суб'єкта економічних відносин, розкриває цілісний, системний характер економічної соціалізації молодої людини.

1.3. Становлення економічної самостійності як психологічний механізм економічної соціалізації молоді

Становлення економічної самостійності студентської молоді тісно пов'язано з розвитком ринкових відносин нашої країни. Перед державою стоїть найважливіше завдання формування ефективної та конкурентоспроможної системи економічної соціалізації, яка допоможе суспільству отримати необхідні знання, уміння, навички у сфері економічної діяльності та мотивує особистість займатися цією діяльністю. Це завдання є важливим для відновлення країни після перемоги над країною-агресоркою. Можна констатувати, що найближче майбутнє економіки України будуть визначати студенти (майбутні фахівці), а не лише досвідчені економісти.

Сучасний стан соціально-економічного розвитку країни характеризується високою складністю та новизною проблем, багато з яких мають соціально-економічну спрямованість, що викликає гостру необхідність підвищення рівня освіченості для економічної соціалізації студентської молоді в умовах нестабільного суспільства, що постійно змінюється.

Реформування системи вищої освіти України є важливим завданням державного управління, оскільки підготовка кваліфікованих фахівців, які самостійно зможуть створювати власні робочі місця, будувати та розвивати економіку країни – це основа економічно й соціально свідомої нації країни. Безсумнівно, наразі сучасний процес навчання та підготовки професіоналів своєї справи має здійснюватися з врахуванням нестабільності економічних процесів у світі, враховуючи війну в Україні, тому особливу увагу також слід звертати на індивідуальні психологічні особливості здобувачів освіти, особливості самосвідомості студентів як комплексної системи уявлень про себе та ставлення до себе, на їх можливості до самостійного прийняття рішень, що відповідно вплине на їхню подальшу економічну соціалізацію, тобто на їхній інтелектуальний потенціал.

Інтелектуальний потенціал особистості все більшою мірою стає визначним чинником економічного та соціального розвитку сучасного суспільства. Тому і в плані індивідуальних інтересів особистості, і з позиції потреб суспільства однією з головних цілей економічної освіти стає розвиток навичок самостійної роботи, творчої активності та ініціативи молоді для її подальшої економічної соціалізації.

Економічна соціалізація молоді – це процес, завдяки якому молоді люди засвоюють економічні знання, навички та настановлення, необхідні для їхньої інтеграції в економічне життя суспільства. Цей процес включає вплив родини, освіти, соціального середовища та інституційних факторів.

Зазначимо, що економічна соціалізація являє собою складний, багатоаспектний процес входження людини в монетарну сферу суспільства, в результаті якого людина, формуючи відповідні соціальні властивості, стає повноправним суб'єктом монетарних відносин [71, с. 18]. В. Москаленко (2004)

визначає економічну соціалізацію молоді як процес засвоєння та інтеріоризації економічних знань, цінностей, норм і моделей поведінки, що відбувається під впливом соціальних інститутів, таких як сім'я, школа, однолітки та засоби масової інформації. Також науковиця відмічає, що економічна соціалізація забезпечує формування у молоді здатності до економічної активності, критичного мислення та самостійного прийняття економічних рішень. Вона виокремила та описала процес формування економічної соціалізації, що включає такі етапи:

- початкове знайомство з економічними поняттями та практиками у сім'ї;
- систематичне навчання в освітніх закладах;
- соціальна взаємодія з однолітками та іншими членами суспільства;
- вплив медіа та інших інформаційних ресурсів [70].

Економічна соціалізація молоді відбувається через взаємодію з різними соціальними інститутами. У своїй книзі «Social Learning Theory» Альберт Бандура описує теорію соціального навчання, яка підкреслює важливість спостереження, наслідування і моделювання в процесі засвоєння поведінки. Ця теорія є ключовою для розуміння процесів, які впливають на економічну соціалізацію молоді через взаємодію з соціальними інститутами. (Bandura, 1977) [124].

Інші теоретичні підходи, зокрема когнітивний розвиток (Piaget, 1972), наголошують на важливості розумового розвитку в процесі засвоєння економічних понять. Жан Піаже у своїй книзі «The Psychology of the Child» (1972) розглядає етапи когнітивного розвитку дітей, наголошуючи на важливості розумового розвитку в процесі засвоєння знань, включаючи економічні поняття. Його теорія когнітивного розвитку є важливою для розуміння того, як молоді люди засвоюють економічні концепції на різних етапах свого розвитку [170].

Тому частиною нашого дослідження є теоретико-методологічний аналіз механізмів та чинників, що сприяють утворенню та закріпленню економічної самостійності молоді, яка впливає на їхню подальшу економічну соціалізацію.

Проблема самостійності стає одним із пріоритетних напрямів, оскільки наша реальність потребує більшої активності, що йде від самої людини. І сама історія розвитку людини, її майбутнє залежать від того, яким чином вона вирішить для себе проблему самостійності. Ця проблема – не нова. Жан Жак Руссо, І. Песталоцці у XVIII сторіччі, А. Дістервег у XIX сторіччі розвивали думку про важливість формування у дитини самостійності в процесі навчання та виховання [175, с. 45-62].

Питання економічної самостійності в ринкових умовах розглядалися в роботах сучасних українських та західних учених – економістів (М. Білик, І. Бланка, Р. Буряковського, В. Мочерного, І. Мартиненка, Г. Скударя, Р. О'Меара, Н. D. Mehlinger та ін.)

На думку зарубіжних дослідників, проблема економічної самостійності молоді може бути розглянута як одна із психологічних причин молодіжного безробіття, що вказує на неуспішність переходу молодих людей на стадію вторинної економічної соціалізації (вона пов'язана з початком самостійної трудової діяльності).

Ключовим чинником становлення економічної самостійності молодих людей фахівці вважають економічне виховання в сім'ї. Так, у лонгітюдному дослідженні J. Lee та J. Mortimer (2009) [154] психологічним предиктором економічної самостійності старших підлітків та юнаків є їхня економічна самоефективність («economic self-efficacy»). Вона формується у сім'ї в процесі економічного виховання під впливом відповідних настановлень на ранню трудову зайнятість.

Роль досвіду роботи у формуванні економічної самостійності молоді розглядалася у роботах С.Р. Моргено та його колег (2018) [161], а також А. Otto та J. Serido (2017) [163]. Чинники формування фінансової самостійності молодих людей вивчали J. Lee та J. Mortimer (2009) [154].

Останні вивчали вплив соціально-економічного статусу сім'ї на показники економічної самостійності молодих людей. За їхніми даними, підлітки та юнаки з менш забезпечених сімей рано починають працювати і роблять свій внесок у

сімейний дохід вже в підлітковому віці, внаслідок чого вони раніше, ніж однолітки з більш забезпечених сімей, набувають економічної самостійності.

Подібного роду дослідження в економічній та соціальній психології проводяться щорічно, і налічують сотні робіт (M.R. Despard, G.A.N. Chowa, 2014) [135]. Усі вони спрямовані на виявлення чинників становлення економічної самостійності молоді, а також проведення профілактичних заходів у вирішенні цієї проблеми за допомогою підвищення економічної грамотності батьків та запровадження нових освітніх програм, починаючи із дошкільної освіти і продовжуючи наступність цього процесу: дитячий садочок – школа – заклад вищої освіти. Також для досягнення високого рівня економічної самостійності необхідно забезпечити комплексний підхід, що включає не тільки освіту, але й підтримку з боку сім'ї та соціального середовища, а також державну політику.

По суті, автори шукають відповідь на запитання: чому одні молоді люди стають економічно самостійними, незалежними, швидко досягають успіху одразу після здобуття професійної освіти, а інші поповнюють лави безробітних, тривалий час не можуть знайти себе у професії, не можуть (або не бажають) сепаруватися від батьків. Тобто стоїть питання того, як у одних молодих людей формується властивість особистості пізнавати й узагальнювати економічні стосунки, прогнозувати динаміку фінансових процесів та бути економічно й фінансово успішними, а у інших, при таких же можливостях, такій же освіті все навпаки – довготривалі пошуки роботи, невміння керувати власними фінансами тощо.

Ці питання вказують на існування проблеми дослідження, орієнтованої на пошук особистісних чинників психологічної готовності молоді до економічної самостійності. У рамках цього дослідження феномен економічної самостійності розглядається як один із параметрів економіко-психологічної зрілості особистості, який ми визначаємо як показник її економічної соціалізованості на стадії переходу від первинної до вторинної економічної соціалізації.

Незважаючи на різні методологічні підходи щодо пояснення феномену економічної самостійності, можна резюмувати, що ця функція є обов'язковою

частиною свідомості особистості, що обумовлює відображення, трансформацію, динаміку економічних процесів в ході економічної соціалізації молоді та формує її економічну свідомість

Економічна свідомість є ключовим елементом у формуванні економічної самостійності молоді. Це складне психічне явище, яке складається з кількох структурних частин, включаючи відчуття, сприйняття, почуття, емоції, уявлення, мислення, мотиви, орієнтовані на економічну дійсність, а також комплекс особистісних конструктів, що відображають економічні процеси. Розвиток цих компонентів може суттєво вплинути на здатність молодих людей до економічної самостійності.

Важливим аспектом у економічній самостійності (економічній автономії) молоді, є ставлення до себе як до суб'єкта економічних стосунків, що стає центральною складовою економічної свідомості молоді.

Розглядаючи структурні частини економічної свідомості, можна виокремити, що основними елементами економічної свідомості є феномени, котрі регулюють свідоме ставлення людини до економіки:

- пізнавальні компоненти (суспільні уявлення, знання, самооцінка) – вони формують базу економічних знань та розуміння економічних процесів, що є основою для прийняття економічних рішень;
- конативні компоненти (мотиваційно-потребові структури психіки – готовність, наміри, переваги, інтереси) – визначають мотиви та інтереси особи у сфері економіки, що стимулюють її до економічної активності;
- емотивні компоненти (переживання, оцінки, ставлення) – відображають емоційне ставлення до економічних явищ та процесів, що впливає на економічну поведінку.

Щоб бути економічно самостійною, людина повинна мати певну компетентність в економічній діяльності. На наш погляд, можна визначити компетентність економічної самостійності як коло питань, у яких людина має авторитетність, пізнання, досвід для успішного ведення економічної діяльності, поведінку, що демонструється у процесі ефективного виконання економічних завдань [175].

У своїх наукових дослідженнях В. Фоміних та А. Захарова (2004) зазначають, що економічна свідомість інтегрує певні складові, котрі можуть якраз і виступати компетентностями економічної діяльності молоді та слугувати для її самостійності:

- комплекс актуальних економічних знань – володіння сучасними економічними знаннями сприяє впевненості в прийнятті економічних рішень;
- виокремлення позиції «Я-власник» і «Я-невласник» – формування усвідомлення власності та відповідальності за власні фінансові рішення;
- економічна діяльність – активна участь в економічній діяльності формує практичні навички та досвід;
- актуальний рівень розвитку економічних стосунків – залежить від соціально-економічних умов, у яких перебуває молода людина;
- нестабільні складові економічної свідомості (фінансові потреби, інтереси, оцінки, погляди, поведінкові мотиви тощо) – відображають гнучкість та адаптивність економічної свідомості до змін;
- стійкі складові економічної свідомості (економічний світогляд, традиції, звичаї, поведінкові стереотипи тощо) – формують базові цінності та настановлення, що впливають на довгострокову економічну поведінку та самостійність [110].

Також слід відмітити, що у науковій спільноті існує думка (В. Васютинський, 2013), що складовими економічної свідомості є також і уявлення про себе як активного учасника соціального життя, осмислення понять «багатство» та «бідність», ставлення до багатих та бідних, грошей, власності, соціальні установки на різні форми господарювання, ставлення до методів фінансової конкуренції, орієнтація на економічні цінності [14].

Особливо важливим є становлення економічної самостійності для молоді вікового періоду пізньої юності – ранньої дорослості. Йдеться найперше про студентську молодь. Слід зазначити об'єктивну необхідність поглиблення досліджень цих проблем у психологічній науці. Термін «економічна самостійність студентів» не має статусу чітко визначеного наукового поняття

та, в основному, він використовується у педагогічній літературі. Серед дослідників ведуться дискусії з питань про сутність, форми, методи та інші аспекти самостійної роботи та діяльності.

Зазначимо, що нині перед студентами стоїть проблема формування власної економічної самостійності. Під економічною самостійністю слід розуміти здатність орієнтуватися в економічних ситуаціях ринкової економіки, знаходити ніші та способи заробляти кошти для існування [130].

Становлення економічної самостійності студентів – це насамперед планування кар'єри як найманого працівника чи можливість створення власного бізнесу у сфері малого підприємництва. По суті, в процесі планування приймається рішення про те, якими мають бути цілі і що має робити людина, щоб досягти цих цілей. Це підготовка до завтрашнього дня, визначення того, що потрібно і як цього досягти.

Насправді у багатьох закладах вищої освіти країни підготовка студентів до самостійної економічної діяльності не є пріоритетним завданням. Це можна пояснити декількома об'єктивними причинами, наприклад тим, що збільшується з року в рік завантаженість студентів, а іноді і надмірною опікою з боку батьків.

Не можна заперечувати і той факт, що багато викладачів, володіючи достатньою теоретичною базою, самі не мають практичного досвіду ефективної економічної діяльності.

Також це стосується і ролі державних структур, оскільки відсутність спеціальних заходів державної підтримки та адміністративні бар'єри, недосконала система оподаткування, відсутність ефективних механізмів фінансово-кредитної підтримки також є причинами стримування ініціативи молоді.

Аналіз особливостей економічної соціалізації студентської молоді передбачає визначення суттєвих психологічних характеристик, які властиві цій віковій категорії.

Студентство співвідноситься з етапами розвитку дорослої людини, являючи собою перехідну фазу від дозрівання до зрілості і визначається як

пізня юність або рання дорослість (18-25 років). Перехід до юності пов'язаний з розширенням діапазону фактично доступних людині або нормативно обов'язкових соціальних ролей, в тому числі й економічних, з розширенням сфери життєдіяльності (О. Никоненко, 2013) [76].

У соціальному плані юнакам та дівчатам властиві усвідомлення себе як елементів соціальної спільноти (соціальної групи, нації тощо), вибір свого майбутнього соціального стану і способів його досягнення; у них розширюється коло особистісно значущих соціальних відносин.

Дослідники Л. Карамушка та О. Ходакевич (2017) розглядають студентство як особливу соціальну категорію, основними характеристиками якої є високий освітній рівень, висока пізнавальна мотивація, найвища соціальна активність, досить гармонійне поєднання інтелектуальної та соціальної зрілості [37].

Стосовно економічної соціалізації студентів, то зазначимо, що цей процес є важливим напрямом професійного та особистісного розвитку студентської молоді. З періодом студентства пов'язаний початок економічної активності, під якою науковці розуміють включення людини у самостійну виробничу діяльність, початок трудової біографії (В. Москаленко, 2004) [71, с. 18].

Економічна соціалізація студентської молоді має свої особливості. На етапі навчання у закладі вищої освіти студент оцінює свої професійні можливості, формує уявлення про власний бюджет, знайомиться з банковою системою тощо. На думку соціологів, саме в цей період (переходу до дорослого життя) молода людина починає брати на себе максимальну відповідальність в різних галузях особистого та суспільного життя. Студентська молодь стикається з такими проблемами, як: досягнення економічної незалежності, особливості зберігаючої та споживацької поведінки, професійна орієнтація на вибір кар'єри, формування ціннісних орієнтацій в економічній сфері, зміна самосвідомості.

Соціалізуючим середовищем на цьому етапі є передусім заклад вищої освіти як частина соціальної системи, тому що на етапі отримання професійної освіти студенти починають освоювати деякі економічні ролі (виробника,

споживача, платника податків тощо) та готуватися до економічної діяльності через навчально-професійну діяльність.

Теоретичний аналіз досліджень, присвячених проблемі соціалізації, дозволяє визначити нові тенденції, що супроводжують процес економічної соціалізації студентської молоді в умовах трансформації українського суспільства: різка зміна укладу життя, коли старше покоління стає нездатним забезпечити наступність в передачі соціального досвіду; вплив соціально-економічних чинників на формування ціннісних орієнтацій молоді та її життєвих настановлень (соціальне розшарування населення, зміна структури зайнятості, низький рівень оплати праці, недоступність житла, падіння престижу чесної праці тощо); зростання ролі віртуального простору в конструюванні свідомості та поведінкової практики молоді (О. Никоненко, 2013) [75].

Отже, можна відмітити, що становлення економічної самостійності молоді є важливим механізмом економічної соціалізації, який залежить від поєднання освіти, сімейного виховання, впливу соціального середовища та інституційних чинників. Для досягнення високого рівня економічної самостійності молодих людей важливо забезпечити комплексний підхід, що включає підтримку економічної освіти, сприятливе соціальне середовище та ефективну державну політику.

Одним із ключових чинників, що формують економічну самостійність молоді є розвиток економічної свідомості. Саме інтеграція знань, мотиваційних структур та емоційного ставлення до економіки сприяє формуванню відповідальної та активної економічної поведінки. Розвиток економічної свідомості впливає на формування економічної самостійності молоді через кілька ключових механізмів: формування економічних знань та навичок, мотивація до економічної активності, емоційна стабільність та позитивне ставлення до економіки, сприйняття себе як активного учасника економічних процесів, що формує виокремлення позиції «Я-власник» та відповідальність і впевненість у своїх фінансових рішеннях.

Тому формування економічної самостійності у молоді є критично важливим для її інтеграції в суспільство та забезпечення фінансової стабільності. Економічна самостійність сприяє розвитку відповідальних та обґрунтованих фінансових рішень, підвищує рівень фінансової грамотності та навичок управління ресурсами. Це натомість допомагає молоді адаптуватися до змін в економічному середовищі, підвищує її здатність до підприємництва та забезпечує стійкість до економічних викликів. Розвиток економічної свідомості, як інтеграція знань, мотиваційних структур та емоційного ставлення до економіки, є основою для досягнення цієї самостійності, роблячи молодь активним та відповідальним учасником економічних процесів.

Висновки до розділу 1

У першому розділі монографії здійснено теоретико-методологічний аналіз проблеми психологічної детермінації економічної соціалізації учнівської та студентської молоді в країні, яка воює. Розкрито зміст категорії «психологічний механізм» з точки зору кількох наукових підходів, в руслі яких вона розроблена найбільш чітко. Психологічний механізм розкрито як процес: 1) переведення внутрішніх стимулів у соціально прийнятні форми; 2) особистісного розвитку в процесі спільної діяльності; 3) як зовнішнього впливу умов буття людини на засвоєння нею норм соціальної поведінки; 4) неусвідомлюваного фіксування і усвідомлюваного освоєння набутків економічної культури.

Механізми соціалізації вказують на те, в результаті яких процесів, дій відбувається соціалізація людини. Існують різні підходи до вивчення та інтерпретації «психологічних механізмів» соціалізації. Підкреслено двобічний характер економічної соціалізації, який, з одного боку, є процесом засвоєння, і відтворення індивідом системи економічних зв'язків, відносин в суспільстві, а з іншого боку, становленням і розвитком форм економічної поведінки особистості.

Знання закономірностей та психологічних механізмів економічної соціалізації особистості потрібно для створення методологічних засад

організації системи виховання підростаючого покоління, яка здатна була б у ситуації швидких соціальних змін управляти умовами формування особистості.

Зазначено, що українська психологія має вагомі наукові здобутки щодо теоретико-методологічного та експериментального осягнення розуміння сутності проблеми психологічних механізмів. Водночас поза межами вивчення досі залишається аспект розгляду проблеми психологічних механізмів економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства, його воєнного стану та повоєнної відбудови. Це обумовлено, в першу чергу, відмінностями теоретичних концепцій багатьох наукових шкіл, специфічними орієнтирами окремих науковців, які по-різному трактують як сам феномен соціалізації особистості, так і психологічні механізми економічної соціалізації, а також складністю емпіричного дослідження цієї проблематики.

Психологічний механізм економічної соціалізації авторками розглядається як стабільна система взаємодії різних чинників формування економічних уявлень і мотиваційної структури індивіда, результатом дії яких є поява закономірного ефекту, а також формування передбачуваних моделей економічної поведінки особи в її соціальній групі.

Узагальнюючи наявні літературні джерела, виділено та охарактеризовано такі основні психологічні механізми, що забезпечують процес соціалізації особистості загалом та економічної соціалізації зокрема: зараження; наслідування; процес дії; механізм групового тиску; механізм ідентифікації; процеси рефлексії та мотивації; механізм масової сили; соціальна фасилітація та інгібіція; соціальний вплив: переконання та навіювання, механізм інтеріоризації особистістю ціннісного змісту економічної культури, а також менш досліджені науковцями механізми: механізм розділеної згоди, реактивності людської поведінки (зворотний зв'язок, шерінг, самопрезентація, механізм зчеплених ролей тощо).

Проаналізована низка понятійних опозицій, в яких психологічний механізм вивчається у науковій літературі: «типове – унікальне», «активність –

пасивність», «стихійність – цілеспрямованість», «зовнішній вплив – внутрішній вплив», «структурованість – неструктурованість».

Представлено структурно-цільову модель психологічних механізмів економічної соціалізації молоді людини як спробу узагальнено показати наше бачення системного характеру актуалізації і функціонування багатьох взаємопов'язаних процесів, що визначають і забезпечують формування й позитивний розвиток економічних якостей людини як суб'єкта економіки. Цільовий аспект моделі передбачає напрям розвитку і формування економічної культури молоді в умовах ринку. Його задають цінності суспільної моралі. Її зміст становлять моральні норми, що регулюють сферу суспільних, зокрема економічних відносин. Ці норми стосуються різних аспектів існування відносин власності: розподілу, користування, володіння економічними благами.

Погляд на психологічні механізми економічної соціалізації з точки зору процесуальних чинників становлення економічно обізнаної, зі зрілою позицією особистості як справжнього суб'єкта економічних відносин, розкриває цілісний, системний характер економічної соціалізації молоді людини.

Обґрунтовано психологічні механізми економічної соціалізації як процеси в економічній свідомості суб'єктів, що виникають в результаті взаємовпливу індивідуальних і групових суб'єктів економічної діяльності один на одного та безпосередньо зумовлюють чи опосередковано впливають на формування культуровідповідних економіко-психологічних якостей. В умовах війни таке формування має не поступальний, а бурхливий/кризовий характер, оскільки відбувається в часи крайньої невизначеності.

Показано системний зв'язок механізмів соціалізації, в якій центральну регулятивну функцію виконують моральнісні орієнтації. Констатовано складність, ієрархічний характер цих зв'язків на різних рівнях перебігу соціалізуючих впливів. Зокрема показано, які соціалізуючі процеси актуалізуються на інтерперсональному та інтраперсональному рівнях економічної взаємодії.

В якості психологічного механізму економічної соціалізації молоді розглянуто становлення її економічної самостійності вікового періоду пізньої юності – ранньої дорослості. Вона розуміється як здатність орієнтуватися в економічних ситуаціях ринкової економіки, знаходити ніші та способи заробляти власні кошти для існування.

Феномен економічної самостійності розглядається як один із параметрів економіко-психологічної зрілості особистості, який визначається як показник її економічної соціалізованості на стадії переходу від первинної до вторинної економічної соціалізації.

Зазначається, що проблема економічної самостійності молоді може бути розглянута як одна із психологічних причин молодіжного безробіття, що вказує на неуспішність переходу молодих людей на стадію вторинної економічної соціалізації, пов'язаної з початком самостійної трудової діяльності.

Підкреслено, що ключовим чинником становлення економічної самостійності молодих людей є економічне виховання в сім'ї в процесі формування відповідних настановлень на ранню трудову зайнятість.

Виділено чинники становлення економічної самостійності молоді, зокрема підвищення економічної грамотності батьків та запровадження нових освітніх програм, починаючи із дошкільної освіти і продовжуючи наступність цього процесу: дитячий садочок – школа – заклад вищої освіти, підтримка сім'ї заходами державної політики.

Загалом становлення економічної самостійності молоді є важливим механізмом економічної соціалізації, який залежить від поєднання освіти, сімейного виховання, соціального середовища та інституційних факторів. Для досягнення високого рівня економічної самостійності молодих людей важливо забезпечити комплексний підхід, що включає підтримку економічної освіти, сприятливе соціальне середовище та ефективну державну політику.

РОЗДІЛ 2

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

- 2.1. Аналіз системної організації механізмів економічної соціалізації молоді*
- 2.3. Моральна регуляція як системотвірний чинник психологічних механізмів економічної соціалізації молоді*
- 2.3. Ідентифікація як провідний інтраособистісний механізм економічної соціалізації молоді*

2.1. Аналіз системної організації механізмів економічної соціалізації молоді

Емпіричне вивчення функціонування психологічних механізмів становлення економічної культури української учнівської та студентської молоді здійснювалось нами у 2023-2024 роках на вибірці 554 особи. Вибірка у 78 студентів на пілотажному етапі дослідження та 476 на основному була досить широкою: у дослідженні взяли участь студенти бакалаврату і магістратури факультету психології, Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка та Інституту післядипломної освіти цього ж університету (390 осіб), а також Національного університету харчових технологій, факультету економіки та управління (86 осіб).

Емпіричне дослідження проведено у рамках виконання науково-дослідної теми лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України «Психологічні механізми економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства» (2022-2024 рр., номер державної реєстрації 0122U000296).

Для вивчення системної організації механізмів економічної соціалізації молоді на пілотажному етапі дослідження нами розроблено анкету, яка містила 4 незакінчених речення. Останні стосувались поведінки, вчинків, до яких вдавались би опитувані відповідно до основних ролей, в яких вони орієнтуються і практикують найчастіше у своєму повсякденному економічному

житті – роль споживача, платника податків, вкладника/користувача фінансовими послугами та підприємця/бізнесмена. Узагальнення відповідей методом контент-аналізу дозволило виокремити твердження, які містили опис процесів прийняття економічних рішень. До уваги було взято 85 тверджень, емпірично нами згрупованих у кілька груп механізмів, які часто в наукових джерелах класифікують як механізми соціалізації (О. Власова, 2015; В. Власова, В. Семиченко, С. Пащенко, Я. Невідома, 2014) [17; 18]: ідентифікація, копіювання, навіювання, рефлексія, ціннісні орієнтації, контроль, автономія, порівняння. Далі список тверджень був підданий експертній оцінці п'яти колег-психологів, які переймаються питаннями теоретичного вивчення проблем соціалізації та практиками соціалізуючого впливу. Експертам було запропоновано оцінити кожне твердження за шкалою від 1 до 5 балів (де 1 бал означав повну невідповідність твердження визначенню механізму, а 5 балів – повну відповідність). Наступним кроком було оцінити ці твердження за критеріями «втілює суть механізму» і «передає дієвість механізму». Зведені усереднені дані, отримані в результаті багатокритеріальної оцінки альтернатив (Н. Дембицька, Я. Запека, 2020) [27], дали можливість залишити у переліку механізмів економічної соціалізації 64 дескриптора, що втілюють суть і дієвість ідентифікації (8 дескрипторів), копіювання, слідування зразкам (10 дескрипторів), навіювання (8 дескрипторів), рефлексії (11 дескрипторів), ціннісних орієнтацій (11 дескрипторів), контролю і відстоювання власної автономії (8 дескрипторів), порівняння (8 дескрипторів).

Факторний аналіз семантичного змісту механізмів економічної соціалізації дозволив емпірично виокремити кореляційні плеяди тверджень, зорганізованих у фактори. Вони в цілому відображають семантичний зміст системи психологічних механізмів, які забезпечують основні ефекти економічної соціалізації в пізній юності – ранній дорослості сьогоденного студентства.

В остаточному варіанті твердження діагностичної методики набули такого розподілу.

Фактор 1. Виважене рішення на основі порівняння, критичного мислення і розуміння власних пріоритетів: 1. Критично поставившись до реклами товару, я приймаю виважене рішення щодо його придбання (.632). 2. Обираючи способи забезпечувати себе матеріально, людина орієнтується на те, що для неї є прийнятним (.624). 3. Якщо і віддавати перевагу послугам з хімічної чистки одягу, то тим, які виграшно дешевші, але при цьому не страждає якість (.589). 4. Прийняти виважене рішення про те, на який рахунок слід задонатити, допоможе чітке розуміння власних мотивів і фінансових можливостей (.554). 5. На того, хто здатен чітко звіряти з бажаним результатом кожен крок на шляху до остаточного виходу на ринок послуг, очікує успіх (.545). 6. Помічати привабливу в фінансовому плані пропозицію і осмислено їй слідувати – для мене не одне й те ж (.544). 7. Виходячи з розуміння, що є твоїм покликанням, ти їй обираєш сферу зайнятості (.521).

Фактор 2. Орієнтація на батьківський досвід заробітку і прийняття ризикованих економічних рішень: 8. Примітним є те, наскільки автоматично я користуюсь тими ж прислів'ями і приказками, які вживають у мовленні близькі мені люди (.726). 9. Моє бачення, як слід вести свої матеріальні справи, засноване на досвіді батьківської родини (.690). 10. Помічаю, що висловлююся як споживач словами батьків (.681). 11. Іноді комусь із членів сім'ї досить лише подумати про економічні події, щоб я почав мислити в тому ж напрямі (.676). 12. В епоху економічної кризи все, що залишається, – брати на озброєння досвід тих, хто вміє виживати (.535).

Фактор 3. Випереджаюче прогнозування (порівняння можливостей зі спроможностями): 13. Вирішуючи, чи купувати делікатес, я ретельно порівнюю свої матеріальні можливості і ціну (.613). 14. Відчуття матеріального достатку настає тоді, коли робиш все для зменшення різниці між реальним прибутком і очікуваним (.575). 15. Коли я намагаюсь наперед бачити результати своєї фінансової поведінки, з'являється можливість уникнути багатьох помилок (.574). 16. Обрати той чи інший напрям економічної діяльності означало б для мене зіставити те, чим я реально хочу займатись, з

тими податковими вимогами, яким має відповідати моя робота як підприємця (.548). 17. Уміння аналізувати власний і чийсь досвід фінансових оборудок не завадить тому, хто прагне реалізуватись в підприємництві (.546). 18. Моє навчання не пройшло даремно – я можу назвати себе обізнаним(ою) у багатьох економічних питаннях (.540).

Фактор 4. Економічна рефлексія: 19. Надавача комунальних послуг є сенс обирати остаточно після того, як зіставиш максимум пропозицій щодо умов обслуговування, пропонованих усіма гравцями на ринку (.634). 20. Обираючи спосіб заробітку, людина керується власними уявленнями про те, як має бути (.600). 21. Гарною альтернативою тривалому зважуванню того чи іншого рішення є спонтанно діяти за покликом душі (.587). 22. Періодична звірка рахунків за послуги з постачання електроенергії з реально спожитими її обсягами нікому не завадить (.562). 23. У прийнятті важливих рішень щодо вкладання грошей люди спираються на більш досвідчених в цьому плані осіб (.540). 24. Коли весь план майбутньої справи – у фокусі моєї уваги, я знаю, як вчиняти (.523).

Фактор 5. Прийняття фінансово грамотного рішення: 25. Визначитись з тим, який тип рахунку в банку доцільно відкрити, означає щонайперше зіставити усі плюси і мінуси кожної з пропозицій, які банк пропонує вкладнику (.756). 26. Аби навчитись збалансовувати свій бюджет, є сенс наприкінці місяця підбивати баланс доходів і витрат (.744). 28. Орієнтація у тих принципах, на яких заснована економіка, убезпечує від фінансового провалу (.639). 29. У мене не викликає жодного сумніву думка, що немає програшних в матеріальному плані ситуацій (-.556).

Фактор 6. Слідування престижним тенденціям та досвідів інших: 30. Легкий натяк на чийсь успішний досвід може спростити тобі прийняття рішення про покупку (.583). 31. Обираючи чи змінюючи професію, часто схиляєшся в бік тієї, яка визнана престижною і зараз на часі (.582). 32. Інтуїтивне користування новим гаджетом можна підсилити ознайомленням з інструкцією по експлуатації (.527). 33. При започаткуванні своєї справи є сенс

схилитись до думки бувалих підприємців (.546). 34. Стосовно вкладання грошей я переважно був би згоден(на) з думками більш досвідчених інвесторів (.539). 35. Обираючи нового стоматолога, я покладаюся на досвід тих, хто задоволений його послугами (.530). 36. У ризикованих для моїх матеріальних статків випадках керуюсь принципом: коли не знаєш, як вчинити, роби, як інші (.523).

Фактор 7. Орієнтації на якість товару та репутацію виробника: 37. Перед прилавком я можу затриматись, тривалий час обираючи свіжіші продукти харчування (.656). 38. Для мене важливо обирати більш якісний товар в супермаркеті (.645). 39. Обираючи той чи інший товар в супермаркеті, я орієнтуюсь на репутацію його виробника (.556). 40. Опиняючись в супермаркеті, зазичай я посилюю свій контроль за гаманцем (.497). 41. Сприймаю тих, хто «розводить» людей на гроші по телефону, як людей іншого кшталту (.453).

Фактор 8. Ідентифікація з успішною і морально поміркованою людиною : 42. Я багато чого беру з досвіду успішних людей, аби сьогодні стверджувати, що сам(а) успішний(а) (.659). 43. Відповідаючи на запитання, як вчинити в сумнівних схемах заробітку, пропонованих знайомими, людина спирається на те, як належить це робити (.608). 44. Моє навчання не пройшло даремно – я можу назвати себе обізнаним(ою) у багатьох економічних питаннях (.601). 45. Вірю, що в житті трапляються такі партнери по бізнесу, на яких можна покластись як на себе (-.599). 46. Репутація – ось чим я б керувався(лась) при виборі партнера, якби постало питання організувати бізнес на паях (.587).

Фактор 9. Усвідомлене цілепокладання й осмислене ставлення до підприємництва: 47. Усвідомити, хто ти є і чого прагнеш в житті – це крок до вибору між найманою працею і роботою на себе (.759). 48. Розуміння суті справи – основа підприємницької діяльності (.505). 49. Не впадати в розпач і сприймати бізнесові невдачі як тимчасові допомагає осмислене ставлення до подій (500).

Фактор 10. Сумніви в собі і пошук зовнішніх опор за умови прийняття ризикованих рішень: 50. Навряд чи я мислю сьогодні як досвідчений платник податків (.661). 51. Часом ставлю себе на місце успішних в економічному плані людей, коли маю потребу прийняти рішення, пов'язане з великими матеріальними тратами (.517). 52. У пошуку напрямів розвитку своєї справи часом сприйняття ідеї на віру буває виправданим (.512). 53. З-поміж послуг я обираю найбільш якісну, покладаючись на смак знайомих людей (.504).

Фактор 11. Орієнтація на цінність здоров'я і контроль бюджету: 54. Обираючи ту чи іншу послугу в спорт-індустрії, я орієнтуюсь на ту, яка найбільш цінна для збереження мого здоров'я (.646). 55. Я веду облік своїх прибутків і витрат (.612).

Фактор 12. Механізми запобігання матеріальній скруті: заощадження і контроль витрат: 56. Я відкладаю гроші на «чорний день», як заведено і в моїй батьківській сім'ї (.723). 57. Я контролюю свої витрати тим, що звіряю покупки із заздалегідь складеним списком (.700). 58. Я переконаний, що людина завжди знайде вихід з матеріальної скрути (-.670).

Фактор 13. Орієнтації на самостійність і чесні стосунки: 59. Часом мої висловлювання стосовно ведення домашніх справ схожі на слова когось із членів моєї сім'ї (-.592). 60. Чесність – ось чим я б керувався(лась) при виборі партнера, якби постало питання організувати спільний бізнес (.590). 61. Той, хто контролює кожен етап реалізації прийнятого рішення, почуватиметься благополучно в плані економічного успіху (.499).

Здійснивши редукцію виокремлених факторів шляхом вторинного факторного аналізу, ми отримали вторинні фактори, в яких кожен компонент корелює з кожним іншим. Отже, ми можемо підходити до аналізу змісту цих утворень як до своєрідних кореляційних плеяд виявлених психологічних механізмів (табл. 2.1.1). Завдяки визначенню внеску кожної з таких плеяд в організацію цілісної системи механізмів (табл.2.1.2) можемо говорити про вагомість окремих груп механізмів в ній.

Кореляційні плеяди психологічних механізмів економічної соціалізації студентської молоді

Rotated Component Matrix^a

Кореляційні плеяди	Component					
	1	2	3	4	5	6
Механізми забезпечення економічної автономії:						
13. Орієнтації на самостійність і чесні стосунки	.971					
1. Виважене рішення на основі порівняння, критичного мислення і розуміння власних пріоритетів	.958					
Когнітивно-ціннісні механізми (ідентифікація з батьківським досвідом належної поведінки):						
8. Ідентифікація з успішною і морально поміркованою людиною		.656				
2. Орієнтація на батьківський досвід заробітку і прийняття ризикованих економічних рішень		-.508				
6. Слідування престижним тенденціям та досвідові інших						
Конативні механізми запобігання екон. скруті						
5. Прийняття фінансово грамотного рішення			.722			
12. Механізми запобігання матеріальній скруті			.549			
Соціально-психологічні механізми						
7. Орієнтації на якість товару та репутацію виробника				.771		
Рефлексивні механізми						
9. Усвідомлене цілепокладання й осмислене ставлення до підприємництва					.548	
3. Випереджаюче прогнозування (порівняння можливостей зі спроможностями)					-.526	
4. Економічна рефлексія					.439	
Механізми забезпечення економічної стійкості в умовах невизначеності						
10. Сумніви в собі і пошук зовнішніх опор за умови прийняття ризикованих рішень						-.641
11. Орієнтація на цінність здоров'я і контроль бюджету						.617

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Судячи з визначеного внеску плеяд в організацію цілісної системи механізмів (табл. 2.1.2), найбільш вагомими для молоді сьогодні, поряд з найбільш вираженим механізмом збереження і розвитку особистої автономії в

економічній сфері (разом обіймає 15,4 % факторів), є когнітивно-ціннісні (22,8 %) та рефлексивні (22,8%) процеси.

Таблиця 2.1.2

Могутність вторинних факторів психологічних механізмів економічної соціалізації молоді

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.923	14.789	14.789	1.923	14.789	14.789	1.905	14.653	14.653
2	1.000	7.692	22.482	1.000	7.692	22.482	1.013	7.794	22.447
3	1.000	7.692	30.174	1.000	7.692	30.174	1.003	7.717	30.164
4	1.000	7.692	37.866	1.000	7.692	37.866	1.001	7.697	37.862
5	1.000	7.692	45.559	1.000	7.692	45.559	1.001	7.697	45.559
6	1.000	7.692	53.251	1.000	7.692	53.251	1.000	7.692	53.251
7	1.000	7.692	60.943						
8	1.000	7.692	68.636						
9	1.000	7.692	76.328						
10	1.000	7.692	84.020						
11	1.000	7.692	91.713						
12	1.000	7.692	99.405						
13	.077	.595	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Це цікавий факт, оскільки саме автономія, самостійність, ідентифікація та рефлексія є могутніми внутрішньоособистісними процесами становлення економічної суб'єктності, індикаторами підприємливості і в цілому маркерами особистісної зрілості, показниками соціалізованості в ранній дорослості.

Аналізуючи зміст емпірично виокремленої системи механізмів економічної соціалізації студентства, відмітимо такі тенденції. Виявлено представленість цієї системи на 84,6% раціональними механізмами:

1. Когнітивними: ідентифікація з успішною і морально поміркованою людиною; сумніви в собі і пошук зовнішніх опор за умови прийняття

ризикованих рішень; економічна рефлексія; випереджаюче прогнозування (порівняння можливостей зі спроможностями).

2. Поведінковими: механізми запобігання матеріальній скруті: заощадження і контроль витрат; прийняття фінансово грамотного рішення через співставлення зисків/втрат і балансування; усвідомлене цілепокладання й осмислене ставлення до підприємництва; виважене рішення на основі порівняння, критичного мислення та усвідомлення власних рішень (гнучкість і орієнтація в моменті).

3. Ціннісними: орієнтації на самостійність і чесні стосунки; орієнтації на якість товару та репутацію виробника; орієнтація на цінність здоров'я і контроль бюджету.

Ірраціональні механізми становили 15,4 % загального обсягу (інтуїтивне слідування модним, престижним тенденціям та орієнтація на батьківський досвід заробітку і прийняття ризикованих економічних рішень).

Водночас найпотужнішими (обіймають найбільшу дисперсію ознак – 24%) є механізми забезпечення автономії і рефлексивного управління рішеннями (фактори 1,3,4) та один з доволі потужних механізмів забезпечення повсякденної економічної діяльності в стабільних умовах – фактор 2 – орієнтація на батьківський досвід заробітку і прийняття ризикованих економічних рішень. Цей факт свідчить про великий внесок в економічну соціалізацію сімейного виховання і становлення сімейних стереотипних патернів повсякденної економічної поведінки та актуалізацію таких психологічних процесів, пов'язаних із розвитком самосвідомості як внутрішньої опори для досягнення економічного успіху в непростому економічному сьогоденні. Очевидно, механізми становлення суб'єктних якостей особистості є сьогодні базовими механізмами забезпечення економічного успіху молодих людей.

Методом кластерного аналізу нами створено типологію механізмів економічної соціалізації в пізній юності – ранній дорослості (рис. 2.1.1).

Наведемо детальніше виокремлені типи механізмів економічної соціалізації студентської молоді.

Нами емпірично виокремлено три основних групи психологічних механізмів економічної соціалізації студентства.

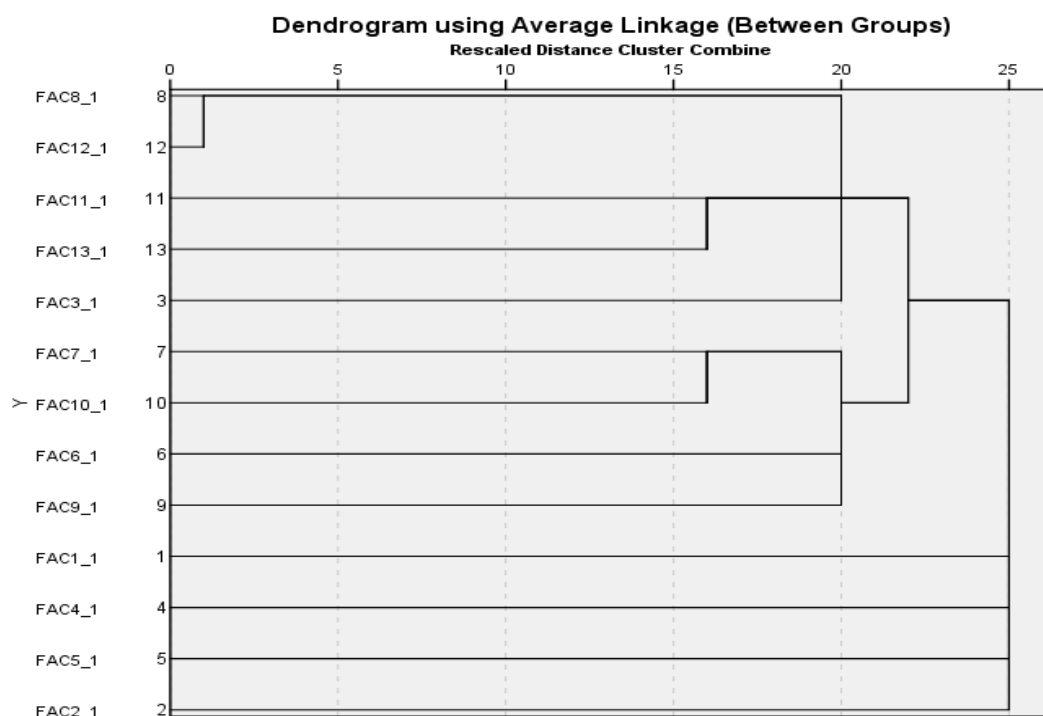


Рис. 2.1.1. Типологія психологічних механізмів економічної соціалізації у студентської молоді

Першою є група механізмів забезпечення повсякденної економічної діяльності в стабільних умовах (перший найбільш розгалужений кластер на дендрограмі), яка включає в себе такі:

Механізми забезпечення економічного благополуччя (далі подаються номери факторів, що становлять кожну групу механізмів):

8. Ідентифікація з успішною і морально поміркованою людиною

12. Механізми запобігання матеріальній скруті: заощадження і контроль витрат

Батьківський економічний досвід

2. Орієнтація на батьківський досвід заробітку і прийняття ризикованих економічних рішень

Другою групою механізмів стали споживчі ціннісні орієнтації і зовнішня підтримка в умовах економічних ризиків :

7. Орієнтації на якість товару та репутацію виробника

10. Сумніви в собі і пошук зовнішніх опор за умови прийняття ризикованих рішень

Цей кластер представлений і третьою групою механізмів зі становлення ділової/підприємницької ідентичності, представленої двома іншими підгрупами:

Вправління в підприємницькій ролі

6. Слідування престижним тенденціям та досвідів інших

9. Усвідомлене цілепокладання й осмислене ставлення до підприємництва

Ціннісна регуляція економічної поведінки

11. Орієнтація на цінність здоров'я і контроль бюджету

13. Самостійність і чесність

Окремий самостійний кластер становлять *когнітивні механізми забезпечення автономії і рефлексивного управління рішеннями:*

1. Виважене рішення на основі порівняння, критичного мислення і усвідомлення власних пріоритетів

5. Прийняття фінансово грамотного рішення через зіставлення зисків/втрат і балансування (гнучкість і орієнтація в моменті)

4. Економічна рефлексія

3. Випереджаюче прогнозування (порівняння можливостей зі спроможностями).

Отже, виокремлено такі групи механізмів економічної соціалізації студентства: 1) забезпечення стабільного економічного життя; 2) забезпечення опор в умовах економічних ризиків; 3) становлення підприємницької мотивації, а також 4) забезпечення автономії і рефлексивного управління рішеннями. Привертає увагу те, що найпотужнішим кластером у студентській молоді є той, що обіймає перші три групи механізмів і стосується

ресурсів економічного благополуччя в нестабільних умовах. Під час війни актуалізація саме цієї групи соціалізуючих процесів виглядає досить логічною.

Тим не менш визначення ваги кожного кластера в цілісній системі механізмів (табл. 2.1.2) показало, що механізми, спрямовані на забезпечення особистісної автономії і рефлексивного управління рішеннями, які в цілому включають самопізнавальні процеси і економічне футурування, обіймають загалом 34,1% або третину від усіх механізмів.

Слід також відмітити той факт, що до складу кожного з підкластерів у кластері механізмів забезпечення економічного благополуччя в невизначених умовах входять складові із соціально-психологічним змістом. Очевидно, стратегії прийняття чи навіть зменшення невизначеності вимагають уміння покладатись на оточення, інтенсивної комунікації і взаємної підтримки. Тому серед механізмів цього кластеру виявлено опора на батьківський досвід, досвід приймати ризиковані рішення, наявний у інших суб'єктів господарювання.

Для з'ясування соціалізуючих ефектів виокремлених психологічних механізмів нами шляхом регресійного аналізу перевірявся зв'язок з ними показників суб'єктності молоді в економічній сфері, що аналізуватимемо в п. 3.1.

2.2. Моральна регуляція як системотвірний чинник психологічних механізмів економічної соціалізації молоді

Сучасне українське суспільство наразі переживає значні політичні, соціально-економічні, соціокультурні, трансформаційні зміни. Створення нових економічних умов для життя, формування принципово нових соціальних відносин, нестабільність, ускладнення економічного стану в країні та світі, загострення економічної кризи, викликаної військовим станом та воєнними діями агресора, спричинило зміну життєдіяльності людини, ставлення до себе та суб'єктивне сприйняття дійсності. Це визначає пріоритетність і актуальність розширення досліджень економічної соціалізації різних груп населення і, зокрема, студентської молоді як майбутніх фахівців різних галузей. Завдяки

цьому процесу у молодій людині формується економічна свідомість як одна із центральних категорій сучасної економічної психології; це усвідомлення себе в економічній системі як самостійного суб'єкта, цілісна оцінка своєї ролі, цілей, інтересів, мотивів своєї економічної поведінки. Головним механізмом функціонування економічної свідомості є активне відображення довкілля.

Відмітною рисою сучасного етапу розвитку суспільства є його трансформація, а також набуття ознак транзитивності (від лат. *transitivus* – перехідний). Тільки тепер ця транзитивність стосується не стільки закріплення ринкових перетворень, скільки існування та функціонування всіх структур суспільства, кожної людини в умовах воєнного часу.

Водночас не заперечується ідея формування в ході соціалізаційного процесу унікальних, особливих рис особистості в певних умовах і рамках вимог, які пред'являє економічна система її учасникові. Присвоюючи соціально-економічний досвід (оволодіваючи ним), елементи економічної культури (норми, правила, цінності, ідеали, традиції тощо), а також інтеріоризуючи їх у власні настановлення, ціннісні орієнтації, норми економічної поведінки, індивід стає повноправним членом і суб'єктом економічних відносин суспільства. У процесі економічної соціалізації людина не лише оволодіває об'єктивним досвідом, а й отримує власний соціально-економічний досвід, відтворення якого проявляється в різних напрямках її активності, стає суб'єктом економічних перетворень.

Психологи, економісти, соціологи, культурологи, філософи відмічають, що поява нового економічного і соціального простору в Україні за часів незалежності, безпрецедентна капіталізація країни, негативні наслідки курсу реформ, воєнна агресія РФ різко актуалізували потребу в усебічному аналізі культурної, моральної складової в усіх сферах суспільного життя. Соціальні, економічні реалії сьогодення неможливо правильно оцінити і осмислити без урахування їх соціокультурного та етичного аспектів. Перед суспільством постало питання про сутність людської особистості, про її можливості, моральну і духовну сутність, життєві цінності, усвідомлення свого місця в

ієрархії суспільства та національну приналежність, самосвідомість, самовідчуття, світосприйняття та світорозуміння тощо.

Сьогодні процес економічної соціалізації особистості набуває принципово нової суперечливості. З одного боку, соціалізація – це трансляція усталеного соціального досвіду, який вже закріпився, з іншого – в сучасній ситуації воєнного часу досвід поколінь фіксується цілком по-новому, доповнюється новими обставинами, гранями. Тому в таких умовах дуже важливим є дослідження того, як буде розвиватися й ефективно функціонувати сучасна людина, якими механізмами економічної соціалізації це забезпечується в умовах воєнного стану та повоєнного відродження країни.

Соціалізація особистості є однією з центральних проблем соціальної психології. А в умовах переходу сучасного українського суспільства до ринкових економічних відносин ця проблема у площині економічної психології ідентифікується у не менш актуальну проблему економічної соціалізації. Як формування певних економіко-психологічних характеристик особистості, вона відбувається завдяки психологічному механізму інтеріоризації нею зовнішніх економічних цінностей суспільства через свою потребу систему (внутрішні психологічні виявлення).

Як зазначають соціальні психологи, економічна соціалізація – це процес входження індивіда в економічну сферу суспільства, формування у нього економічного мислення, процес інтеріоризації економічної реальності, що містить пізнання економічної дійсності, засвоєння економічних знань, формування економічних уявлень, знання економічних категорій, засвоєння і реалізація ролей та навичок економічної поведінки [25; 96; 70] .

Погляд на духовну, етичну регуляцію економічної активності завжди існував у суспільній свідомості людства. З середини ХХ ст. проблема взаємозв'язку етичного й економічного стає однією з актуальних в наукових дослідженнях. Новий погляд в суспільній думці на співвідношення економіки і моралі, зумовлений зростаючим впливом великого бізнесу на благополуччя людей, мав своїм наслідком зміну законодавчої бази багатьох розвинутих країн,

яка жорстко встановлює контроль за дотриманням моральних норм в економічній сфері суспільства. У зарубіжній літературі дослідження проблеми етичності бізнесу почали проводитись в 60-х роках, а в 80-і рр. набули значних поширень. Результатом наукових дискусій стало прийняття в багатьох країнах Заходу етичних кодексів, введення учбових програм та створення спеціальних комітетів по дотриманню етичних норм у великих компаніях. У деяких з них було введено в штат посади уповноважених з корпоративної етики, однією з функцій яких передбачено нагляд за здійсненням в корпораціях програм з етики.

Суспільна думка в останні роки надає все більшого значення моральності економічних суб'єктів. Це пов'язано із захистом благополуччя, безпеки і здоров'я великих груп людей. У результаті цього в наукових дослідженнях, які є відображенням існуючої економічної і соціальної реальності, відбувається зміна акцентів у співвідношенні економіки і моралі: підкреслюється, що економічна діяльність не може бути етично нейтральною.

Як зазначає Т. Taylor (2014) [177], науковці воліють обходити моральні питання стороною. Вони люблять стверджувати, що вивчають компроміси, стимули та взаємодії, залишаючи оціночні судження політичному процесу та суспільству. Але моральні судження не хочуть обходити економіку стороною. Зарубіжними психологами також висловлюється думка, що критику відносин між економікою та моральною чеснотою можна згрупувати за трьома основними позиціями: Якою мірою звичайне економічне життя має здатність до чесноти? Чи економічний аналіз переходить свої межі в зони поведінки, які слід зберегти від економіки? Чим саме вивчення економіки перешкоджає моральній поведінці індивідів?

Розвиваючи цю тезу, Rapaczynski Andrzej (2013) наголошує, що найбільша «культурна війна» в сучасній історії полягає в тому, щоб відновити моральне значення економічної діяльності в свідомості сучасних політичних і культурних еліт [173]. На його думку, зв'язок між економічною діяльністю та моральними цінностями завжди був проблематичним, і залишається таким

донині. Перше, що вражає багатьох, як глибоко непривабливе в економічній діяльності, полягає в тому, що спонукальною силою його практиків є особистий інтерес. І тут економіка й мораль розходяться: мораль, як часто кажуть, стосується поведінки стосовно інших людей, тоді як особистий інтерес – це в кращому випадку те, що ми поділяємо з усіма видами нижчих створінь, а в гіршому – форма, пряма моральна нечутливість – егоїзм, перевага власного «я» на відміну від дотримання самої основної моральної норми – ставлення до інших як до справді рівних, що заслуговують такої ж уваги, як і ми.

Ще задовго до нинішньої кризи англійський економіст, лауреат Нобелівської премії з економіки А. Сен у праці «Етика і економіка» зазначив, що сучасна теорія й практика економіки суттєво збіднюються внаслідок утворення дедалі більшої дистанції між економікою та етикою [Взято з 89, с. 190-196; 108].

Розмірковуючи над проблематикою механізму дії морального чинника в економічній діяльності, McCloskey Deirdre (2006) зазначає, що основою економічної діяльності є не тільки особистий інтерес, але й мірило її успіху – прибуток, надлишок грошей, що залишився після повного покриття власних витрат (включаючи оплату праці). Прибуток, особливо від «спекуляцій» – купівля дешево, продаж дорого – часто розглядається як істотна форма експлуатації інших людей, заснована на їх більшій потребі, можливо, через менші багатство чи освіту, невдачу чи звичайне позбавлення – знову ж таки те, що ми асоціюємо з моральною поведінкою [158].

Авторка зазначає, що напруга між економічною діяльністю, з одного боку, і моральними проблемами (а також моделі життя, які вважаються справді вартими життя), з іншого, глибоко вкорінене в західній культурі і становить важливий компонент суспільної свідомості. Відокремлення економічної діяльності від моральної сфери людських дій і моральне знецінення рушійної сили економічного зростання, звичайно, неоднозначне явище як в нашій дійсності, так і в західній культурі. Адже на хвилі індустріальної революції економічне виробництво так радикально змінило форму західного світу і

призвело до такого безпрецедентного багатства сучасних суспільств, що економічне виробництво не можна розглядати як абсолютно недостойне.

Детальний аналіз моральних норм як регуляторів багатьох аспектів повсякденної поведінки людей в економічній сфері здійснив Feldman Hall O. (2018). Він визначав їх як клей для соціальної гармонії, котрий допомагає з'ясувати психологічні мотиви, що лежать в основі людської поведінки. Моральні норми сприяють гармонійному міжособистісному обміну, надаючи людям набір спільних очікувань. Найбільш основоположними для успішного соціального життя, на його думку, є чотири норми – справедливість, альтруїзм, довіра та співпраця. Моральні норми типу «поводься чесно» диктують людям те, як їм слід орієнтуватися у світі, не завдаючи шкоди іншим. Якщо збільшення власного багатства призводить індивіда до відхилення від морально-нормативних зразків, то можуть виникнути негативні наслідки для інших (заподіяна шкода, розкрадені гроші тощо). Автор зазначає, що, згідно нових досліджень в галузі моральної психології та неврології, моральні норми підтримуються людьми простим когнітивним механізмом взаємності. Взаємна поведінка, з одного боку, є досить стабільною, щоб підтримувати міжособистісні обміни між людьми, і з другого боку, водночас досить гнучкою, щоб пристосуватись до адаптивної поведінки в різних соціальних середовищах [142].

Зазначимо, що альтернативна філософська, психологічна традиція про взаємозв'язок між економічним життям і моральною чеснотою сягає корінням у творчість Джона Локка, Адама Смітта та явно протиставляється аристотелівській традиції, розглядає працю та економічну діяльність не як похмуру й аморальну тяжку працю найманого рабства та заробляння грошей, а як спосіб, яким окремі люди ставляться до довкілля та формують себе.

У подібному дусі сучасні економісти-філософи склали перелік чеснот, які можуть бути невід'ємними для ринкової поведінки. Так, Дейдрре Макклоскі (McCloskey, Deirdre, 2006) описала сім чеснот економічного життя середнього класу: любов (доброзичливість і дружба), віра (порядність), надія

(підприємливість), мужність (витривалість і наполегливість), поміркованість (стриманість і скромність), розсудливість (ноу-хау і передбачення) і справедливість (соціальна рівновага і чесність). Подібним чином Луїгіно Бруні та Роберт Сагден (2013) припустили, що участь у роботі та торгівлі узгоджується з такими чеснотами, як: самодопомога, підприємливість і пильність, довіра та надійність, повага до бажань інших і сприйняття інших як потенційних партнерів у взаємовигідній угоді [158].

Вітчизняними психологами, що працюють в царині економічної та соціальної психології, теж досліджуються проблеми ролі морального чинника в економічній поведінці, вчинках, діяльності особистості, що соціалізується [47; 95; 96; 97; 116].

У соціальній та економічній психології накопичено достатньо великий матеріал з питань процесів, закономірностей розвитку особистості, її рушійних сил, механізмів формування тощо. Однак аспект психологічних механізмів економічної соціалізації особистості, проблематика дії психологічного механізму моральної регуляції економічної поведінки особистості – залишається ще недостатньо дослідженим як у феноменологічному, так і в онтологічному плані. Це обумовлено, в першу чергу, відмінностями теоретичних концепцій багатьох наукових шкіл, специфічними орієнтирами окремих науковців, які по-різному трактують як сам феномен соціалізації особистості, так і психологічні механізми економічної соціалізації, а також складністю емпіричного дослідження цієї проблематики.

Проблема психологічних механізмів є сутнісною стороною процесу соціалізації особистості загалом та економічної соціалізації зокрема. У сучасному суспільстві у зв'язку з виникненням нового типу соціально-економічних відносин, викликаного пандемією covid-19, воєнною агресією та воєнним станом, саме економічна соціалізація більшою мірою відображає все різноманіття та суперечливість конструювання особистістю своїх відносин із соціумом.

Економічна соціалізація індивіда відбувається під впливом різних чинників та при взаємодії з різними агентами за допомогою певних «механізмів». До механізмів соціалізації відносяться ті феномени, які перетворюють, трансформують зовнішнє у внутрішнє. Соціально-психологічні механізми економічної соціалізації особистості – це процес, який перетворює активність чинника соціалізації (соціальні умови, рушійні сили, якості особистості) в її результат (Курінний, 2020) [46].

У найбільш загальному розумінні механізм (від грец. *mechane* – машина) – це система тіл, призначена для перетворення руху одного або декількох тіл у потрібний рух інших тіл. Переважна більшість науковців, що вивчають процеси соціалізації, механізми соціалізації, вважають, що механізм – це не посередник «за допомогою чого», а саме *процес*, який забезпечує передавання того, що є в «Одному» і чого не вистачає «Іншому». Стосовно механізмів соціалізації серед науковців одностайної думки немає. Однак є розуміння того, що це все-таки не «*процес, за допомогою якого*», адже механізм радше відтворює те «*яким чином*» це відбувається, як слушно зауважує Л. Овдiєнко (2014) [78, с. 31].

Зазначимо, що на психологічному рівні механізм соціалізації являє собою психічні процеси, які сприяють перетворенню того, що сприймається суб'єктом, у його внутрішній світ. Будь-яка внутрішня вища психічна функція неодмінно проходить через зовнішню стадію діяльності, а остання від самого початку є соціальною. І перш ніж стати внутрішньою і власне психічною, ця функція спочатку переходить через соціальне ставлення Іншого. Тобто інтеріоризація відбувається під впливом інтерсуб'єктної взаємодії в процесі спільної діяльності. Психологічний механізм перетворює активність психологічного фактора в потрібну активність у вигляді стійких властивостей особистості і суб'єкта, що приводить надалі до певного соціального статусу особистості.

Залишається відкритим питання, які саме психологічні механізми і психологічні умови забезпечують перехід від психічного, яке задається в об'єктивованому соціальному, в індивідуальне психічне. Особливості

дослідження механізмів онтологічної соціалізації особистості ґрунтовно проаналізовано та узагальнено в працях В.О. Татенка та В.Д. Шульги, де вчинок пропонується розглядати в умовах освітньо-виховного процесу як універсальний соціально-психологічний механізм впливу людини на людину [101; 117].

Важливим аспектом процесу економічної соціалізації індивіда є моральнісний, оскільки саме норми суспільної моралі задають стрижневий вектор формування соціальних якостей особистості, яких очікує і потребує ринкова економіка. Правила цивілізованого ринку діють лише тоді, коли суб'єкти економічної, фінансової діяльності дотримуються моральних орієнтирів. Відсутність цих орієнтирів або нехтування ними ускладнює (може ускладнювати) напружену соціальну ситуацію в суспільстві, породжує (може породжувати) конфлікти між людьми.

Постає питання – завдяки якому ефективному психологічному механізму забезпечується дотримання людьми моральних норм, загальноприйнятих правил поведінки у людському суспільстві, в усіх його сферах? На наш погляд, таким механізмом є моральна регуляція. В моральній регуляції економічної поведінки особистості можна виділити такі складові: 1) вимоги, які суспільство висуває безпосередньо людині в плані дотримання загальноприйнятих моральних норм; 2) інтеріоризацію цих вимог суспільства особистістю; 3) поведінку людини у ситуаціях, які вимагають морального вибору.

Моральна регуляція здійснюється двома шляхами:

– завдяки традиційному механізму соціалізації як засвоєння суб'єктом соціуму моральних норм, еталонів поведінки, поглядів, стереотипів, які характерні для суб'єктів господарювання;

- завдяки моральнісній рефлексії – внутрішньому діалогу, у якому суб'єкт соціуму розглядає, оцінює, приймає або відхиляє ті чи інші моральні, матеріальні цінності, прийняті в суспільстві.

Визначаючи роль моралі і моральності як механізмів економічної соціалізації особистості, варто розглянути співвідношення цих понять, оскільки

в науковій літературі вони трактуються по-різному. В етиці під поняттям мораль розуміють такі оцінно-імперативні способи освоєння дійсності, які регулюють поведінку людей у діапазоні добра і зла.

Одні вчені вважають ці поняття синонімічними, інші роблять спробу їх розведення. Відповідно до однієї з точок зору, мораль – це форма свідомості, а моральність – сфера практичних вчинків, звичаїв, традицій. Відповідно до іншої, мораль – це регуляція поведінки засобом суворо фіксованих норм, психологічного примушування і контролю, групових критеріїв і суспільної думки, а моральність – це сфера моральної свободи особистості, коли суспільні та загальнолюдські вимоги збігаються з її внутрішніми мотивами.

У сучасній філософії та етиці терміном «мораль» позначається сукупність соціально зумовлених уявлень про правильну/неправильну поведінку людини, а поняттям «етика» – науку про мораль. Мораль, за визначенням В. Малахова (2004), постає як імперативно-оцінний спосіб ставлення людини до дійсності, котрий регулює поведінку людини з точки зору принципового протиставлення добра і зла [56, с. 18].

Мораль – це завжди певна вимога, що її висуває перед людиною суспільна думка. Вона вступає в свої права, коли виникає потреба оцінювати поведінку людини як добру або злу, справедливу або несправедливу, відповідальну чи безвідповідальну. Попадаючи у сферу такого протиставлення, «силового поля напруги між протилежними полюсами», діяльність людини, її поведінка, ставлення до феноменів дійсності, оцінюється з точки зору моралі.

Серед науковців не існує єдності думок з приводу співвідношення моральності і моралі. Нерідко моральність трактується як синонім моралі, але з часу Гегеля прийнято розрізняти мораль (*Moralität*, англ. *moral, morality*) і моральність (нім. *Sittlichkeit*, англ. *morals, virtues*, рос. *нравственность*). Згідно з поділом цих понять, моральність є внутрішнім настановленням людини – на відміну від моралі, яка (поряд із законом) є тільки зовнішньою вимогою до

поведінки індивіда. При такому погляді на мораль, вона визнається «протезом моральності».

Саме з моральністю пов'язано розрізнення добра і зла за умови, що індивідуумом визнаються ці категорії. На відміну від користі і шкоди, добро і зло пов'язані з наміром деякої вільної волі.

Завдяки існуючій «моралі», на думку Гегеля, людина може адекватно оцінювати власні вчинки та вчинки тих людей, які її оточують. «Моральність» має на меті самопізнання людиною самої себе. Вона являє собою діалектичне з'єднання загальної та конкретно єдиної свободи. Через усвідомлення людиною своєї «моральності» проявляється гордість за саму себе, що змушує відповідально ставитися до законів, встановлених самою людиною та суспільством загалом, своїх можливостей в конкретних діяннях. Мислитель уважав, що словесне навчання моральності є безплідним. Справжня моральність – це продукт самовиховання, який опирається на почуття радості і краси буття.

Економічна поведінка людини передусім визначається її моральними якостями. Як слушно зауважує М. Тріпак (2019), на основі порівняльного аналізу понять «моральність» і «мораль» можна дійти висновку про те, що мораль – це система вироблених у суспільстві норм, правил та вимог, що регулюють взаємодію між людьми, їхнє ставлення до явищ реального світу. Моральність науковцем тлумачиться як сукупність свідомості, навичок і звичок людини, які пов'язані з дотриманням цих норм, правил та вимог. Моральність, на відміну від моралі, являє собою складне соціально-психологічне утворення. Моральність конкретної людини – це освоєна внутрішньо та прийнята суспільна мораль, яка регулює її індивідуальну поведінку на основі світоглядних переконань і почуття совісті.

На основі лінгвістичного аналізу слів «моральність» і «мораль» М. Тріпак доходить таких висновків: по-перше, у найвідоміших словниках ці слова розглядаються як синоніми; по-друге, мораль та моральність виражають, з одного боку, прийняті в суспільстві правила та звичаї, з іншого – особистісні

особливості людини; по-третє, структуру лексичного значення слова «моральність» становлять такі контенти: душа, дух; моральні спонукання; норми і правила; вдача, характер, поведінка, звичка тощо [105].

Найвища суспільна й особистісна цінність моралі полягає в її загальнолюдяності, оскільки ідеал моралі є вищим від вузькопрофесійних інтересів. Людське сумління є єдиним для будь-якої особи, тому що моральний рівень особистості не завжди залежить від професії, національності, походження, соціального статусу [2, с. 35].

І хоч мораль, моральність – це слова, котрі не користуються великою популярністю у наші дні, водночас наголосимо, що норми моралі брали не меншу участь у розвитку людини, ніж праця. У буденному розумінні, мораль – це норми поведінки, які прийняті у суспільстві, норми, яких повинні дотримуватися усі люди. Однак норми поведінки, мораль і моральність – це різні поняття. Найголовніша їх відмінність полягає в тому, що норми поведінки – це зовнішня складова моралі, а моральність – це внутрішня, особистісна складова для кожного окремого індивіда.

На нашу думку, моральності особистість не можна навчити, як навчають, наприклад, правильно говорити, рахувати, правильно поводитися за столом тощо. Моральність – це межі, які особистість встановлює сама собі, і чим більше таких обмежень, тим людина є більш моральною. Моральність є однією із самих позитивних якостей у людини, вона повинна допомагати їй добиватися своїх цілей.

Моральність особистості в процесі економічної соціалізації виступає важливою детермінантою її економічної активності і значною мірою визначає вибір виду економічної активності, методів і засобів досягнення цілей, а також специфіку її стосунків із партнерами по взаємодії.

Як відмічає І.Д. Бех (1997), загалом: 1) моральна особистість знає свої соціально-моральні якості, діє стосовно самої себе, самовдосконалюється, діє стосовно інших людей (соціально поводитьься) та передає іншим досвід самовдосконалення; 2) моральна індивідуальність знає свої унікальні якості,

діє стосовно самої себе (самореалізується), діє стосовно інших – творчо спілкується. Як бачимо, моральна особистість виражається в суспільно значущій віднесеності до навколишнього (світу людей і світу речей), а моральна індивідуальність – у моральній привнесеності у свій внутрішній світ [5].

Моральна регуляція розглядається нами в рамках системного підходу. Системний підхід у психології – це спосіб теоретичного та практичного дослідження, який передбачає, що кожний психічний процес, явище чи стан людини (предмет дослідження) розглядається як система. А система – це організована множина елементів (довільної природи), що має відносну цілісність і поліфункціональність, ієрархічну морфологію, яка включає в себе склади й структури (логічні, просторово-часові, стохастичні та ін.); динаміку, яка охоплює функціонування і розвиток (історію); особливості та умови існування серед інших систем (О. Кокун, 2006) [39, с. 172].

З точки зору системного підходу, моральність особистості можна розглядати як підсистему, яка виконує дуже важливу роль у збереженні цілісного функціонування особистості – роль контролю за несуперечливістю поведінки щодо внутрішньої позиції людини у ситуаціях моральної дилеми. Володіючи здатністю регулювання економічної поведінки, діяльності, вона відіграє роль системотвірного чинника, який виконує пускову та контролюючу роль у здійсненні певних дій та активності людини в цілому. Також вона виступає системотвірним стрижнем організації внутрішнього світу людини в процесі економічної соціалізації.

Положення системного підходу до вивчення процесу економічної соціалізації плідно розробляють вітчизняні науковці: Н. Дембицька, І. Зубіашвілі, Л. Карамушка, А. Карнишев, О. Лавренко, Н. Левицька, В. Москаленко, С. Фера, Ю. Шайгородський та інші. Важливим для системного погляду на явище економічної соціалізації, її структурні складові є з'ясування її системотворчих чинників. В якості таких чинників можуть виступати ціннісні орієнтації, власність, моральність, гроші, економічна культура тощо. Так, Н.

Дембицька (2017) розглядає економічну соціалізацію з позицій структурно-системного підходу – як частину інтегрального процесу соціалізації. У цьому контексті передбачається формування типу людини, який є втіленням обов'язкових вимог сучасної економічної системи українського соціуму, що постійно трансформується [26].

Мораль здійснює свою регулятивну функцію з допомогою спільних для суспільства фундаментальних уявлень про добро і зло, правильне і неправильне, гідне і негідне, справедливе і несправедливе. Ми погоджуємося з думкою М. Шип (2011), що *механізм морального регулювання* передбачає: а) наявність ідеалу, який виражає уявлення суспільства про моральну досконалість і на цій основі містить портрет «кращого Я» особистості; б) систему норм, виконання яких є засобом досягнення моральної цілі (ідеалу); в) оцінку поведінки особистості; г) специфічні форми контролю, які забезпечують виконання норм. Мораль діє там і тоді, де і коли особистість проявляє вільний вибір поведінки, а, отже, несе особисту відповідальність за цей вибір [116, с. 26].

Особливу значущість регулятивний потенціал нормативної системи моралі, як підкреслюють Ю. Юшкевич та Є. Борінштейн (2014), набуває в умовах здійснення постмодернізаційних та глобалізаційних процесів завдяки їх можливостям у реалізації стратегічної орієнтації на формування суспільної всеосяжної єдності людей на засадах загальної відповідальності, співпраці та партнерства у різноманітних відносинах, а також їх ролі в соціокультурній адаптації особистості до сучасних форм спілкування та в засвоєнні універсальних цінностей світового співтовариства [118].

Моральність особистості формується на основі «психологічних рефлексів», що виробляються внаслідок тривалої дії страху соціального осуду, та неусвідомлюваних механізмів психологічного захисту. М. Боришевський (2010) підкреслював, що, як специфічний вид активності і самоактивності, моральна діяльність є основною складовою усієї життєдіяльності людини. Моральність як основна складова духовності особистості дає людині

можливість осмислити власне життя, досягнути мету, заради якої вона живе, усвідомити свою неповторність, відповідальність за все, що вона робить, зрозуміти, що життя – це постійна, невідступна боротьба зі злом в ім'я перемоги добра і справедливості. Вона виступає не як тимчасове чи кон'юнктурне явище, а як результат глибоких та стійких переконань особистості, що утворюють її дієву гуманістичну основу. У психологічному ракурсі моральність, на думку вченого, не можна обмежувати лише певними внутрішніми аспектами чи моментом поведінки. Вона народжується, визріває, формується і функціонує у моральній поведінці [8, с. 335-336].

Оскільки моральні норми є узагальненими і не дають «рецептів поведінки» на всі випадки життя, дотримання їх конкретною людиною передбачає наявність у неї внутрішньої психологічної готовності самостійно здійснювати моральний вибір із урахуванням обставин [9, с. 281].

Особливо значущим для нашого дослідження є те, що моральність формується разом з особистістю суб'єкта соціуму та невіддільна від його «я». Тому в економічній системі моральність ми розглядаємо як одне з базових понять морального виховання суб'єкта соціуму – державотворця та суб'єкта господарювання.

Зазначимо, що моральність особистості – це дуже складне психічне утворення, яке можна порівняти з вітром (самого вітру ми не бачимо, зате наочно видно результати його діяльності: поламани дерева, кущі, понівечена природа, повені, буревії тощо). До того ж складно знайти адекватні емпіричні методи її дослідження, а також треба правильно інтерпретувати отримані результати.

Мораль складається з бажання або схильності оцінювати людські дії як правильні чи неправильні з точки зору їх наслідків для інших людей. Моральне почуття стосується перш за все нашої схильності оцінювати одні вчинки як добродесні або морально добрі, а інші як злі або морально погані. Тому людина є істотою моральною. Як зазначає Francisco H. Ayala, люди мають моральне почуття, оскільки їх біологічна структура визначає наявність трьох необхідних

умов для етичної поведінки: 1) здатність передбачати наслідки власних дій; 2) здатність робити оціночні судження; 3) можливість вибору між альтернативними варіантами дій. Крім того, люди мають моральні цінності; тобто вони приймають стандарти, згідно з якими їхню поведінку оцінюють як правильну чи неправильну, добру чи злу. Конкретні норми, за якими оцінюють моральні вчинки, певною мірою відрізняються від індивіда до індивіда, від культури до культури (хоча деякі норми, такі як: не вбивати, не красти, шанувати своїх батьків тощо, широко поширені й, можливо, універсальні). Але оціночні судження стосовно людської поведінки виносяться в усіх культурах [143].

Існують єдині моральні принципи, які зумовлюють поведінку людей як у сфері господарювання, так і в сфері людських відносин в цілому. Істинна моральність починається тоді, коли людина, відчуваючи в собі силу, енергію, надлишок розуму і волі, починає діяти на благо суспільства і людей. Саме такі дії захищають суспільство і окремого індивіда від виродження людського роду і ведуть до позитивних наслідків.

Основними елементами суспільної моральної свідомості є передусім моральні вимоги та моральні цінності, елементи індивідуальної моральної свідомості (самосвідомості), моральний обов'язок, моральні цінності, що виявляються в моральних мотивах і ціннісних орієнтаціях особистості, почуттях сумління, честі, гідності, здатності до морального вибору своїх вчинків, поведінки в економічній сфері буття тощо.

Водночас, моральний вибір буття людини – це частина психологічної структури особистості (моральні засади – відповідник моралі на суспільному рівні), яка забезпечує ціннісну оцінку явищ у неусвідомлюваний для індивідуума спосіб. У суспільстві мораль діє на основі трьох елементів – моральної діяльності, поведінки, моральної свідомості і моральних відносин, сукупність цих елементів можна позначити загальним терміном «моральність» особистості (М. Боришевський, 2012, В. Малахов, 1996, В. Турбан, 2015).

Моральність як стан духу детермінує поведінку людини зсередини, з душі, з совісті, допомагає встановити бар'єр зовнішнім негативними впливам. Моральність виникає як сукупний продукт матеріально-духовного, соціального буття людини. У ній є те духовне, спільне для всіх моральних людей, що складає її стрижень і що виражається в її принципи життєдіяльності. Вона невіддільна від свободи, від здійснення вольового вибору, без належного усвідомлення гідності і совісті людини.

Моральність особистості передбачає наявність в її моральній свідомості узгодженості між прийнятими в соціальному оточенні нормами поведінки й власними моральними настановами. За відсутності в індивіда такої узгодженості його дії не здатні набувати належної моральної спрямованості. Водночас слід враховувати те, що зовнішні об'єктивні чинники впливають на моральність особистості не автоматично, а опосередковуються її свідомою психічною діяльністю, як зазначав у своїй концепції Г. С. Костюк (1989) [41].

Аналізуючи механізми моральної регуляції поведінки особистості, Д. Усик (2023) акцентує, що відмінною рисою моралі серед інших засобів регулювання суспільних відносин є те, що вона виконує свою функцію тільки тоді, коли її норми стають особистим достоїнством людини, частиною ієрархічної структури мотивів. Саме тому моральна регуляція є одним з тих суспільних механізмів, котрі забезпечують дотримання людьми норм, які прийняті у людському суспільстві. Для морального регулювання виключно важливу роль відіграють авторитет соціальної групи, особистий приклад того чи іншого її члена, еталони поведінки, котрі тривало функціонують у такому середовищі тощо [106].

Як слушно зазначає К.В. Василюк (2022), моральна регуляція відображає усвідомлення моральних норм, правил та прагнення їх дотримуватися. Вона представлена такими трьома складовими: моральною рефлексією, моральною інтуїцією та моральною мотивацією. Моральна рефлексія розуміється авторкою як здатність людини розуміти та усвідомлювати моральні правила та норми, що дає змогу розглядати різні варіанти реакцій на події, що пов'язані з моральною

сферою. Моральна інтуїція у складі регулятивного компоненту дає змогу людині зробити вибір на користь певних моральних норм або правил, а також орієнтує особистість на певні дії у суперечливих ситуаціях. Моральна мотивація своєю чергою вказує на прагнення особистості до дотримання моральних норм, створення морально та соціально прийнятної атмосфери взаємодії з оточенням. Моральна мотивація виступає фундаментом формування системи цінностей особистості, а також впливає на особистісні настановлення [13].

На нашу думку, моральна активність особистості в економічній сфері – це насамперед *свобода вибирати*: ту чи іншу життєву позицію, ту чи іншу систему моральних цінностей, ті чи інші ідеали. Зокрема, що для неї є більш важливим: гроші чи переконання й моральні принципи. Чим вона здатна особисто пожертвувати, наприклад заради значної винагороди (зокрема, 1 млрд доларів), щоб добитися особистого економічного успіху: відмовитися від своїх переконань і моральних принципів, переступити закон і взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства, змінити громадянство і переїхати в іншу країну, де у неї буде краща можливість економічного самозабезпечення і реалізації себе, зважаючи на відсутність економічної, професійної перспективи реалізації себе, своєї кар'єри в нашій країні; змінити своє віросповідання, дозволити себе принизити тощо.

Застосовуючи *моральну рефлексію*, особистість постає перед вибором, вона має обирати моральні чи аморальні способи своєї економічної поведінки, наприклад, матеріального самозабезпечення. Як їй оцінювати, приміром, неетичні способи матеріального самозабезпечення (розважальний бізнес, що експлуатує сексуальність; фінансові піраміди, шлюб за розрахунком, ворожіння, магія, екстрасенсова діяльність, діяльність в релігійних сектах, виробництво і торгівля шкідливими для екології та здоров'я людей продуктами, неетична реклама тощо) – за якими градаціями: як цілком етичний спосіб? як неприйнятний, тому що аморальний по суті? як допустимий для неї, але лише в критичній ситуації? як допустимий, якщо її роль в цій справі є цілком законною та моральною?

Адже в реальному житті людині не так часто трапляються ситуації, коли доводиться вибрати однозначно між двома полюсами – між добром і злом, справедливістю і несправедливістю.

Водночас вільний вибір передбачає відповідальність людини за всі можливі соціально значущі наслідки такого вибору. Не кожна особистість здатна взяти на себе таку відповідальність. Іноді людина навіть зрікається свободи, розраховуючи разом позбутися й відповідальності. Виникає явище своєрідної «втечі від свободи», коли індивід прагне обминути саму ситуацію морального вибору, намагаючись перекласти цей тягар на іншого.

Прагнучи зрозуміти суперечності в людській свідомості, Е. Фромм (2019) дійшов висновку про подвійну природу свободи. Він стверджує, що це поняття, крім звичного нам позитивного аспекту, має і негативну сторону. Негативна свобода або також «свобода від...» – це передусім особиста відповідальність, відсутність гарантій на виживання, почуття нікчемності та безсилля, ізольованості від світу. Тож здобуваючи свободу від зовнішньої влади, людина одночасно стає більш вразливою і самотньою. Е. Фромм зазначав, що людина може спробувати позбутися самотності й відчуженості шляхом абсолютного підпорядкування соціальним нормам, тобто ставши таким же, як всі інші. Він вважав, що подібна втрата індивідуальності шляхом автоматизуючого конформізму вкоренилася в соціальному характері більшості сучасних людей [111].

Можливість вибрати, передбачати наслідки свого вибору й відповідати за нього перед суспільством і власною совістю є характеристика суто людська. На це не здатна жодна інша жива істота. Відмовляючись від моральної активності, свободи, людина відмовляється тим самим від найсуттєвіших людських начал у самій собі. В разі, якщо індивідові відоме морально належне й воно не викликає у нього внутрішнього протесту, розрив належного з суцям породжує у такого індивіда відчуття внутрішньої самозреченості. Як наслідок, у нього виникає прагнення перевести у зовнішній план буття свої внутрішні моральні настановлення, тобто з'являється діяльне буття свідомості й волі особистості, спрямоване на реалізацію морально належного.

Таким способом особистість здійснює своє моральне самовизначення. У цій спрямованості особистості на конкретне втілення належного надзвичайно важливим є її устремління до об'єктивно-предметного вираження належного, фактично значущого результату. Втім цей результат важливий не сам по собі, а лише в контексті суб'єктивно-морального настановлення прагнучої його особистості. Без такого внутрішнього настановлення, без мотиву всі зовнішні дії не матимуть морального змісту.

Цінність вчинку в моральному розумінні знижується, якщо мотив розходиться з його зовнішньо-значущим вираженням, якщо формально благородний вчинок диктується вузькокорисливими розрахунками та інтересами. Не втрачаючи соціальної цінності, конкретний вчинок втрачає моральну цінність. Наприклад, якщо громадянин не порушує заповіді «не вкради» тому, що боїться ув'язнення, то така поведінка, з точки зору суспільства, є цінною, бо її мотиви в кінцевому підсумку – особиста справа індивіда.

В економічній психології розглядається раціональна поведінка суб'єкта, оскільки йдеться про суб'єкта, який діє раціонально, завжди приймає виважені, оптимальні рішення, позбавлений емоцій, не схильний до сумнівів, забобонів та упереджень, не підвладного впливу оточуючих [54, с. 121]. Така модель поведінки відмежовується від психологічних особливостей суб'єктів, що приймають рішення. А. Орловою виявлено, що поняття «вибір» та «прийняття рішення» у літературі розглядаються як синоніми або як два елементи одного процесу (здебільшого вибір є етапом прийняття рішення) [80].

Під прийняттям рішення в економічній психології зазвичай розуміють акт вибору одного варіанту з декількох альтернативних з метою досягнення якнайкращого результату. У процесі прийняття рішень виділяють три етапи: пошук інформації; пошук і виявлення альтернатив; вибір кращої альтернативи. На першому етапі збирається вся доступна на момент прийняття рішення інформація. Другий етап – виявлення альтернативи, визначення того, що можна, а чого не можна робити в конкретній ситуації. Третій – порівняння

альтернатив і вибір кращого варіанта рішення. Виділяють три блоки у процесі прийняття рішення: усвідомлення необхідності прийняття рішення; розгляд альтернативних варіантів, які можуть дати бажаний результат; оцінка альтернативних варіантів.

У цьому підході можна виділити те, що прийняття рішення розглядається виключно як раціональний процес, однак використовується також термін «вибір», який здійснюється особистістю у моменти, коли необхідно оцінити альтернативи та обрати кращий варіант. Отже, вибір у такому підході є частиною (етапом) прийняття рішення.

Для суспільства важливо, що поведінка індивіда виступає соціально бажаною – він законослухняний громадянин. А з точки зору моралі така поведінка, заснована на страху перед покаранням, у моральному відношенні на кілька порядків нижча від такої ж поведінки (такого ж дотримання моральної норми «не вкради»), але опертої на особисте моральне переконання, совість, почуття сорому, справедливості. Мотив надзвичайно важливий для визначення моральної цінності людської поведінки, бо головним тут виступає або добра людська воля (навіть якщо вчинок не завершився бажаним результатом), або зла людська воля (знову ж, якщо вчинок і не приніс результату).

Моральні норми можуть прийматися людиною або сліпо, традиційно, автоматично, або свідомо, селективно. Останнє особливо важливе, коли буття особистості припадає на переломну епоху, період соціальних потрясінь, коли зіштовхуються мораль минулого й мораль прийдешнього, мораль, що настала, й мораль, що настає. Зіткнення моральних систем, як правило, характеризується особливим станом звичаїв, моральної свідомості, моральних відносин, котрі можуть бути визначені як моральна криза.

Моральна активність особистості нерідко розгортається на фоні драматичних процесів історії, перетворюючись на тяжке моральне випробування, коли людині доводиться платити за свій моральний вибір свободою, здоров'ям, а часом і самим життям. Моральна активність особистості якнайтісніше пов'язана з її життєвою позицією, точкою зору стосовно свого

місця та ролі в суспільному житті. Це система поведінки особистості, що визначається її переконаннями, ідейністю, совістю.

Підвалинами свідомих людських учинків виступають передусім переконання, котрі є не що інше, як єдність знання про належне та щирої, емоційної, глибоко особистісної віри в необхідність цього належного. Само собою знання про моральну норму є етично нейтральним, бо ні до чого не зобов'язує людину, виступає просто як факт, що береться до відома. Знання такого факту не гарантує вчинку особистості у відповідності з цим знанням. Віра у відриві від знання про моральну норму здатна лише породити фанатизм, бездумну впевненість в «істині», котра не підтверджується фактами й побудованими на них висновками.

Моральна активність особистості зримо об'єктивується в особливих, пограничних ситуаціях, коли особистість за екстремальності самих умов, у яких вона опинилася, не може уникнути настійної необхідності вибору, що може бути тільки однозначним – або на користь добра, або на користь зла. Однак трагічність цього вибору може полягати в тому, що вибирати доведеться не між добром і злом, а між більшим і меншим злом, коли це диктується не тільки самою ситуацією, а й відсутністю абсолютного в самому добрі. У такому разі особистість стикається ще й із проблемою різних ступенів добра і зла, коли в реальній практиці менше зло починає виступати як добро.

Моральні норми суспільства, що піддаються інтеріоризації, тобто введенню у внутрішній світ особистості, переживанню їх як власного духовного набутку, несуть у собі певний момент примусовості, повинності. Проте мораль не закріпачує людину, а, навпаки, з хаосу сваволі вибудовує усвідомлену упорядкованість, іменовану свободою. Моральна заборона, сприйнята й усвідомлена особистістю, врятовує її від рабства нищих пристрастей, примітивної фізіологічної вітальності.

Мораль настільки глибоко вкорінена в тканині нашого повсякденного життя, що важко уявити суспільство без будь-яких моральних правил. Постає питання: як ми відрізняємо добро від зла, правильне від неправильного,

справедливе від несправедливого, порок від чесноти? Очевидною відповіддю є те, що ми навчилися робити це через соціалізацію, тобто наша поведінка була сформована від народження і далі нашими родинами, нашими дошкільними закладами, освітніми закладами та майже всіма, з ким ми контактували в нашому середовищі [164].

Завдяки процесу соціалізації у особистості формується моральність як внутрішнє відчуття правильності нашої поведінки та поведінки інших. Те, як ми відчуваємо, думаємо та діємо щодо понять «добре» і «погано», – усе це частина нашої моральності. Наприклад, вдарити іншу людину, щоб заволодіти її фінансами, власними речами чи ще з будь-якої причини вважається поганим, тоді як поділитися тим, що нам подобається, з іншою сумною дитиною вважається добрим. На думку багатьох психологів, соціологів, процес соціалізації продовжується протягом усього життя людини. Проте треба мати на увазі, що соціалізація дорослих відрізняється від соціалізації дітей декількома моментами. Соціалізація дорослих скоріше змінює їхню зовнішню поведінку, у той час як соціалізація дітей формує ціннісні орієнтації. Соціалізація дорослих розрахована на те, щоб допомогти людині набути визначені навички, соціалізація в дитинстві більшою мірою має справу з мотивацією поведінки. В обох випадках соціалізація – це акумулятивний процес, у ході якого накопичуються соціальні навички.

Кілька десятиліть тому Robert Hogan (1973, 1975) запропонував інтегративну структуру особистості для морального розвитку як реакцію, частково, на парадигму Кольберга. Його модель припускала, що моральний розвиток особистості відбувається в кількох вимірах, включаючи моральні знання (моральне пізнання та інтелект), соціалізацію (як людина дотримується суспільних правил і цінностей, втілених у соціальних ролях), емпатію (турботу про інших) і автономію (готовність діяти відповідно до власних моральних стандартів). Розвиток на одному фронті вважався незавершеним без прогресу на інших [148].

Здійснюючи моральний вибір, морально рефлексуючи, кожен із нас є абсолютно вільним, а до того ж екзистенційно самотнім, адже вибір треба робити, взоруючись на власний невідворотний ідеал, про який писав Ортега-і-Гасет. Попри загальні моральні закони, ситуація морального вибору завжди нова й неповторна. Це дуже витончено описує Франц Кафка в притчі про ворота закону у творі «Процес».

Людина приходить до воріт, які ведуть до закону. Перед ними стоїть вартовий. Людина запитує дозволу пройти крізь ворота, але вартовий забороняє зробити це. Людина проводить усе життя біля воріт закону, намагаючись отримати дозвіл увійти крізь них, але так і не отримує. І вже вмираючи, вона з подивом усвідомлює, що до цих воріт, окрім неї, за всі ці довгі роки очікування ніхто так і не підходив. Як же так? Адже всі прагнуть до закону. Чому ж тоді ніхто не підходив до цих воріт? На це останнє запитання людини вартовий відповідає, що ці ворота були призначені лише для неї, а після її смерті вартовий замкне їх і піде геть [15, с. 19].

Актуальність дослідження особливостей моральної рефлексії в процесі економічної соціалізації пояснюється потребою створення нової методологічної бази, що дозволяє співвідносити класичне традиційне та інноваційне знання про рефлексію, розуміння рефлексії як значущої цінності для вирішення соціальних проблем. Адже моральна рефлексія пояснює сутність і процеси економічної соціалізації особистості в плані взаємодії належного та реального.

Моральна рефлексія виступає одним із психологічних механізмів економічної соціалізації особистості. Економічна соціалізація є процесом, вплив якого відчують особистість та суб'єкти, агенти, що соціалізують її. Крім того, людина не пасивно репродукує те, що їй диктує соціум. Вона завжди має вибір, застосовуючи механізм моральної рефлексії, виявляючи свій творчий рефлексивний потенціал, впливає на сфери суспільного буття через діяльність.

«Рефлексія» – це суто психологічне явище, що представляє розумовий раціональний процес або акт, спрямований на аналіз, розуміння, усвідомлення

себе, власних дій, поведінки, мови, свого досвіду, почуттів, станів, здібностей, характеру та міжособистісних взаємин [34].

Рефлексія – внутрішній діалог, в якому людина розглядає, оцінює, приймає чи відкидає ті чи інші норми, цінності, поведінкові сценарії, властиві сім'ї, значущим особам, товариству ровесників, різним соціально-професійним та етноконфесійним групам.

Моральна рефлексія – це якісна характеристика особистості, здатної осмислити і оцінити власні вчинки. Моральна рефлексія – це характерна риса високорозвиненої особистості, оскільки вона є вираженням потреби людини у самооцінці (в тому числі, і у вигляді самопокарання). Другою складовою моральної рефлексії (крім здатності судження) є совість: здатність особистості здійснювати етичний самоконтроль. Совість стає вирішальною особистісною якістю, коли людина потрапляє в ситуацію вибору.

Моральна рефлексія виконує низку функцій у суспільному та індивідуальному бутті та культурі. Основними з них є:

- *творча функція* (моральна рефлексія допомагає виробленню етичних принципів поведінки людини, розробці цінностей, цілей, програм та засобів діяльності);

- *регулятивна функція* (критичне оцінювання власних дій та рішень, розглядаючи їх з точки зору моральних принципів та етичних норм, внесення корективів у свою поведінку для досягнення більш високого рівня моральності; сприяє розумінню того, чому певні вчинки можуть бути правильними і неправильними з точки зору моралі);

- *оцінна функція* (аналіз та оцінка різних моральних аспектів свого життя та взаємодії з іншими, що веде до глибокого розуміння суті моральної поведінки та розвитку більш усвідомленої моральної свідомості);

- *прогностична функція* (уміння особистості передбачати наслідки власних вчинків як для інших людей, так і для себе, уміння визначати віддалені та найближчі цілі й зіставляти їх із наявними засобами реалізації: з особливою силою вона проявляється в соціальному пізнанні);

- *виховно-гуманістична функція*, розвиваючись і вдосконалюючись, вона сприяє формуванню нових парадигм мислення та поведінки людини у всіх сферах життєдіяльності.

Рефлексія повертає свідомість особистості на саму себе, змушує її перебудувати певним чином своє мислення, свою схему діяльності, спрямувавши погляд всередину себе. У більш широкому розумінні (а не вузько гносеологічному) рефлексія включає в себе розуміння себе та іншого, самооцінку й оцінку іншого, інтерпретацію свого мислення та дій, а також інтерпретацію мислення та дій іншої особи.

З точки зору етики рефлексія являє собою таку міру сформованості моральної свідомості індивіда, що свідчить про нього самого як морального суб'єкта, здатного до проявів моральної свідомості у вигляді моральної відповідальності. Рефлексія водночас може бути особливою моральною рисою особистості поряд із сумлінням, відповідальністю та іншими моральними якостями, або може являти собою певну інтегральну форму моральної свідомості (Н. Рожкова, 2011) [87].

Досліджуючи проблему морального виховання зростаючої особистості, І. Бех встановив, що основою моральної самосвідомості є моральна рефлексія, яка інтенсивно розвивається в підлітковому віці. Науковець її визначає як здатність особистості осмислювати свої потреби, бажання, наслідки своїх вчинків для самої себе та інших людей, вміння узгоджувати цілі власної поведінки із засобами їх досягнення [6].

Для людини як морального суб'єкта характерне активне ставлення до дійсності, формування власної думки про неї, регуляція поведінки на основі вимогливості до себе та відповідальності [62].

Наголосимо, що моральні норми як зовнішні щодо індивіда об'єкти не здатні самі по собі спонукати відповідну його поведінку. Лише тоді, коли моральні норми стають внутрішнім законом, стійким, суб'єктивно значущим здобутком особистості, вони здатні спричиняти реальний регулятивний вплив на поведінку особистості.

Оскільки в процесі саморегуляції поведінки моральна рефлексія забезпечує функціонування усіх складових системи саморегуляції: цінностей, образу Я та самооцінки, рівня домагань та самоконтролю, концепції іншої людини, то це дозволяє вважати рефлексію провідним психологічним механізмом саморегуляції поведінки (Р. Павелків, 2018) [81].

У процесі рефлексії важливим психологічним механізмом економічної соціалізації особистості виступає її *моральність*. Завдяки моральності людина осмислює економічну дійсність такою, якою вона повинна бути, тобто як ідеальну модель належного. Це осмислення охоплює процедуру морального оцінювання економічної дійсності, насамперед відповідності економічної поведінки, вчинків людей найвищим уселюдським цінностям, добру. Наслідком такого осмислення є відповідні повеління.

Доповнюючи думку Р. Павелківа (Павелків, 2018), як таку, що в загальних твердженнях співпадає з нашим баченням, психологічний механізм моральної регуляції в процесі економічної соціалізації особистості можна схематично представити таким алгоритмом:

- 1) вимоги, які суспільство висуває безпосередньо до людини (сформовані та діючі в суспільстві моральні норми, цінності, ідеали, стереотипи);
- 2) наявність двох моральних полярних еталонів, що втілюють у конкретній формі тенденції до творення добра чи творення зла, справедливості чи несправедливості;
- 3) інтеріоризація вимог суспільства особистістю (адекватне особисте ставлення до моральних еталонів: схвалення чи несхвалення, прийняття чи неприйняття);
- 4) зіставлення з цими еталонами не тільки окремих вчинків людини, й особистості загалом;
- 5) зіставлення себе і своїх вчинків з еталонами, що здійснюється самим суб'єктом (Р. Павелків, 2018) [81];
- 6) поведінка, вчинки людини в економічних ситуаціях, які вимагають морального вибору.

Моральна регуляція розглядається нами як системотвірний чинник психологічних механізмів економічної соціалізації молоді, зокрема, студентської. Студентський період є важливою стадією соціалізації й має певні ознаки, зокрема: а) відбувається активне включення молодих людей у нове середовище; б) посилюється самостійність у виборі цінностей, ідеалів, середовища для спілкування, видів діяльності, що підвищує необхідність рівноправної, демократичної партнерської взаємодії; в) удосконалюються механізми саморегуляції, самокорекції; г) домінуючим фактором впливу стає нове соціальне середовище (академічна група, групи за інтересами) (Н. Лавриченко, 2006) [50, с. 3].

Моральна регуляція та моральна рефлексія відіграють важливу роль в економічній соціалізації студентської молоді. Як зазначає О. Язловецька (2010), на зламі ХХ-ХХІ ст. в черговий перехідний період для українського суспільства роль державного фактору ослабла. Водночас непослідовна демократизація суспільних процесів відбилась і на загальній соціалізації молоді, яку дослідники називають кризовою. У такий час психологічні особливості юнацького віку, накладаючись на неупорядковані суспільні процеси, збільшують вагу стихійної соціалізації. Молодіжні культури через групи ровесників та ЗМІ перебирають на себе визначальну роль культурних агентів соціалізації. Традиційні агенти: родина та освітньо-виховна система, залишаючись важливими факторами соціалізації, відчувають значну конкуренцію з боку інших факторів [79, с. 208].

Зазначимо, що студентський вік – це сенситивний період для розвитку основних соціогенних потенцій людини як особистості. До них належать: формування професійних, світоглядних і громадських якостей майбутнього фахівця; розвиток професійних здібностей як передумова подальшої самостійної професійної творчої діяльності; становлення інтелекту і стабілізація рис характеру; перетворення мотивації та всієї системи ціннісних орієнтацій; формування соціальних цінностей у зв'язку з професіоналізацією. Тобто під час навчання у ЗВО відбувається соціалізація студента як особистості [16].

Слід також враховувати специфіку студентства як соціальної та вікової демографічної групи. Саме в цей час активно розвиваються моральні почуття, визначаються життєві цілі та перспективи, відбувається переорієнтація цінностей, формуються та міцніють особистісні риси, засвоюються нові соціальні ролі, посилюється прагнення особистого успіху та досягнення власних цілей, пов'язаних зі сферою навчальних та професійних інтересів. Зазначимо, що у молодій людини виокремлюється та відшліфовується індивідуальний стиль міжособистісної взаємодії з одногрупниками, викладачами, на якому надалі ґрунтується особлива професійна взаємодія (Н. Гребінь, 2010) [21, с. 110].

Студентська молодь є особливою соціально-демографічною групою, що визначається не лише віковими межами, але й специфічним соціальним статусом, особливостями свідомості й поведінки. Саме у молодіжному середовищі формується новий тип особистості, який буде домінувати у майбутньому. У період студентства відбувається становлення цілісності особистості, завершується формування базових цінностей. Базові цінності особистості формуються в період так званої первинної соціалізації індивіда, до 18-20 років, а потім стають достатньо стабільними, суттєво змінюючись лише у кризові періоди життя людини і її соціального середовища. Як зазначають М. Пірен та О. Цілюрик, формування ціннісних орієнтацій молоді в сучасному українському суспільстві проявляється в одночасному впливі на особистість молоді різних чинників, які часто суперечать один одному. Молоді складно зорієнтуватися у такому вирі подій, у насиченому різноманітними правилами та нормами суспільстві, коли сімейне оточення диктує одні манери поведінки, а з екранів телевізора лунають протилежні заклики. Тому молоді у такому шаленому розмаїтті цінностей, наявних у суспільстві, доводиться самим вирішувати, що в нинішніх умовах є цінним, і від того, яка шалька терезів переважить у системі їхніх цінностей, значною мірою залежатиме майбутнє України (М. Пірен, О. Цілюрик, 2011) [83].

Свідомість сучасного студента надзвичайно суперечлива: з одного боку, має місце висока індивідуальна, колективна та масова активність у суспільному житті, енергійність, діловитість; а з іншого – страх, конформізм, нездатність протистояти та успішно пристосовуватись до мінливих соціальних умов життя, зокрема до життя в умовах воєнного стану.

У процесі навчання у закладі вищої освіти та отриманні можливостей здійснювати паралельну професійну діяльність відбувається ріст самостійності молодих людей, розширення їхніх економічних потреб, задоволення яких потребує більш високих затрат.

Навчаючись у ЗВО, студент повинен сформувавши переконання, що в умовах економічної свободи і конкурентних відносин значення етичного регулювання підвищується. Економічна культура весь час наповнюється новими знаннями, які відповідають новому етапу у розвитку економічної системи. І вона тільки тоді виконує свої функції, коли сповнена моральних орієнтирів. У процесі навчання у вузі студент повинен чітко засвоїти, що ринкове господарство за своєю суттю не може бути аморальним. Адже воно являє собою такий механізм виробництва і розподілу, який забезпечує отримання матеріальних благ для суспільства в цілому, а не для хижацького збагачення і розкошів окремого індивіда. Основою такого господарства є конкуренція і вільні ринки. Конкуренція стимулює підвищення продуктивності праці, а вільні ринки дозволяють подолати дефіцит товарів. Лише у такому поєднанні цих двох факторів стає можливим підвищення добробуту усього суспільства. Діючи в рамках ринкової економіки, люди прагнуть до власної вигоди, але досягти поєднання особистих та суспільних інтересів вони можуть лише тоді, коли спираються на загальновизнаний етичний фундамент.

В економічній сфері, діяльності, вчинках окремого індивіда моральна рефлексія відіграє важливу роль, сприяючи створенню як більш етичних, відповідальних та стійких економічних систем, так і формуванню етичної поведінки суб'єкта економічної соціалізації. Це стосується перш за все вибору учасниками економічної діяльності етичних стратегій і рішень.

Зазначимо, що рефлексивна діяльність відкриває перед молодою людиною нові можливості. Обмірковуючи свої дії та вчинки, вона вчиться «жити правильно». У неї з'являється можливість контролювати своє мислення. Рефлексія сприяє появі самокритики, що дозволяє бачити власні мінуси у своїй економічній поведінці, діяльності, аналізувати їх та проводити роботу над помилками. Самоаналіз дозволяє позбутися негативних і гнітючих думок, що отруюють людське існування. Це особливо важливо, коли людина перебуває в агресивному середовищі, зокрема коли існує загроза її життю і здоров'ю під час воєнних дій. Усвідомлюючи попередні помилки, вона виховує у собі стійку особистість і знаходить свою позицію. Рефлексуючи, людина перестає звинувачувати у всіх проблемах себе чи, навпаки, перекладати всю відповідальність на оточуючих. З'являється чітка та правильна життєва позиція. З допомогою рефлексії людина перестає в економічній сфері жити на автопілоті, вона навчається заздалегідь аналізувати свої дії і не робить невірних кроків.

Водночас крім саморозуміння та самопізнання моральна рефлексія включає процеси розуміння та оцінки інших людей. З її допомогою здійснюється співвідношення своєї свідомості, цінностей та думок з цими ж категоріями інших індивідів, груп, суспільства та вселюдськими.

Економічна аморальність починається там і тоді, коли в економічній системі, економічних відносинах творча форма трудового присвоєння благ починає сприйматися як «вторинна», поступаючись місцем в економічному смислі більш «ефективним» розподільчим і перерозподільчим формам присвоєння цінностей. Як показала світова та вітчизняна практика, сьогодні не держава управляє ринком та економікою, а ринок «роз'їдає» державу, керуючись принципом «усе дійсне є розумним», у той час як моральна економіка повинна керуватись принципом протилежного смислу: «лише те, що є духовно-розумним, і є дійсним».

На нашу думку, морально-психологічні компоненти економічної соціалізації студентів визначають їх економічну активність як безпосередньо

(обмежуючи вибір допустимих норм поведінки), так і опосередковано – здійснюючи вплив на рівень домагань і цілі економічної діяльності (через ставлення до економічних об'єктів і явищ), а також через ставлення до дотримання етичних норм, ділових партнерів. Цей вплив може бути як усвідомленим, так і неусвідомленим. Відповідно і економічна активність студентів, її результати, обставини визначають морально-психологічну складову економічного самовизначення здобувачів вищої освіти (О. Лавренко, 2017) [49].

Завданнями нашого дослідження було емпірично вивчити психологічні механізми економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства, проаналізувати та інтерпретувати результати емпіричного дослідження.

Для реалізації цього завдання співробітниками лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України (Н. Дембицька, І. Зубіашвілі, О. Лавренко, Т. Мельничук) була розроблена концепція та структурно-цільова модель психологічних процесів, що забезпечують економічну соціалізацію сучасної української молоді, здійснено емпіричне дослідження психологічних механізмів економічної соціалізації учнівської та студентської молоді, а на її основі – анкета за методом структурованого інтерв'ю (гугл-форма).

Емпіричне вивчення функціонування психологічних механізмів становлення економічної культури української учнівської та студентської молоді здійснювалось нами у 2023-2024 роках на вибірці 554 особи. У дослідженні взяли участь студенти бакалаврату і магістратури факультету психології, Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка та Інституту післядипломної освіти цього ж університету (390 осіб), а також Національного університету харчових технологій, факультету економіки та управління (86 осіб). Дослідження здійснено в рамках виконання науково-дослідної теми лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України «Психологічні механізми економічної

соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства» (2022-2024 рр., номер державної реєстрації 0122U000296).

Анкета дослідження включала в себе низку блоків. Це, зокрема, *емпіричне виокремлення* провідних інститутів економічної соціалізації особистості у період пізньої юності – ранньої дорослості, дослідження аспектів економічного успіху молодої людини, моральності як важливого психологічного механізму економічної соціалізації особистості, механізмів становлення власної економічної самостійності студентської молоді в системі економічної соціалізації тощо.

Методами обробки даних дослідження є їх описовий аналіз, якісний контент-аналіз відповідей, аналітико-синтетичний аналіз відповідей досліджуваних.

Як було обгрунтовано у відповідних розділах монографії, завдяки моральності людина осмислює дійсність такою, якою вона повинна бути, тобто як ідеальну модель належного. Це осмислення охоплює процедуру морального оцінювання економічної дійсності, насамперед відповідності економічної поведінки, вчинків людей найвищим вселюдським цінностям, добру. Наслідком такого осмислення є відповідні повеління до дії в економічній сфері.

Моральність людини – найважливіше, що складає її фундамент як особистості. Саме у цьому фундаменті – основа гармонійного розвитку всіх потенційних можливостей індивіда, запорука того, що результати його діяльності справді слугуватимуть вищим цінностям буття людини та соціуму. Тому що морально розвинена особистість, спрямована на добро й добродійність, здатна діяти за законами добра з власної ініціативи, а не під тиском спонукань ззовні; приймати безкорисливі рішення та не розраховувати на схвалення чи винагороду.

Оскільки моральне підґрунтя є важливим психологічним механізмом регулювання вчинків студентської молоді в процесі їхньої економічної соціалізації, то нашим першим завданням було виявлення уявлень та розуміння студентами його ролі.

Для цього в анкеті студентам було запропоновано зазначити: а) якому началу – духовному чи матеріальному вони віддають перевагу; б) три якості особистості, завдяки яким вона здатна на неетичні дії і вчинки в економічній сфері. На запитання «Наскільки важливими в житті людини особисто для вас є: «добре ім'я людини в економічній діяльності», «гроші», «переконання і моральні принципи» відповіді розподілились так: 15% зазначили важливість «доброго імені людини в економічній діяльності»; 23% – «грошей», 65% – «переконань і моральних принципів». Результати опитування представлені в таблиці 2.2.1.

Таблиця 2.2.1

**Наскільки важливими в житті людини особисто для вас є:
(у % від загальної кількості опитаних)**

	Твердження	Не важливо	Швидше неважливо	Важко відповісти	Швидше важливо	Важливо
	Добре ім'я людини в економічній діяльності	15	17	10	43	15
	Гроші	10	23	0	44	23
	Переконання і моральні принципи	0	5	3	27	65

58% студентів (за сумою відповідей «швидше важливо» та «важливо») відзначили важливість «Доброго імені людини в економічній діяльності». Очевидно, в оцінці спрацьовує стереотип, що в очах інших людей треба виглядати гідно, не заплямовуючи своє ім'я аморальними вчинками та діями. Переважна більшість респондентів відзначають особисто для себе важливість грошей (67% – за сумою відповідей «швидше важливо» та «важливо»). Водночас третина студентів відзначили їх як «не важливими» та «швидше не важливими». Доволі високо респонденти відзначили особисто для себе важливість переконань і моральних принципів (92% – за сумою відповідей «швидше важливо» та «важливо»). Для студентської молоді духовне начало

(«переконання і моральні принципи») виявилися більш важливими, ніж «гроші» та «добре ім'я людини».

Щодо якостей особистості, завдяки яким вона здатна на неетичні дії і вчинки в економічній сфері (друге завдання дослідження), то якісно-кількісний контент-аналіз відповідей респондентів показав, що ними було виділено 83 таких якостей (кожна з яких повторювалася у відповідях 5 і більше разів; усього згадувань якостей – 430). Зокрема, це: відсутність або брак моральних принципів, жага наживи, збагачення, бажання швидко стати багатим, жадібність, жадоба збагачення, нездоровий егоїзм та егоцентризм, безвідповідальність, брехливість, заздрість, зажерливість, хтивість, жага, любов до влади, схильність до афер, шахрайства, відсутність совісті, хитрість тощо. Найбільш частотними з них виявилися: жадібність (15,5 % від усього масиву зазначених якостей), низький моральний рівень особистості, брак моральних принципів, аморальність (8,4 %), егоїзм та егоцентризм (6,0%), безвідповідальність (5,1 %), нечесність та брехливість (3,5 %), низький рівень освіченості (3,5 %), заздрість (3,5 %), хитрість (3,0%).

Умовно усі виділені студентами якості та зазначені афективні переживання можна класифікувати в декілька груп:

1. *Якості, які несуть в собі ознаку аморальності* (усього виділено понад 30 якостей). Найбільш часто у відповідях зустрічаються: жадібність (це складає 15,5 % – від усього масиву зазначених якостей), низький моральний рівень особистості, брак моральних принципів, аморальність (8,4%), нездоровий егоїзм та егоцентризм (6,5 %), безвідповідальність (5,1%), нечесність, брехливість (3,5 %), заздрість (3,5 %), хитрість (3,0%), користолюбство (2,1%), прагнення та жадоба влади (1,6%), лицемірство (1,6%), прагнення до мети за будь-яку ціну (1,6%), непорядність (1,6%), жорстокість, грубість (1,1%), скупість (1,1%), а також підлість, непорядність, жага до наживи, грошей, збагачення, зажерливість, підступність, цинізм, агресивність та злість, зухвальство тощо.

2. *Якості моральної самосвідомості* (усього виділено 12 якостей): найбільш часто відмічені: безсовісність (1,6%), нарцисизм (1,1%), самовпевненість (1,1%), самозакоханість, самолюбство (1,1%), схильність до обману, низький рівень моральної самосвідомості (1,1%), а також низький самоконтроль, зарозумілість, зверхність, непорядність, нездорові амбіції, відчуття власної нікчемності, низький самоконтроль та ін.

3. *Особистісні якості, які сприяють вигоді* (усього виділено 4 якості): користолюбство (прагнення наживи, зажерливість, грошолобність, шкурність) – (2,1%), власна вигода (отримання користі, зиску, прибутку в будь-яких економічних діях – 1,6 %), меркантилізм (дріб'язковість, ощадливість, корисливість для себ – 1,1%), страх перед майбутнім (1,1%) та ін.

4. *Якості браку освіченості в економічній сфері* (усього виділено 7 якостей): неосвіченість, необізнаність в економічних питаннях (1,6%), фінансова неграмотність (1,5%), невміння аналізувати економічні проблеми (1,1%), невміння зберігати і витратити гроші, нерозсудливість, нерозумність при прийнятті економічних рішень (1,1%).

5. *Якості, пов'язані з браком соціалізованості* (усього виділено 8 якостей): неосвіченість (3,5%), невихованість (2,9%), соціопатія (1,8%), низький рівень моралі в суспільстві (1,6%), безкарність (1,6%), «так роблять всі» (1,1%), байдужість (1,9 %), наслідування поведінки батьків (1,1%), а також конформізм, неповага до інших, байдужість до думки інших.

6. *Афективні переживання процесу самовизначення, пов'язані з соціальним статусом* (усього виділено 10 якостей): страх бути біднішим за оточення (1,1%), страх малозабезпеченості (1,9 %), страх фінансової нестабільності сім'ї (1,5%), любов до грошей (1,6%), а також кримінальні зв'язки, корупційність, владність як здатність і схильність нав'язувати свою волю іншим, підкорювати їх собі, бажання отримати адреналін, переживання залежності від інших.

7. *Афективні переживання процесу самовизначення, пов'язані з соціально-економічними процесами в суспільстві* (усього виділено 6 якостей):

неспроможність досягти мети законним чином (1,6%), неспроможність досягти мети моральними засобами (1,6%), відчуття безкарності (0,6%), відчай (0,5%), безпорадність (0,5%), психічний розлад, комплекси неповноцінності (0,3%).

8. *Якості особистості, котрі зазначені респондентами з низькою частотністю:* наглість, непорядність, легковажність, корумпованість, нечемність, схильність до маніпуляцій, жорстокість, скупість, невпевненість у собі, зверхність, жадоба влади, любов до влади, лінощі, нещирість, зневага, інфантильність, бездушність, черствість, схильність до ризику), емоційна нестабільність, зухвалість, неповага до інших, злість, страх, безпринципність, боягузництво, агресивність, моральний релятивізм, амбіційність, нахабство, нетерпимість, безкомпромісність, цинізм, зухвалість.

Підсумовуючи отримані результати щодо уявлень студентської молоді про етичні якості людей, які спонукають їх здійснювати і підтримувати неетичні дії, вчинки в економічній сфері, можна відмітити, що молодь добре усвідомлює і розуміє значущість і роль морального підґрунтя в процесі економічної соціалізації. Особливий акцент опитаними зроблено на якостях, які несуть в собі ознаку аморальності і спонукають людей до неетичних дій та вчинків в економічній сфері: жадібність, відсутність моральних принципів, жага наживи, бажання швидко стати багатим, нездоровий егоїзм, зажерливість, хтивість, схильність до афер, шахрайство, відсутність совісті, хитрість. Відсутність моральних орієнтирів в економічній діяльності і поведінці людини як суб'єкта економічних відносин може поглиблювати і без того складну соціально-економічну ситуацію в суспільстві, породжувати конфлікти між людьми.

Третє завдання нашого аналізу – це встановлення того, якими важливими цінностями студенти керуються в житті. Нині процес економічної соціалізації студентської молоді ускладнюється переоцінкою традицій, норм і цінностей. Якщо раніше вона спиралася на досвід попередніх поколінь, то тепер їй доводиться творити новий соціальний досвід, шукати нові форми економічної діяльності, самореалізації та забезпечення, покладаючись переважно на себе,

що значно зумовлює суперечливі тенденції у її свідомості та поведінці. У студентському середовищі це засвідчують різноманітні моделі самореалізації в економічній сфері. Для багатьох студентів основними цінностями є «знайти себе в житті», «бути людиною», «досягти матеріального достатку» тощо.

Як відомо, цінності не тільки слугують керівними принципами життя, але й виступають центральними дескрипторами культурної спадщини, її змістом на особистісному рівні. Вивчення ролі цінностей у людських пошуках в процесі економічної соціалізації може сприяти розумінню їх як мотиваторів до дії, вчинків в економічній сфері. У науковій спадщині Т. Парсонса передбачається, що культурна система у просторі зв'язків, яким є університетський простір, здійснюючи соціалізаційну роботу, транслює індивідові деяку загальнокультурну ціннісно-смыслову модель, де вміщені критерії цілей та інструментів дій, нормативний зразок, на який орієнтується індивід. За Parrot W. I Diner E., у соціально-культурному середовищі саме цінності людини мають всеохоплюючий вплив на поведінку та сприйняття досвіду молодою людиною [166, p. 113-115].

Зважаючи на те, що проблема цінностей та ціннісних орієнтацій особистості є однією з найактуальніших в дослідженні процесу економічної соціалізації в умовах кардинальних соціально-економічних змін, воєнного стану, студентам було запропоновано визначитись з тим, якими найважливішими цінностями вони керуються в житті.

Якісно-кількісний контент-аналіз відповідей респондентів на анкетне запитання щодо того, якими найважливішими цінностями студенти керуються в житті, показав, що ними було виділено 86 цінностей (кожна з яких здебільшого повторювалася у відповідях 5 і більше разів; усього згадувань цінностей – 444).

Умовно їх можна скомпонувати в декілька груп:

- *Цінності вселюдського значення*, котрі набувають особливої значущості в умовах воєнного стану: сім'я, родина, батьки (112 разів, що складає 25,2% від усього масиву відповідей), здоров'я (14, 4%), свобода (5,6 %), друзі, близькі

люди, підтримка рідних (3,4), безпека (2,7%), стабільність, спокій (2,0 %), мир (2,0 %), життя людини (2,0 %), а також цінності низькочастотного згадування (менше 1,8–1,4%): справедливість, Україна, демократія, правова держава, спокій, рівність, діти, тварини.

- *Матеріальні цінності*: гроші (2,9 %), матеріальні блага (1,3 %), фінансова свобода, незалежність (0,9%), а також цінності низькочастотного згадування: благополуччя, достойний заробіток.

- *Цінності самореалізації*: самореалізація (7,9 %), робота, улюблена справа (2,5%), саморозвиток (2,0 %), кар'єра (2,0%), успіх у житті (2,0%), знання, освіта (1,1%), а також цінності низькочастотного згадування (менше 1,0%): творчість, воля, професія, інтерес до життя, самопізнання, реалізація власної справи, можливість робити те, що хочу, що подобається, власні досягнення, впевненість у власних діях.

- *Цінності комунікативного характеру*: любов, кохання (3,4%), взаємини з людьми (2,5%), а також цінності низькочастотного згадування (менше 1,0%): щастя, дружба, допомога, вірні партнери, хобі, задоволення, секс.

- *Цінності духовного плану*: незалежність (0,9%), звернення до Бога, релігії, духовність (0,9%), а також цінності низькочастотного згадування (менше 0,5%): внутрішня гармонія, віра.

- *Цінності особистісних якостей індивіда*: чесність (2,3%), а також цінності низькочастотного згадування (менше 1,0%): сміливість, вірність, гідність, чуйність, відповідальність, добропорядність, впевненість у собі, відвертість, рішучість, щирість, доброта, відвертість, енергійність, довіра, унікальність.

Отже, виділені студентами цінності складають фундамент людини як особистості. Саме у цьому фундаменті – основа гармонійного розвитку всіх потенційних можливостей індивіда, запорука того, що результати його діяльності справді слугуватимуть вищим цінностям буття людини та соціуму. Тому що морально розвинена особистість, спрямована на добро й добродійність, здатна діяти за законами добра з власної ініціативи, а не під

тиском спонукань ззовні; приймати безкорисливі рішення та не розраховувати на схвалення чи винагороду за кожний свій вчинок (Ю. Тимош, 2018) [10

Найважливішою передумовою успішної самореалізації людини в майбутньому є узгоджена, несуперечлива система ціннісних орієнтацій, яка лежить в основі формування змістовно і хронологічно узгоджених життєвих цілей і планів. Саме ціннісні орієнтації визначають духовний стрижень особистості, виражають її ставлення до світу і до самої себе, впливають на спрямованість і зміст соціальної активності, наповнюють життя змістом, є системотвірним елементом світогляду.

Система ціннісних орієнтацій молодого покоління, будучи психологічною характеристикою зрілої особистості, фіксує змістовне ставлення людини до соціальної дійсності і в цій якості визначає лінію її поведінки. Як елемент структури особистості ціннісні орієнтації характеризують внутрішню готовність людини до здійснення певної діяльності по задоволенню потреб та інтересів, а також вказують на спрямованість її поведінки.

Нині в українському суспільстві складається стійка тенденція стихійної самоадаптації студентської молоді до умов життя. Зміна суспільної системи зумовила переоцінку значущості багатьох фундаментальних цінностей. Ціннісні орієнтації сучасної студентської молоді являють собою систему з традиційних цінностей: сім'я, здоров'я, комунікація та цінностей, пов'язаних з досягненням успіху: гроші, незалежність, самореалізація, освіта тощо. Однак рівновага між ними є нестійкою. Особливої значущості в умовах воєнного стану набувають цінності вселюдського значення.

Студентами певною мірою усвідомлюються перешкоди, котрі можуть стояти на шляху досягнення економічного успіху (таблиця 2.2.2). Такими, на їхню думку, є воєнний стан в країні (зазначили 86,7% опитаних), нестача власних зусиль (80,1%), брак якісної освіти в країні (42,2%), сімейні стосунки, негаразди (21,7%), державна політика (21,7%).

Таблиця 2.2.2

**Перешкоди, котрі можуть стояти на шляху досягнення
молодими людьми економічного успіху
(у % від загальної кількості опитаних)**

	Ні	Складно визначитись	Так
Державна політика	12,7	6,6	21,7
Воєнний стан в країні	6,6	6,6	86,7
Сімейні стосунки, негаразди	62,7	15,1	21,7
Брак якісної освіти в країні	37,3	20,5	42,2
Нестача власних зусиль	10,2	9,6	80,1

У дослідженні було встановлено, що молодь погоджує свою систему цінностей насамперед з критеріями економічного та життєвого успіху (таблиця 2.2.3). Досягнення економічного успіху вона пов'язує з отриманням високих доходів (зазначили 90,4% опитаних), можливістю самореалізації (88,0%), відчуттям стабільності (86,1%), можливістю займатись цікавою, творчою справою (69,9%), досягненням високого соціального статусу в суспільстві (65,1%). Найменші її сподівання пов'язуються із доступом до влади (31,9%).

Таблиця 2.2.3

**Чого ви очікуєте, досягнувши економічного успіху?
(у % від загальної кількості опитаних)**

	Ні	Складно визначитись	Так
Високих доходів	5,4	4,2	90,4
Можливості займатись цікавою, творчою справою	18,7	11,4	69,9
Досягнення високого соціального статусу в суспільстві	22,3	12,7	65,1
Самореалізації	7,2	4,8	88,0
Розширення кола потрібних знайомств	14,5	13,9	71,7
Відчуття стабільності	8,4	5,4	86,1
Влади	38,6	29,5	31,9
Відпочинку та безтурботності	27,1	17,5	55,4

Свої досягнення на шляху реалізації життєвих планів студентська молодь пов'язує найперше не з зовнішніми чинниками (їх зазначили усього 6% опитаних), а з внутрішніми – тобто тими, що складають ядро особистості (їх зазначили 91,6% опитаних, за сумою відповідей «залежать більше від мене» та «залежать переважно від мене»): енергетичні якості – активність; мотиваційно-вольові – цілеспрямованість, наполегливість, самостійність, гнучкість і мобільність; етико-моральні – порядність, чесність, гідність тощо, котрі були зазначені в опитуванні як цінності особистого плану.

Однією з головних умов економічної інтеграції особистості в суспільство є розвиток у неї механізмів особистісної рефлексії. З метою дослідження цього особистісного утворення нами була використана методика моральних дилем (моральних колізій) Кольберга та методика «Вивчення особистісної рефлексії та інтроспекції», апробована у дослідженнях І.Д. Зверєвої, Л.Г. Коваля, П.Ф. Фролова [31]. В основі методики моральних дилем (моральних колізій) Кольберга лежить переконання, що в ході пошуку виходу зі складної неоднозначної ситуації людина демонструє глибину своїх моральних принципів, своє ставлення до людей та соціальних норм. А моральність проявляється в зрілості моральних виборів, у ставленні до самоцінності людського існування [153]. Щоб уникнути помилок при аналізі результатів методики, опитуваному пропонується не одна моральна дилема, а декілька, що дозволяє розкрити всі тонкощі моральності респондента.

З метою дослідження механізму моральної рефлексії студентської молоді в аналізі економічних явищ та процесів в анкету був внесений розділ, в якому студентам пропонувалось розглянути вісім ситуацій, які потребують прийняття рішення на користь «добра» і «зла», і визначитись зі своїм варіантом вчинку (із запропонованих трьох варіантів – А, Б чи В). Усі ситуації мають економічну основу та передбачають такі моральні вибори: *моральний* з точки зору «добра» і «зла» вибір (високий рівень моральності); *моральні «коливання»*, пов'язані з вибором «добра» і «зла», котрий не має однозначності (середній рівень моральності); *аморальний* з точки зору «добра» і «зла» вибір (низький

рівень моральності). Зазначимо, що під час вирішення моральних дилем студенту доводиться емоційно пережити ситуацію, осмислити її та прийняти рішення відповідно до власного досвіду, духовних переконань та тих ціннісних орієнтирів, що притаманні майбутньому фахівцю. Відповідно метод моральних дилем може стати діагностичним інструментарієм як для визначення існуючих ціннісно-смыслових орієнтацій особистості, так і засобом формування таких орієнтацій. Людина живе й приймає рішення не в психологічному вакуумі. Її життя завжди супроводжується спокусами, спрямованостями, незвичними обставинами, які можуть мати набагато більшу вагу при прийнятті рішення, ніж переконання. Розв'язуючи моральні дилеми або відповідаючи на запитання опитувальників, люди схильні давати соціально схвалювані рішення, хоча у реальному житті вони можуть діяти зовсім по-іншому. Результати розв'язування респондентами ситуацій моральних дилем представлені в таблиці 2.2.4.

Таблиця 2.2.4

**Результати розв'язування респондентами ситуацій моральних дилем
(у % від загальної кількості опитаних)**

	Ситуації, які потребують прийняття рішення на користь «добра» і «зла». Як ви вчините в кожній із них (оберіть один із варіантів відповіді – а, б чи в).	Моральний вибір вчинку з точки зору «добра» і «зла» (високий рівень моральності)	Моральні «коливання», пов'язані з неоднозначним вибором вчинку (середній рівень моральності)	Аморальний вибір вчинку з точки зору «добра» і «зла» (низький рівень моральності)
1	Ви – керівник фірми. До вас приходить працівник конкуруючого підприємства і просить прийняти його на роботу. Навзаєм він пропонує вам надати інформацію про вашого конкурента, здатну зруйнувати його плани і допомогти вашій фірмі усунути конкурента.	Б – 51,4	В – 36,4	А – 12,2

2	Ви перебуваєте у важкій матеріальній скруті. На вулиці знайшли гаманець зі значною сумою грошей та візитівками, де вказано ім'я та адреса власника.	A – 98,1	B – 0,9	B – 1,9
3	Ви – співробітник процвітаючої фірми. Ваш колега припустився у роботі помилок, і хтось із керівництва фірми хоче його звільнити. Вам пропонують написати доповідну скаргу на вашого колегу, за що ви отримаєте вищу посаду і зарплатню.	B – 83,4	B – 11,9	A – 4,6
4	Вам дали прилад з кнопкою і сказали, що якщо ви натиснете на цю кнопку, то отримаєте 1 млн. доларів у будь-якому банку світу, але натомість десь помре людина, яку ви не знаєте.	A – 75	B – 17,6	B – 7,4
5	Ви купуєте на ринку зубну пасту. Продавець помилився – дістає з коробки замість тюбика в 75 мл, за який ви заплатили, тюбик в 100 мл і дає вам.	A – 83,3	B – 5,6	B – 11,1
6	Ви збираєтеся одружитися. У вас є вибір: багата наречена (наречений), що має високопоставлених батьків і дівчина (парубок) без статків, яка (який) подобається вам.	B – 86,7	A – 12,3	B – 2,9
7	У громадському транспорті на сидінні поруч з вами хтось залишив жіночу сумку.	A – 60,6	B – 0,9	B – 38,6
8	На вашу думку, якщо людині потрібно досягти поставленої мети, то які засоби вона обиратиме	B – 1,8	B – 86,2	A – 11,9

За результатами опитування, як видно із таблиці 2.2.4, студентська молодь здатна до морально-рефлексійного аналізу економічних ситуацій,

пов'язаних з моральним вибором. Її вибір здійснено в основному на користь «морального з точки зору «добра» і «зла» свого вчинку (високий рівень моральності) – від 98,1% до 51,4%. Це представлено, наприклад, такими позиціями:

Ситуація 1 – відмовлю претендентові з конкуруючого підприємства і поясню йому про такий негідний вчинок (оскільки він обіцяв надати компроментуючу інформацію про конкурента) – зазначили 51,4% опитаних;

Ситуація 2 – потелефоную та поверну власнику загублений гаманець з усім, що там є – зазначили 98,1% опитаних;

Ситуація 3 – категорично відмовлюсь писати скаргу на колегу, адже це аморально – зазначили 83,4% опитаних;

Ситуація 4 – відмовлюсь натискати кнопку, що позбавляє людину життя (в обмін на отримання 1 млн дол), бо кожен має право на життя – зазначили 75% опитаних;

Ситуація 5 – скажу продавцю, що він помилився (даючи мені помилково тубик пасти не 75 мл, а 100) і доплачу решту – зазначили 83,3% опитаних;

Ситуація 6 – одружуся з дівчиною (парубком) без матеріальних статків, а з любові, бо «не в грошах щастя» – зазначили 86,7% опитаних;

Ситуація 7 – голосно звернусь до пасажирів у транспорті, щоб з'ясувати, хто забув біля мене свою сумку – зазначили 60,6% опитаних;

Ситуація 8 – обираючи стратегію економічної поведінки в досягненні поставленої мети, молодь спирається на свої переконання (ця ситуація з огляду на високий рівень моральності набрала найменшу кількість виборів – усього 1,8%, а більша частина опитаних – 86,2% схиляється до моральних «коливань», пов'язаних з неоднозначним вибором вчинку (середній рівень моральності, тобто буде орієнтуватися не на свої переконання, а на реакції оточення).

Аморальний вибір вчинку (низький рівень моральності) в багатьох ситуаціях представлений невеликими відсотками вибору: від 1,9% до 12%. Виключення складають дві ситуації:

Ситуація 7 – 38,6% опитаних зазначили, що в разі забутої в транспорті сумки вони «тихцем заберуть її собі, зробивши вигляд, що вона належить їм»;

Ситуація 8 – 11,9% опитаних зазначили, що заради досягнення поставленої мети для реалізації стратегії економічної поведінки «людина може використовувати будь-які засоби» (у тому числі, обман, відкрите насильство – очевидно, що десята частина опитаних схиляється до позиції макіавеллізму).

Звертають на себе увагу відповіді на ситуації 1 та 4.

Ситуація 1. *«Ви – керівник фірми. До вас приходять працівник конкуруючого підприємства і просить прийняти його на роботу. Навзаєм він пропонує вам надати інформацію про вашого конкурента, здатну зруйнувати його плани і допомогти вашій фірмі усунути конкурента».* Думки опитаних розділилися суттєво:

- До аморального вибору вчинку з точки зору «добра» і «зла» (низький рівень моральності) схиляються 12,2% опитаних («ви залюбки приймете на роботу такого працівника і скористуетесь наданою інформацією»);

- До морального вибору вчинку з точки зору «добра» і «зла» (високий рівень моральності) схиляються 51,4% («відмовлю цьому претенденту і повідомлю керівника конкуруючої фірми про наміри його працівника»);

- Моральні «коливання», пов'язані з неоднозначним вибором вчинку (середній рівень моральності) зазначили 36,4% опитаних («відмовлю цьому претендентові і поясню йому про такий негідний вчинок»).

Очевидно, у розв'язанні цієї моральної колізії опитаним бракує як стійкості своїх переконань, так і досвіду управлінської, командної роботи.

Ситуація 4. *Вам дали прилад з кнопкою і сказали, що якщо ви натиснете на цю кнопку, то отримаєте 1 млн доларів у будь-якому банку світу, але натомість десь помре людина, яку ви не знаєте.*

- До морального вибору вчинку з точки зору «добра» і «зла» (високий рівень моральності) схиляються 75% опитаних («відмовлюсь натискати кнопку, адже це не гуманно, бо кожна людина має право на життя»).

- До аморального вибору вчинку з точки зору «добра» і «зла» (низький рівень моральності) схилиються 7,4 % опитаних («натисну кнопку, оскільки 1 млн доларів мені згодиться як стартовий капітал»).
- Моральні «коливання», пов'язані з неоднозначним вибором вчинку (середній рівень моральності) зазначили 17,6% опитаних («натисну кнопку і перерахую гроші в благодійний фонд допомоги нужденним»).

В ситуації 4 чверть опитаних (17, 6% та 7,4%) обрали все ж негуманну позицію щодо невідомої їм людини, хоча і сподівались ефективно використати отримані кошти (одні – для стартового капіталу, інші – перерахували б їх в благодійний фонд допомоги нужденним). Однак ця частина опитаних не взяла до уваги, що натискання кнопки призведе до загибелі невідомої їм людини. А це вже негуманна, аморальна позиція.

Висновки. Отже, моральність – найважливіше, що складає фундамент людини як особистості. Саме у цьому фундаменті – основа гармонійного розвитку всіх потенційних можливостей індивіда, запорука того, що результати його діяльності справді слугуватимуть вищим цінностям буття людини та соціуму.

З точки зору системного підходу моральність особистості можна розглядати як підсистему, яка виконує дуже важливу роль у збереженні цілісного функціонування особистості – роль контролю за несуперечливістю поведінки щодо внутрішньої позиції людини у ситуаціях моральної дилеми. Володіючи здатністю регулювання економічної поведінки, діяльності, вона відіграє роль системотвірного чинника, який виконує пускову та контролюючу роль у здійсненні певних дій та активності людини в цілому. Також вона виступає системотвірним стрижнем організації внутрішнього світу людини в процесі економічної соціалізації.

Емпірично з'ясовано систему цінностей, якими керуються студенти в ході прийняття економічних рішень і які становлять фундамент ціннісної сфери молоді людини: передусім це цінності вселюдського значення, котрі набувають особливої значущості в умовах воєнного стану; а також матеріальні

цінності; цінності самореалізації; цінності комунікативного характеру; цінності духовного плану; цінності особистісних якостей індивіда. Молодь погоджує свою систему цінностей насамперед з критеріями економічного та життєвого успіху.

У дослідженні емпірично показана роль морального підґрунтя як психологічного механізму регулювання вчинків молодих людей в процесі їх економічної соціалізації. Також встановлено, що студентська молодь здатна до моральної рефлексії в аналізі економічних явищ, власних вчинків. Механізм моральної рефлексії дає змогу майбутньому фахівцю давати об'єктивну оцінку собі та своїм вчинкам в економічній сфері, зрозуміти, як його сприймають інші. Однак в деяких економічних ситуаціях у розв'язанні моральних колізій на користь «морального з точки зору «добра» і «зла» вибору свого вчинку студентам ще бракує як стійкості своїх моральних переконань, так і досвіду управлінської, командної роботи.

2.3. Ідентифікація як провідний інтраособистісний механізм економічної соціалізації молоді

Соціально-психологічна значущість проблеми економічної ідентичності зумовлена освітніми, політичними, морально-етичними трансформаціями. Ця проблема особливо актуальна нині, коли українське суспільство переживає кризові соціально-економічні процеси, пов'язані з повномасштабним вторгненням росії в Україну. На питаннях ідентичності та ідентифікації зосереджують увагу вітчизняні та зарубіжні психологи. Економічну ідентичність вони розглядають як структурну складову економічної соціалізації, а також соціальної ідентичності.

Актуальність дослідження економічної ідентичності в юнацькому віці зумовлена практичними запитамі суспільства та його соціальних інститутів – сім'ї, закладів освіти, державних органів опіки. В юнацькому віці, на думку сучасних дослідників, економічна ідентичність розглядається як соціально-психологічний конструкт адаптації старшокласників до нових правил

поведінки, що діють в близькому для них середовищі. Суть такої адаптації полягає в здатності учнів створювати образ «Я» економічної людини, економічно ототожнюючи свою поведінку з поведінкою авторитетної для них особистості.

Протягом життя особистість проходить різні етапи свого становлення, які називаються віковими періодами. Під віковим періодом дослідники розуміють певний відрізок життя індивіда, який характеризується якісними та відносно стійкими особливостями, появою новоутворень та змін. Для визначення психологічних особливостей юнацького віку слід зупинитися на підходах до вивчення вікової періодизації психічного розвитку загалом. Ця проблема є однією з найбільш дискусійних в сучасній психологічній науці, у зв'язку з відсутністю у різних дослідників єдиного розуміння природи вікового розвитку, його рушійних сил та механізмів.

Криза ідентичності містить в собі глибокі особистісні зміни, які можуть пройти безконфліктно, якщо юнаки та дівчата в період юнацького віку будуть готові до таких змін у своєму житті як професійне та економічне самовизначення, тілесне та духовне самоприйняття, будуть здатні самостійно приймати рішення і здійснювати їх, тобто брати на себе відповідальність за своє життя. Старшокласник повинен вміти розставляти життєві перспективи (близькі і далекі). Пошук себе, знайдення своєї економічної ідентичності можливі в юності на тому рівні, на якому відбувається досягнення розвитку мислення (стадія формальних операцій), морального розвитку та розвитку емоційної сфери, інтеграція життєвого досвіду в цьому віці (О. Довгань, 2004) [29].

Сучасна особистість мимоволі опиняється в період значних соціально-економічних і морально-етичних трансформацій, які спричиняють початок особистісної кризи ідентичності. В юнацькому віці криза ідентичності – це початок взяття на себе відповідальності не тільки за свої дії, а й за свої знання про себе та інших, за свої морально-етичні погляди. Самоототожнюючись, порівнюючи себе з іншими, наділяючи себе та інших певними

характеристиками, критеріями, юнак чи дівчина таким чином тестують реальність та себе на відповідність нормам і правилам оточення, вибираючи з них ті, які підходять йому/їй та долаючи внутрішній конфлікт, якщо з якихось причин зовнішні вимоги, правила, норми, оцінки, критерії, не влаштовують молоду людину (О. Ічанська, 2002) [35].

Юність є переходом до дорослого життя, тому саме цей віковий етап включає внутрішні протиріччя, що повинні сприяти трансформації особистості, її розвитку. З одного боку, підлітковий протест вже закінчився, яке головне новоутворення – почуття дорослості залишається у старшокласника ще не реалізованим; старі норми, правила, авторитети, ідеї вже відкинуті, а з іншого боку, нових ідей, уявлень про себе ще немає. Потреба самоідентичності – важлива потреба віку ранньої юності. Адже ідентичність дозволяє впевнено робити життєвий вибір, брати на себе відповідальність, швидше пристосовуватися до нових обставин та умов (О. Довгань, 2004) [29].

Для визначення поняття економічної ідентичності, її сутності видається доцільним окреслення поняття ідентичності як феномену, а також виокремлення поняття соціальної ідентичності та розмежування їх значень.

Стосовно психології старшокласників, поняття «ідентичність» включає в себе характерні риси віку: відкриття, знаходження та підкреслювання власного «Я», самооформлення, самозображення, самооцінка, самоспостереження, які були виявлені й описані дослідниками в першій половині ХХ сторіччя.

Для нашого дослідження важливе усвідомлення, розвиток та формування таких видів ідентичності в юнацькому віці як *економічна, особистісна та соціальна*.

Особистісна ідентичність розуміється нами як набір рис або інших індивідуальних характеристик, що відрізняються певною постійністю або, принаймні, спадкоємністю в часі, просторі, що дозволяє диференціювати окремого індивіда від інших. Іншими словами, під особистісною ідентичністю ми розуміємо набір характеристик, який робить індивіда подібним самому собі і в той же час відмінним від інших.

Економічна ідентичність – це сума окремих ідентифікацій, типізація особи іншими на основі атрибутів соціальної групи, до якої вона належить.

Соціальну ідентичність визначають зазвичай у термінах групового членства, приналежності до соціальної групи, включеності до будь-якої соціальної категорії. Ці ідеї отримали своє початкове оформлення в теорії соціальної ідентичності Х. Тешфела (1982) і теорії самокатегоризації Дж.Тернера (1985) [176; 180].

У рамках цих концепцій соціальна ідентичність охоплює ту частину Я-концепції індивіда, яка виникає з усвідомлення свого членства в соціальній групі, а також ціннісного та емоційного значення, яке надається такому членству. Стверджується, що в основі як особистісної, так і соціальної ідентичності лежать єдині процеси категоризації – соціальна ідентифікація (усвідомлення власності) і диференціація (усвідомлення відмінностей). Ідентичність особистості складається з окремих ідентифікацій та визначається приналежністю людини до різних соціальних категорій: раси, національності, статі, класу, майнової, професійної групи.

Взаємозв'язок між *особистою ідентичністю та економічною ідентичністю* можна зобразити як зв'язок цілого та його частини. Матеріальне збагачення та досягнення матеріального добробуту посідає одне з головних місць серед життєвих цілей. Економічний статус часто ототожнюється з частиною особистості, зростає до цілісного та самостійного конструкту Я-концепції, який можна назвати економічною ідентичністю особистості. Н. Кульбіда вважає економічну ідентичність утворенням середнього рівня Я-концепції, відносячи економічну Я-концепцію до неспецифічних ідентичностей (Н. Кульбіда, 2003) [45].

І. Білоконь, В. Москаленко розглядають економічну ідентичність у контексті економічної соціалізації [69, с.140-152]. На думку авторів, економічна ідентичність має розглядатися у контексті формування соціальної ідентичності особистості. Адже особистість усвідомлює свою економічну

ідентичність, входячи до певної соціальної групи, яка наділена тими чи іншими економічними ознаками.

Визначаючи економічну ідентичність, слід зазначити наявність спільних рис із соціальною ідентичністю, зокрема моменту усвідомлення своєї належності соціальній групі, особистісно значущого переживання цієї приналежності, пов'язаного з оцінкою членства в ній, а також наділення себе певними об'єктивними та суб'єктивними (психологічними) ознаками цієї групи. Водночас економічна ідентичність має низку відмінностей від соціальної та інших видів ідентичності, що визначають специфіку її змісту, особливості прояву та процес формування. Розгляд цих відмінностей дозволить сформулювати теоретичні та емпіричні напрями вивчення цього феномену.

Специфіка цього феномену полягає в такому: *економічна ідентичність*, що розглядається як частина економічного «Я» особистості – продукту економічної самосвідомості, є психологічною (точніше економіко-психологічною) категорією, яка відноситься до результату визначення людиною свого становища в системі економічних відносин, і передусім відносин власності, що є, згідно з У. Джеймсом, базовими відносинами особистості (О. Кампі, 2007) [36].

Процес та результат економічного становлення, формування та розвитку особистості протягом життєвого циклу у науковій теорії та практиці трактується поняттям «економічна соціалізація». У вузькому значенні цей процес обмежується періодом дорослішання особистості до повноліття [69]. У широкому сенсі – це процес формування особистості в певних соціальних умовах і засвоєння системи соціальних знань, норм, цінностей і досвіду, що дозволяє функціонувати в суспільстві та взаємодіяти з іншими індивідами.

Економічну ідентичність ми розуміємо як відображення економічної свідомості внаслідок економічної соціалізації та сукупність усвідомлених чи неусвідомлених *економічних ідентифікацій*, пов'язаних в цілісну динамічну систему компонентами: когнітивним, афективним (емоційним), ціннісно-

мотиваційним, поведінковим. У юнацькому віці становлення економічної ідентичності відбувається на фоні кризи ідентичності цього віку.

Зокрема, в становленні економічної ідентичності це проявляється так: економічні потреби (одяг, книги, розваги тощо) зростають, однак реальних можливостей заробити кошти ще немає. Старі зразки економічних стереотипів та зразків економічної поведінки вже не влаштовують, а нових ще не вироблено. Тому в цей час учні раннього юнацького віку емоційно переживають кризові ситуації, коли вони стикаються з неможливістю реалізації внутрішніх потреб свого життя, а саме з наявною проблемою потенційної чи реальної загрози задоволенню своїх головних потреб (О. Краєва, 2010) [42; 43].

Зазначимо, що в результаті процесу економічної соціалізації індивід перетворює отриманий економічний досвід та настановлення у власні цінності та орієнтації. У процесі економічної соціалізації особистості виникає її *економічна ідентифікація* як психологічний механізм становлення цього процесу. Ідентифікація як механізм соціалізації особистості пояснює рівень комфортності у суспільстві та формує гармонію взаємовідносин індивіда та соціуму.

Під «ідентифікацією» як сталого соціально-психологічного процесу розуміється, з одного боку, приписування іншому індивіду особистих рис, мотивів, думок і почуттів, з другого боку, ототожнення особистості із соціальною групою чи спільністю, прийняття її цінностей, цілей і настанов. Ідентифікація як сукупність процесів тією чи іншою мірою призводить до досягнення індивідом стану ідентичності. Ідентичність характеризує стан самоототожнення та самовизначення особистості, а також вибір цілей, цінностей та переконань, яким індивід чи група індивідів слідує у житті (А. Giddens, 1991) [144].

Отже, ідентифікація як процес сприяє досягненню ідентичності як характеристиці певного стану та самовідчуття індивіда у суспільстві. Зі свого боку, ідентичність як чинник (характеристика) свідомої поведінки особистості надалі зумовлює процеси ідентифікації.

Економічна ідентифікація характеризує усвідомлення матеріальної задоволеності та забезпеченості особистості, а також рівень добробуту населення та суспільства загалом. Факторами економічної ідентифікації особистості є, з одного боку, матеріальні (доходи індивідів, рівень цін у країні чи регіоні, оцінка становлення ринкової економіки та політичних подій у країні тощо), з іншого боку, нематеріальні (внутрішній потенціал індивіда, його імідж, смаки, уподобання, цінності тощо).

Економічна ідентифікація, з одного боку, це передумова соціальної поведінки особистості, з іншого – основа формування її особистісної ідентичності. Тому економічне «Я» особистості є поєднанням особистісної ідентичності та ідентичності з економічними ознаками (В. Москаленко, 2013) [69]. Отже, мова йде про взаємну обумовленість та єдність економічної, соціальної та особистісної ідентичності в рамках самосвідомості особистості, де *особистісна ідентичність* забезпечує індивідуальну своєрідність – те, що мене відрізняє від інших як економічного суб'єкта, а *економічна ідентичність* – те, з ким я себе ідентифікую, з ким я себе зіставляю та які характеристики на основі цього я собі приписую. Економічна ідентичність за своєю природою завжди особистісно обумовлена. Особистісну ж ідентичність слід розглядати в контексті соціально-економічної саморепрезентації особистості. Отже, остання постає як організуючий принцип індивідуальної позиції у системі реальних економічних відносин людини як економічного суб'єкта.

Проблема економічної ідентифікації викликає у нас науковий інтерес певним чином як близька проблемі економічної ідентичності, і в той же час – як самостійний за змістом феномен у психічному світі юнацтва.

Термін «ідентифікація» пов'язують з дослідженнями З. Фрейда, який розглядав феномен ідентифікації, по-перше, як першорядну форму емоційного зв'язку індивіда з іншою особою, по-друге, як інтроспекцією об'єкта в «Я», по-третє, як механізм формування та функціонування групи [44]. Ідентичність як умова рівноваги – важливіша й найперша в порівнянні з ідентифікацією. Ідентифікація нівелює, цивілізує, а ідентичність рятує.

Підкреслюючи значущість ідентифікації, дослідники вказують на неї, як на обов'язковий структурний компонент процесу розвитку – саморозвитку індивіда (Брецько, Варга, Чекан, 2022) [11]. Автори розглядають ідентифікацію як особливий соціальний феномен, постійно існуючий процес, що затверджується, розширюється, заглиблюється в житті особи, постійно позначає його для себе й інших, як особливу здатність – визначення себе, ставлення до себе відповідно до інших і в стосунках з іншими.

Ідентифікація – це водночас ототожнення й уособлення (автономізація, диференціація, що реалізується завдяки процесам, явищам протиставлення, уособлення, відчуження, конкуренції, конфліктності, несумісності), вона уможлиблює співбуття індивіда. А ідентичність особистості (ідентифікація-індивідуалізація) оформлює самобуття особистості.

Цікавою є думка науковців Д. Долларда, Н. Міллера, О. Маурера про те, що ідентифікація – це підкріплення і формування вторинної ідентичності. Зміст ідентифікації полягає у процесі побудови загальних для суб'єкта й об'єкта цінностей, їх засвоєння суб'єктом (Р. Сієрс, К. Левін, П. Муссен). Коріння ідентифікації містяться у формуванні залежності та прив'язаності [29, с. 144-150].

У філософії поняття «ідентифікація» подається як встановлення тотожності різних об'єктів на основі певних ознак. У соціології поняття ідентифікації постає як «психологічний процес ототожнення індивідом себе з іншою людиною, групою, колективом, що допомагає успішно оволодіти різними видами соціальної діяльності, засвоювати, перетворювати соціальні норми й цінності, приймати соціальні ролі» (І. Середницька, 2005) [91].

Філософський та психологічний аналіз співвідношення понять «ідентичність» та «ідентифікація» здійснено у монографії П. Гнатенка та В. Павленко [20]. Автори виокремлюють такі варіанти інтерпретації поняття: ідентифікація – як один із механізмів міжособистісного сприйняття (разом із рефлексією і стереотипізацією), як центральний елемент самосвідомості. А також визначають головну ознаку ідентифікації – процесуальність. Тобто

ідентифікація є процесом соціалізації індивіда, що впливає на розвиток його самосвідомості.

Ідентифікація в соціальній психології – ототожнення індивідом себе з іншим, безпосереднє переживання суб'єктом тієї чи іншої міри тотожності з об'єктом [69].

Економічна ідентифікація старшокласників – передумова соціальної поведінки особистості, основа формування її особистісної ідентичності у контексті соціально-економічної саморепрезентації індивіда як економічного суб'єкта.

Тому економічне «Я» особистості є поєднанням особистісної ідентичності та ідентичності за економічними ознаками. Отже, йдеться про взаємну обумовленість та єдність економічної та особистісної ідентичності в рамках самосвідомості особистості, де особистісна ідентичність забезпечує індивідуальну своєрідність – те, що мене відрізняє від інших як економічного суб'єкта, а економічна ідентичність – те, з ким я себе ідентифікую, з ким себе зіставляю, і які характеристики у зв'язку з цим собі приписую. Економічна ідентичність за своєю природою завжди особистісно обумовлена. Особистісну ідентичність слід розглядати в контексті соціально-економічної самопрезентації особистості. Отже, остання постає як організуючий принцип індивідуальної позиції у системі реальних економічних відносин людини як економічного суб'єкта.

Згідно сучасного глосарію Мура і Файна, почуття ідентичності, як «одночасної і стійкої внутрішньої тотожності, подібності деяких основних властивостей з іншими людьми», з'являється після завершення підліткового періоду. Доти можна розглядати ідентичність на етапі юнацтва як процес еволюції психологічної самості [20]. Ідентичність у юнацькому віці розвивається з поступової інтеграції всіх ідентифікацій особи, зміни попередньо набутих ролей, систематизації усіх придбаних рольових шаблонів поведінки в процесі життєвтілення власного «Я». Усі ці ролі мають зібратися

суб'єктом в єдине ціле, осмислитися, пов'язатися з минулим і спроектуватися в майбутнє.

Ці особливості потрібно використовувати для систематичної психологічної підтримки особи в період юнацького віку та досліджуваної нами економічної ідентичності, на етапі формування аналітичного мислення, рефлексії, здатних бути основою юнацького світогляду.

Стосовно нашої теми дослідження слід зазначити, що в процесі економічної ідентифікації особами юнацького віку набуваються та засвоюються економічні цінності, норми, ідеали, економічні ролі іншої особи. Однак на момент особистісної кризи процес ідентифікації в ідентифікаційній матриці індивіда ускладнюється та утруднюється, тому особа постає розгубленою перед різноманітністю економічних ролей, загостренням суперечностей у компонентному складові «Я-концепції», що виражається в невизначеності та неадекватності поведінкових проявів.

Тому багато проблем економічної ідентичності сконцентровано навколо питань про роль економічної ідентифікації. Ідентифікація виступає як процес, за допомогою якого індивід поширює свою ідентичність на іншого, запозичує, іноді плутає свою ідентичність з ідентичністю іншого [69].

На основі аналізу наукової літератури можна відмітити, що з віком повні економічні ідентифікації з окремими значущими особами замінюються приватними ідентифікаціями. Відбувається психологічна емансипація від конкретних осіб. Ідеали, навіть персоніфіковані, усе більш узагальнюються, співвідношення ідеалу з власним «Я» все більше ускладнюється.

Відчуття економічної ідентичності з віком посилюється, бо людина краще усвідомлює безперервність, що постійно збільшується між тим, що вона пережила за період власного дитинства, та тим, що вона очікує пережити в майбутньому, або між тим, ким вона бажає бути, й тим, як сприймає очікування інших стосовно себе (О. Лазаренко, 2011) [51; 52].

Вважаємо, що невдала ідентифікація в дитинстві з батьками зменшує почуття ідентичності молодих людей та призводить до нездатності економічної

ідентифікації загалом, тобто загострення процесу перебігу кризи ідентичності. При вдалій ідентифікації в дитинстві, навпаки, почуття ідентичності супроводжується відчуттям цілеспрямованості й осмисленості власного буття, упевненості у зовнішньому прийнятті, схваленні, а відтак й вдалому переживанню та виходу з кризи.

Відтак економічну ідентичність можна розглядати як складне психологічне явище, що забезпечує індивіду цілісність, тотожність та визначеність, а економічна ідентифікація лежить в основі набуття нової форми економічної ідентичності підлітком на цьому віковому етапі. Економічна ідентифікація напрочуд виявляється одним з механізмів суб'єктивно-особового осмислення дійсності, що втілюється в різних формах стійкої фіксації сенсу психічного життя (О. Лазаренко, 2011) [53].

Існуюча теоретико-концептуальна база вищевказаних досліджень складає підґрунтя для подальшого аналізу питань, пов'язаних з набуттям, формуванням та розвитком економічної ідентичності в період юнацького віку. За нашим узагальненням, економічна ідентичність виступає в якості певної психологічної структури, а економічна ідентифікація є процесом її осягнення, набуття та формування. Структурними елементами економічної ідентичності можуть бути значущі економічні ідентифікації.

Аналіз відповідних джерел та наше бачення проблеми дозволяє розглядати *економічну ідентифікацію* як процес становлення, функціонування та розвитку економічної ідентичності, а *економічну ідентичність* як складову самосвідомості, своєрідну динамічну систему, що розвивається впродовж усього життя. Саме економічна ідентифікація в юнацькому віці є процесом визначення індивідом себе, процесом осягнення нової форми ідентичності. Основи економічної ідентифікації можуть бути різними – кожен «Я-образ» передбачає ідентифікацію за якоюсь однією основною ознакою.

Багато питань постає щодо розвитку економічної ідентичності на етапі юнацтва. Низка авторів вважає, що, стосовно цієї вікової групи, говорити про це рано, а інша частина фахівців вважає, що саме в цьому віці закладаються

основи професійної, економічної та громадянської ідентичності. (Kohlberg, 1974) [152].

Водночас ми можемо спиратися на цікаві дослідження «економічної свідомості», з формуванням якої низка авторів пов'язує розвиток уявлень про власність, про багатство з усвідомленням свого місця в системі соціальних та економічних відносин, пов'язаних з їх розподілом та володінням (Лазаренко, 2011) [52].

У зв'язку з цим постає завдання осмислити нові тенденції соціально-економічного розвитку українського суспільства, щоб допомогти молодій людині знайти в ньому своє місце. Але треба враховувати, що якщо в соціально-економічних системах важливу роль відіграють «паразитичні» економічні групи, в особі шахраїв, здирників, корупціонерів, злодіїв і таких же їх конкурентів, а головне – всі ці соціально сумнівні економічні групи теж культивуються на рівні суспільної свідомості (через засоби масової інформації, соціальні мережі, через приклади «успішних» людей тощо), то підлітки та старшокласники, за відсутності профілактичної чи корекційної роботи, можуть ідентифікувати себе з такими «героями» країни у певний період їхнього ціннісного пошуку та помилок.

Виявлятися це може у таких формах: обговорення «людей успіху», які «вміють жити»; зневажливе ставлення до жертв різних шахраїв, і навпаки, захоплення щодо тих, хто обманює «лохів», які, з погляду такої псевдоморалі, «самі у всьому винні» тощо. На жаль, діти та підлітки часто чують від дорослих, що не треба бути «лохом», а треба бути тими, хто «робить лохів», наживається на їхній довірливості тощо. Виходить, що якщо «ідеологічне» обґрунтування девіантної економічної поведінки в суспільстві виражене, то дітям і підліткам важко не ідентифікуватися з тими, хто хитріший, «підприємливіший» і в чомусь навіть «підступніший», ніж багато порядних людей, які не вміють себе захистити від економічних «паразитів».

Зауважимо, що Е. Еріксон підкреслював, що головна проблема багатьох підлітків – це пошук аристократів (кращих, видатних людей, з яких варто брати

приклад) та ідеології (що обґрунтовує ту чи іншу світоглядну позицію та відповідні вчинки) [139].

Негативний вплив ідеології, що пропагує економічну девіантність, посилюється, якщо діти та підлітки не знайомі з іншими моральними обґрунтуваннями або зі спростуваннями такої девіантності, а також з моральними системами, що лежать в основі інших економічних взаємин. Щось подібне відзначає і Е. Еріксон (2000), коли пише про «чорну ідентичність», що формується як негативна реакція дитини, яка усвідомлює свій принижений соціальний (або расовий) статус, що може стати основою його спотвореної ідентичності та відповідного світогляду [140].

До того ж діти можуть відчувати такі пріоритети через висловлювання дорослих: членів своєї сім'ї, знайомих, вихователів, деякі з яких можуть іноді «вивертатися» перед дітьми на рівні реплік, коментарів тощо, порівнюючи своє принизливе фінансове становище з доходами інших людей. Хтось із дітей може співчутливо ставитися до таких зізнань батьків і вихователів, але хтось сприймає це прикладами «від противного», коли дитина вирішує для себе, вже у своєму кар'єрному майбутньому ніколи не бути в такому приниженому становищі. Причому ті, хто самовизначається «від неприємного», швидше за все, будуть прагнути до того, щоб домагатися фінансового добробуту будь-якими шляхами, навіть виходячи за рамки багатьох моральних обмежень, які раніше авторитетні для дитини дорослі в неї ж і формували.

Важливу роль в «обґрунтуванні» економічної девіантності відіграють різні пояснювальні схеми, що виправдовують непристойні професійні дії деяких сучасних «людей успіху». Зокрема використовують такі варіанти самовиправдання економічної девіантності: 1) «всі крадуть, а я чим гірший?»; 2) «якщо не крастиму, то мене засудять (або «не зрозуміють») близькі мені люди»; 3) «краду, щоб утримувати свою сім'ю (щоб заробити на лікування коханої, мами) тощо»; 4) «якщо знайти дірки в законі і скористатися цим, то це і не крадіжка виходить ...»; 5) «краду (або «даю хабарі») вимушено, інакше не можна вирішити жодне серйозне питання» тощо (Краєва, 2010) [43].

Ситуація, коли в суспільстві корупція, злочинство, здириство, «розводилово» носять тотальний характер, породжує особливі закони економічної діяльності, від яких не можуть абстрагуватися багато людей.

Отже, проблема профілактики девіантної економічної ідентичності постає досить актуальною для дитячого та підліткового віку. Акцент слід робити саме на випереджальних психолого-педагогічних впливах, що впливають на становлення свідомості дитини. А враховуючи «переконливість» багатьох аргументів на користь економічної девіантності, слід не ігнорувати ці аргументи, а шукати контраргументи на користь чесної та суспільно-корисної праці, а також – пропонувати дитині приклади щасливих і шанованих людей, які пов'язали своє життя зі сформованою просоціальною економічною ідентичністю.

Наприкінці сформулюємо робоче визначення «девіантної економічної ідентичності». Ми вважаємо, що така ідентичність – це усвідомлена відмова від виконання правових та соціальних норм суспільства (або співтовариства), значущих для певної людини, в яких представлені правила поведінки в різних соціально-економічних відносинах, включаючи виробництво, розподіл благ, володіння ними, а також різноманітні обмінні та торговельні взаємини, включаючи і ділові контакти з представниками інших уявлень про норми соціально-економічних відносин. Ми не вважаємо це визначення вичерпним.

Отже, проблема економічної ідентифікації й економічної ідентичності на етапі юнацького віку завжди пов'язана з проблемою можливості існування єдиного, послідовного «Я» особистості, що поєднує різні складові «Я-образу».

У цілому, економічна ідентифікація, поряд із економічною ідентичністю, є одним із найважливіших процесів юнацького віку, що опосередковує розвиток, забезпечує особистісну самореалізацію особистості.

Висновки до розділу 2

У другому розділі монографії представлено результати емпіричного дослідження психологічних механізмів економічної соціалізації учнівської та студентської молоді в період воєнного стану та майбутнього повоєнного відновлення країни. Показано та інтерпретовано знахідки щодо системної організації психологічних механізмів, які забезпечують ефекти економічної соціалізації в пізній юності – ранній дорослості. Розглянуто емпірично виокремлену типологію механізмів економічної соціалізації в пізній юності – ранній дорослості та встановлено їх співвідношення. Описана тенденція актуалізації з віком тих психологічних механізмів, які забезпечують суб'єктну позицію молоді людини в сфері споживання, професіоналізації та зайнятості.

Емпірично встановлено, що система механізмів економічної соціалізації студентства представлена такими раціональними механізмами: 1) когнітивними – ідентифікацією з успішною і морально поміркованою людиною; 2) поведінковими – механізмами запобігання матеріальній скруті; 3) ціннісними – орієнтацією на самостійність і чесні стосунки; 4) ірраціональними – інтуїтивними, слідування модним, престижним тенденціям та орієнтацією на батьківський досвід заробітку. Найпотужнішими з них виявились механізми забезпечення автономії і рефлексивного управління рішеннями та орієнтація на батьківський досвід заробітку й прийняття ризикованих економічних рішень.

Емпірично виокремлено такі групи механізмів економічної соціалізації студентства: 1) забезпечення стабільного економічного життя; 2) забезпечення опор в умовах економічних ризиків; 3) становлення підприємницької мотивації, а також 4) забезпечення автономії і рефлексивного управління рішеннями. Найпотужнішим кластером у студентській молоді виявився той, що обіймає перші три групи механізмів і стосується ресурсів економічного благополуччя в нестабільних умовах.

Матеріали розділу розкривають також роль морального підґрунтя як психологічного механізму регулювання вчинків молодих людей в процесі їх економічної соціалізації. Обґрунтовано, що моральнісний аспект є важливою

складовою процесу економічної соціалізації індивіда, оскільки саме норми суспільної моралі задають стрижневий вектор формування соціальних якостей особистості, яких очікує і потребує ринкова економіка. Розглянуто шляхи здійснення моральної регуляції.

Показано, що, володіючи здатністю регулювання економічної поведінки, діяльності, моральність особистості відіграє роль системотвірного чинника, який виконує пускову та контролюючу роль у здійсненні певних дій та активності людини в цілому, в організації внутрішнього світу людини в процесі економічної соціалізації.

Обґрунтовано, що моральна активність особистості в економічній сфері – це насамперед свобода вибирати: ту чи іншу життєву позицію, ту чи іншу систему моральних цінностей, ті чи інші ідеали. Розкрита роль моральної рефлексії як якісної характеристика особистості, здатної осмислити і оцінити власні вчинки в економічній сфері. Емпірично встановлено, що студентська молодь здатна до моральної рефлексії в аналізі економічних явищ, власних вчинків. Механізм моральної рефлексії дає змогу майбутньому фахівцю дати об'єктивну оцінку собі та своїм вчинкам в економічній сфері, зрозуміти, як його сприймають інші.

Проаналізовано результати емпіричного дослідження системи цінностей, якими керуються студенти в ході прийняття економічних рішень і які становлять фундамент ціннісної сфери молоді людини. Передусім це цінності вселюдського значення, котрі набувають особливої значущості в умовах воєнного стану; а також матеріальні цінності; цінності самореалізації; цінності комунікативного характеру; цінності духовного плану; цінності особистісних якостей індивіда. Молодь погоджує свою систему цінностей насамперед з критеріями економічного та життєвого успіху.

У розділі також розглянуто сутність ідентифікації як провідного інтраособистісного механізму економічної соціалізації учнівської молоді. Вона розуміється, з одного боку, як приписування іншому індивіду особистих рис, мотивів, думок і почуттів, з другого боку, як ототожнення особистості із

соціальної групою чи спільністю, прийняття її цінностей, цілей і настанов. Обґрунтовано, що ідентифікація як сукупність процесів тією чи іншою мірою приводить до досягнення індивідом стану ідентичності. Ідентичність характеризує стан самоототожнення та самовизначення особистості, а також вибір цілей, цінностей та переконань, яким індивід чи група індивідів слідує у житті.

Показано, що факторами економічної ідентифікації особистості є, з одного боку, матеріальні (доходи індивідів, рівень цін у країні чи регіоні, оцінка становлення ринкової економіки та політичних подій у країні тощо), з іншого боку, нематеріальні (внутрішній потенціал індивіда, його імідж, смаки, уподобання, цінності тощо).

Обґрунтовано взаємозв'язок економічної ідентифікації та економічної ідентичності. Економічну ідентифікацію визначено як процес становлення, функціонування та розвитку економічної ідентичності, а економічну ідентичність як складову самосвідомості, своєрідну динамічну систему, що розвивається впродовж усього життя. Саме економічна ідентифікація в юнацькому віці є процесом визначення індивідом себе, процесом досягнення нової форми ідентичності.

Економічна ідентичність розуміється як відображення економічної свідомості внаслідок економічної соціалізації та сукупність усвідомлених чи неусвідомлених економічних ідентифікацій, пов'язаних в цілісну динамічну систему компонентами: когнітивним, афективним (емоційним), ціннісно-мотиваційним, поведінковим.

На підлітковому віковому етапі економічна ідентичність забезпечує індивіду цілісність, тотожність та визначеність, а економічна ідентифікація лежить в основі набуття нової форми його економічної ідентичності.

Розкрита сутність економічної девіантності, важлива роль в її «обґрунтуванні» різних пояснювальних схем, що виправдовують непристойні професійні дії деяких сучасних «людей успіху».

РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛІЗУЮЧІ ЕФЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

3.1. Суб'єктність як системний ефект актуалізації механізмів економічної соціалізації молоді

3.2. Ідентичність як інтраособистісний ефект актуалізації психологічних механізмів економічної соціалізації молоді

3.3. Механізми формування економічної автономії студентської молоді

3.1. Суб'єктність як системний ефект актуалізації механізмів економічної соціалізації молоді

Узагальненим результатом дії психологічних механізмів соціалізації, зокрема й економічної, є комплекс здатностей, якостей особистості, які дозволяють їй органічно включатись у економічні відносини, бути їх творцем. Для пояснення такого результату автори структурно-функціональної (В. Москаленко, І. Зубіашвілі, О. Лавренко, 2012) [97] та структурно-цільової (Н. Дембицька, 2020; О. Новосядла, 2019) [25; 77] концепцій соціалізації звертаються до системного явища суб'єктності. Йдеться як про здатність інтеріоризувати цінності, норми поведінки в основних природних та соціальних, надто економічних ситуаціях, так і здатності активно впливати на них, трансформувати і творити нові. У цьому контексті усі обґрунтовані вище внутрішньоособистісні та соціально-психологічні процеси, що актуалізуються в ході соціалізуючих впливів в економічній взаємодії, можуть розглядатись як такі, що забезпечують поступове формування особливої системної властивості особистості. Йдеться передусім про *інтерсуб'єктність*, завдяки якій особистість входить у економічне буття і організовує своє власне, оскільки в ході соціалізуючих впливів вона стає здатною до взаєморозуміння, натхнення від спілкування, врахування суб'єктної позиції іншого суб'єкта у економічній взаємодії та прагнення чути й бути почутим. З іншого боку, соціалізуючі механізми забезпечують також інтеграцію і розвиток внутрішнього світу суб'єкта економіки.

У цьому плані саме «Я» особистості є суб'єктно утворюючим початком усієї соціальної еволюції та генетично заданим конструктом соціально-економічного світу, отже, вираженням *інтрасуб'єктності* особистості.

Зважаючи на це, однією з дослідницьких задач була емпірична перевірка зв'язку розвитку суб'єктних якостей молоді з роботою тих соціально-психологічних та внутрішньоособистісних психологічних процесів, які актуалізуються у молоді під час війни. До уваги взято такий психодіагностичний інструментарій: для дослідження вираженості механізмів соціалізації в економічній сфері використано розроблену нами на основі семантичного диференціалу методику (див. п. 2.1), а для з'ясування внутрішньоособистісних та соціально-психологічних ефектів їх впливу було взято опитувальник суб'єктності (О. М. Волкова, І. А. Серьогіна) [19], методику діагностики інтерсуб'єктності (М. Наконечна, 2019) [74] та тест на загальну схильність до підприємництва GET2test (С. Кейрд і К. Джонсон).

Для з'ясування впливу виокремлених психологічних механізмів на розвиток суб'єктних якостей особистості молоді людини як показника економічної соціалізованості проаналізуємо результати регресійного аналізу.

Найбільший внесок у розвиток показників суб'єктності особистості чинять переважно когнітивні і ціннісні механізми, зокрема такі:

1. *На економічну активність* особистості впливають ціннісні орієнтації на якість товару та репутацію виробника ($\beta = .672$), зворотним чином впливають сумніви в собі і відсутність зовнішніх опор за умови прийняття ризикованих рішень ($\beta = -.515$) та прямо зумовлює когнітивний механізм виваженого рішення на основі порівняння, критичного мислення і усвідомлення власних пріоритетів ($\beta = .459$).

2. *На розвиток свободи економічного вибору та відповідальність за нього* впливає виважене рішення на основі порівняння, критичного мислення і усвідомлення власних пріоритетів ($\beta = .753$) та заважають орієнтації на якість товару й репутацію виробника ($-.616$).

3. *Розвиток власної унікальності* зумовлений переважно здатністю до виваженого рішення на основі порівняння, критичного мислення та усвідомлення власних пріоритетів ($\beta=.809$), наявністю орієнтації на якість товару та репутацію виробника ($\beta=.709$) і не корелює із сумнівами в собі та пошуком зовнішніх опор за умови прийняття ризикованих рішень ($-.671$);

4. *Саморозвиток* залежить від виваженого рішення на основі порівняння, критичного мислення й усвідомлення власних пріоритетів ($\beta=.740$).

Як бачимо, в розвиток особистісної суб'єктності вирішальний внесок роблять когнітивно-оцінні (порівняння, розвиток критичного мислення і усвідомлення власних ціннісних пріоритетів) процеси.

Найбільший внесок у розвиток таких показників інтерсуб'єктності особистості, як *розуміння людей та особистого натхнення*, а також *здатності чути інших і бути почутим* чинить тільки один механізм – орієнтація на якість товару та репутацію виробника ($\beta=.600$). Це свідчить про значущість взаємного ціннісного ставлення споживачів і виробників товарів та послуг для процесу розвитку інтерсуб'єктних якостей молоді.

Наостанок проаналізуємо зв'язок вираженості складових загальної схильності молоді до підприємництва (тест на загальну схильність до підприємництва GET2test) з психологічними механізмами економічної соціалізації. Нами виявлено суттєвий внесок таких механізмів на показники підприємливості.

Такий компонент загальної схильності до підприємництва, як *потреба в досягненнях (подальшому розвитку)*, істотно визначається механізмами запобігання матеріальній скруті (заощадження і контроль витрат ($\beta=.890$)) та соціально-психологічними механізмами пошуку зовнішніх опор (орієнтація на батьківський досвід заробітку і прийняття ризикованих економічних рішень ($\beta=.763$); слідування престижним тенденціям та досвідові інших ($\beta=.677$)). Очевидно, що такі ознаки вмотивованості в досягненнях української молоді, як орієнтація на майбутнє, оптимістичний світогляд, сильна орієнтація на задачу, орієнтація на результати стосовно себе та інших, є дієвими ресурсами для

задоволення базових економічних потреб та механізмами соціально-психологічної взаємодії.

Потреба в незалежності/автономії задовольняється переважно через когнітивні механізми – прийняття виваженого рішення на основі порівняння, критичного мислення і усвідомлення власних пріоритетів ($\beta=.980$), економічної рефлексії ($\beta=.752$), випереджаючого прогнозування (порівняння можливостей зі спроможностями) ($\beta=.658$), ідентифікації з успішною і морально поміркованою людиною ($\beta=.564$). Отже, центральні механізми розвитку самосвідомості (рефлексії та ідентифікації) сприяють розвитку самостійності та автономії молоді людини.

Схильність до творчості (творчі здібності/нахили) розвивається під впливом механізмів прийняття фінансово грамотного рішення через співставлення вигод/втрат і балансування ($\beta=.761$), але поза запобіганням матеріальній скруті: заощадження і контроль витрат ($-.763$), орієнтації на батьківський досвід заробітку і прийняття ризикованих економічних рішень ($-.538$). Таким чином механізми розвитку гнучкості й балансування в процесі прийняття економічних рішень і орієнтація в моменті чинять провідний вплив на креативність в економіці.

Рефлексивні механізми прямо забезпечують розвиток *уміння йти на розумний (зважений) ризик*, і це уміння цілковито залежить від здатностей до економічної рефлексії ($\beta=.899$) та випереджаючого прогнозування (порівняння можливостей зі спроможностями) ($\beta=.870$).

Вольові складові підприємливості (*цілеспрямованість та рішучість*) зумовлені самостійністю і чесністю ($\beta=.971$), усвідомленим цілепокладанням й осмисленим ставленням до підприємництва ($\beta=.865$) та здатністю до виваженого рішення на основі порівняння, критичного мислення й усвідомлення власних пріоритетів ($\beta=.656$), але обернено пов'язані із сумнівами в собі і пошуком зовнішніх опор за прийняття ризикованих рішень ($-.776$). Отже, включення когнітивних процесів самостійного, співвіднесеного з нормами моралі, прийняття осмисленого економічного рішення та мотиваційні

механізми формування цілей економічної діяльності забезпечують розвиток вольових якостей суб'єкта економічної діяльності.

Примітним є підтвердження припущення про розгортання дії механізмів економічної соціалізації за принципом ізоморфності: інтелектуальні, рефлексивні функції суб'єкта економічних рішень прямо зумовлені дією рефлексивних механізмів, а вольові складові підприємливості цілковито залежать від розвиненості мотиваційних механізмів економічного цілепокладання.

Отже, нами емпірично показано детермінуючу роль когнітивно-оцінних (порівняння, розвитку критичного мислення і усвідомлення власних ціннісних пріоритетів) процесів у розвитку суб'єктності молоді в економічній сфері, які діють переважно за принципом ізоморфізму.

Суб'єктом економічної соціалізації, з точки зору науковців щодо основних ознак суб'єкта, слід вважати особистість, якісна своєрідність якої полягає у здатності самостійно і творчо покладати себе в якості причини свого економічного буття на основі свідомого, рефлексивного та активно-перетворюючого ставлення до дійсності.

Основною характеристикою суб'єкта виступає самодетермінація цілей, в основі якої лежить пошук функціональності (сенсу) існування, а механізмом виникнення функції та цілі – рух відповідальності. Суб'єктність економічної соціалізації нами розглядається 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.

3.2. Ідентичність як інтраособистісний ефект актуалізації психологічних механізмів економічної соціалізації молоді

Проблема економічної ідентичності особливо актуальна нині, коли українське суспільство переживає кризові процеси соціально-економічних перетворень, у зв'язку з бойовими діями на території нашої країни. Ідентичність є тим психічним ядром, центром, який здатний організувати

довкола себе все життя людини. Криза ідентичності, її втрата чи несформованість можуть призвести до складних психічних порушень, соціальної дезадаптації, міжособистісних конфліктів у взаєминах.

Економічна ідентичність передбачає усвідомлення (оцінювання, переживання та стосунки) своєї тотожності з конкретною соціально-економічною групою власників, визначеність якої залежить від змісту економічних уявлень людини та міри їх диференційованості.

Юнацький вік є переходом до дорослого життя, саме тому цей віковий етап включає внутрішні протиріччя, які мають сприяти трансформації особистості, її розвитку. У ранньому юнацькому віці, на думку сучасних дослідників, економічна ідентичність розглядається як соціально-психологічний конструкт адаптації учнів до нових правил поведінки, що діють в близькому для них середовищі. Суть такої адаптації полягає в здатності старшокласників створювати образ «Я» економічної людини, економічно ототожнюючи свою поведінку з поведінкою авторитетної для них особистості.

Економічна ідентичність формується в результаті процесу економічної соціалізації. Аналізуючи дані досліджень, присвячених питанню економічної соціалізації, можна назвати основні детермінанти, які впливають на становлення економічної ідентичності:

- вплив первинних груп (сім'я та найближче дружнє оточення) та груп безпосереднього контактного спілкування (група однолітків, шкільний клас);
- особистий досвід поводження з грошима та включення до реальної економічної діяльності;
- соціалізація в умовах економічної кризи;
- заданий культурний контекст становлення особистості.

Для визначення структурних особливостей механізму економічної ідентичності старшокласників нами було проведено відповідне емпіричне дослідження у рамках виконання науково-дослідної теми лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України «Психологічні механізми економічної соціалізації молоді в

умовах трансформації суспільства» (2022-2024 рр., номер державної реєстрації 0122U000296).

На основі емпіричного дослідження (аналізу результатів розробленої нами анкети «*Інститути економічної соціалізації та її механізми*») визначено, що серед інститутів економічної соціалізації старшокласників головним є «сім'я» (58,5% досліджуваних). Другу і третю позиції посідають відповідно мережа «Інтернет» (36,8%) та «неформальні об'єднання» (2%).

У нашому дослідженні вперше виявлено мережу «Інтернет» як важливий інститут економічної соціалізації. Варіантність відкритого та доступного інтернет-простору містить багато можливостей для розвитку особистості та ризиків, пов'язаних з необхідністю самостійно орієнтуватися в інформаційних потоках, інтерпретувати контент, комунікувати в онлайн-спільнотах, ухвалювати відповідальні економічні рішення.

Результати дослідження показали, що провідним психологічним механізмом економічної соціалізації старшокласників є економічна ідентичність (37,5%), на другому та третьому місці відповідно копіювання (22,3%) та навіювання (15,7%).

Період ранньої юності співвідноситься з етапом інтенсивного формування економічної ідентичності особистості, при конструюванні якої юнаки та дівчата стикаються з новими викликами та освоюють нові економічні ролі. У цьому зв'язку набувають актуальності дослідження, присвячені проблемі формування особистості у процесі економічної соціалізації.

У межах нашого дослідження економічна ідентичність розуміється як динамічний комплекс когнітивних і ціннісних характеристик особистості, сформованих через ототожнення людиною себе з економічними ролями та статусами, властивими соціальним спільнотам, до яких вона відчуває свою приналежність. Економічна ідентичність є результатом економічного самовизначення особистості в процесі економічної соціалізації.

Особливість економічної ідентичності сучасного старшокласника полягає в тому, що його співвіднесення себе з тією чи іншою групою відбувається також в онлайн-середовищі через доступну онлайн-взаємодію.

Мета емпіричного дослідження полягала у визначенні структурних особливостей механізму економічної ідентичності старшокласників і на цій основі побудувати «психологічний портрет» старшокласника в аспекті економічної ідентичності.

У дослідженні економічної ідентичності старшокласників взяли участь 90 старшокласників НВО «Звитяга» (м. Біла Церква, Київська обл.) віком від 16 до 17 років. Серед них: 56% складають юнаки, 44 % – дівчата.

Особливості обраної соціальної групи: провідною діяльністю є навчальна діяльність; до економічних особливостей можна віднести пасивну включеність в економічні процеси; недостатньо розвинені навички самостійного розпорядження фінансовими та матеріальними ресурсами; залежність від зовнішнього джерела ресурсів (батьки); посилення тенденції до самостійності; формування уявлень про майбутню економічну діяльність.

Для дослідження особливостей економічної ідентичності старшокласників застосовано комплекс психодіагностичних методик. Зокрема: *авторська анкета І. Зубіашвілі «Інститути економічної соціалізації та її механізми»; тест «Хто я?» (М. Куна, Т. Макпартленда), методика «Вимір економіко-психологічних характеристик особистості» (модифікація методики О. Никоненко), проєктивна методика «Незавершені речення», «Методика дослідження уявлень про економічно успішну людину» (Ю. Пачковського).*

Методика «Хто Я?» (М. Куна, Т. Макпартленда). Досліджуваний повинен протягом 12 хвилин дати двадцять різних відповідей на запитання «Хто Я такий?». Відповіді слід давати в тому порядку, в якому вони спонтанно виникають. Потім він повинен оцінити кожен як позитивну (+), негативну (-), неоднозначну (+-) або поставити знак того, що він утруднюється в оцінці якостей.

За кількістю відповідей можна непрямо судити про рівень рефлексії особистості. Що більше відповідей дано за певний час, то рівень рефлексії вище. Тест використовується для вивчення змістовних характеристик ідентичності особистості. Запитання «Хто Я?» на пряму пов'язане з характеристиками власного сприйняття людиною самої себе, тобто з її образом «Я» або концепцією. Результати цієї методики допоможуть виявити, які ідентичності переважають у кожного учня, визначити, наскільки розвинені мислення та емоційна сфера особистості, а також виявити вміння, які вже переважають у кожного учня.

Результати дослідження за методикою «Хто я?» (М. Куна, Т. Макпартленда) дали змогу виявити такі види ідентичності, що переважають у старшокласників.

Практично у всіх старшокласників виражена ідентичність «Соціального Я» (95%). Найчастіше у респондентів проявляються такі показники: пряме означення статі (є такі ролі, як дівчина, юнак), сімейні ролі (донька, син, сестра, брат) і групова роль (члена суспільства). Це може вказувати на те, що ці соціальні статуси є значущими, а також визначають важливість належності до тієї чи іншої групи людей. І лише у 5% учнів ідентичність «Соціального Я» відсутня, це може вказувати на те, що учні не готові до виконання тієї чи іншої соціальної ролі, у них наявна проблема зі спілкуванням з іншими людьми, також, можливо, існує криза ідентичності особистості.

Аналізуючи ідентичність «Комунікативного Я», можна побачити, що у 75% учнів встановлена ця ідентичність. Це вказує на те, що респонденти легко знаходять спільну мову та є досить комунікабельними. Отже, учні добре можуть виконувати роль друга. У останніх учнів (25%) відсутня ця ідентичність, що є наслідком низького рівня спілкування та активності.

Ідентичність «Матеріального Я» виявлена у 30% респондентів. Цей результат вказує на те, що ці учні усвідомлюють свою відповідальність за матеріальні блага. Останні 70% респондентів не надають їм особливої важливості. Отже, учні досить погано усвідомлюють свою роль в економічній

сфері, і варто звернути їхню увагу на формування таких соціальних ролей, як: споживач, виробник, власник, підприємець, інвестор, трейдер, продавець, покупець тощо.

Наступна ідентичність «*Фізичне Я*» виявлена у 75% учнів. Її переважання пов'язане з усвідомленням свого тіла в системі особистісного самопізнання. Учні відмітили аспекти соціальних ролей, пов'язаних з фізичними даними, зовнішністю, пристрастями в їжі та шкідливими звичками. Наприклад, привабливий, неповнолітній, худорлявий, приємний. У останніх досліджуваних цей показник недостатньо розвинений або знаходиться в процесі самоусвідомлення.

Ідентичність «*Діяльного Я*» переважає у 65% учнів. Ця ідентичність пов'язана зі здатністю зосередитися на собі, зваженістю вчинків, а також з умінням працювати зі своєю тривогою та зберігати емоційну стійкість. Учнями були згадані такі показники соціальних ролей, як: заняття, інтереси, захоплення, самооцінка своїх здібностей, навичок, умінь та знань. Наприклад, самостійний, амбітний, кмітливий, цілеспрямований, люблю котів, добре роблю подарунки та сюрпризи тощо. У 35% учнів відсутність цієї ідентичності може свідчити про низькі емоційно-вольові здібності, що проявляється в неготовності проявляти себе в будь-якій сфері діяльності.

Наступна ідентичність «*Перспективного Я*» виявлена у 45% досліджуваних. Це означає, що учні думають про своє майбутнє та прагнуть досягнути поставлені цілі. Були вказані такі соціальні ролі, як: хочу допомагати сім'ї, хочу створити щось важливе, багато бажань, хочу бути більш відповідальним і пунктуальним. У останніх (55%) на цей момент відсутнє цілісне уявлення про своє майбутнє.

І остання ідентичність «*Рефлексивного Я*» проявляється практично у всіх учнів (95%), вона вказує на те, що учні є різносторонніми особами та усвідомлюють свою унікальність у суспільстві. Учні мають добре розвинену персональну ідентичність, оскільки часто вказували на такі показники соціальної ролі, як: особистісні якості, особливості характеру, персональні

характеристики, емоційне ставлення до себе (товариський, нетерплячий, красивий, овен, козеріг, креветка, щирий, відповідальний, запальний, різнобічний). Також про рівень рефлексивності можна судити за кількістю відповідей. Слід зазначити, що людина з більш розвиненим рівнем рефлексії дає у середньому більше відповідей, ніж з менш розвиненим уявленням про себе. При діагностиці було виявлено 15% учнів з кількістю відповідей нижче за норму, що вказує на їхні менш розвинені уявлення про себе.

При підрахунку розставлених знаків можна проаналізувати такі характеристики: самооцінка ідентичностей, врівноваженість емоційних переживань і здатність переносити внутрішні невизначеності. Розглянемо першу характеристику (самооцінку), що представлена на рис. 3.2.1.

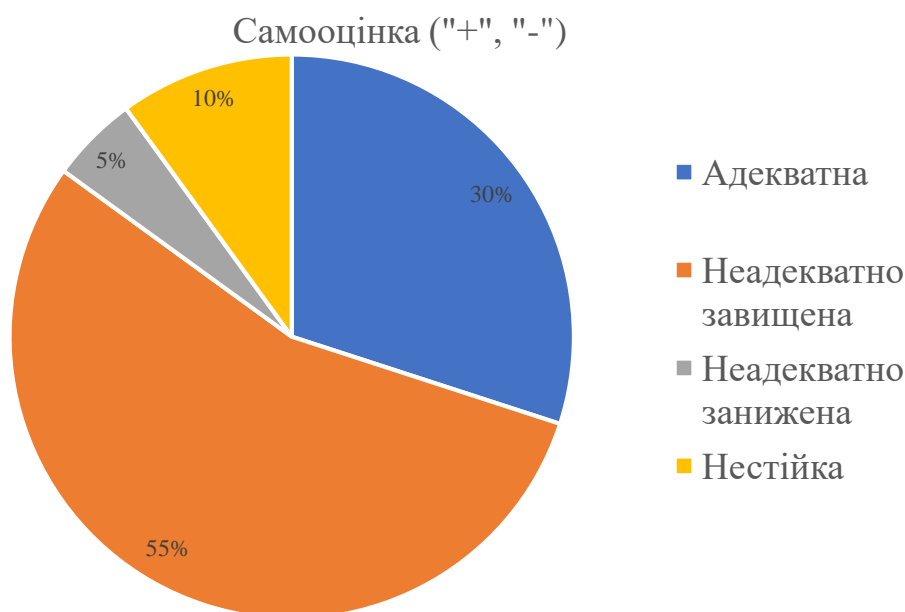


Рис. 3.2.1. Самооцінка ідентичностей старшокласників (за методикою «Хто я?» М. Куна, Т. Макпартленда)

Самооцінка – це емоційно-оціночна складова Я-концепції, яка відображає ставлення до себе в цілому або до окремих сторін своєї особистості.

У половини респондентів (55%) спостерігається неадекватно-завищена самооцінка, тобто людина зазначає, що у неї немає недоліків або їхня кількість

досягає 15% (від загального числа «+» та «-»). Ці учні ставлять собі вищі цілі, ніж які можуть реально досягти. *Неадекватно-завищена* самооцінка характеризується нездатністю приймати на себе відповідальність за свої невдачі. У 30% досліджуваних виявлено адекватну самооцінку, яка характеризується здатністю реалістично оцінювати свої переваги та недоліки. *Неадекватно-занижена* самооцінка проявляється у 5% учнів, у яких підвищується критичність стосовно своїх дій та відбувається недооцінка себе як суб'єкта. І *нестійка* самооцінка виявлена у 10% учнів. Такий показник не може тривати довго, він є нестійким та дискомфортним.

Розглянемо другу характеристику – *«врівноваженість емоційних проявів»*, що представлена на рис. 3.2.2.

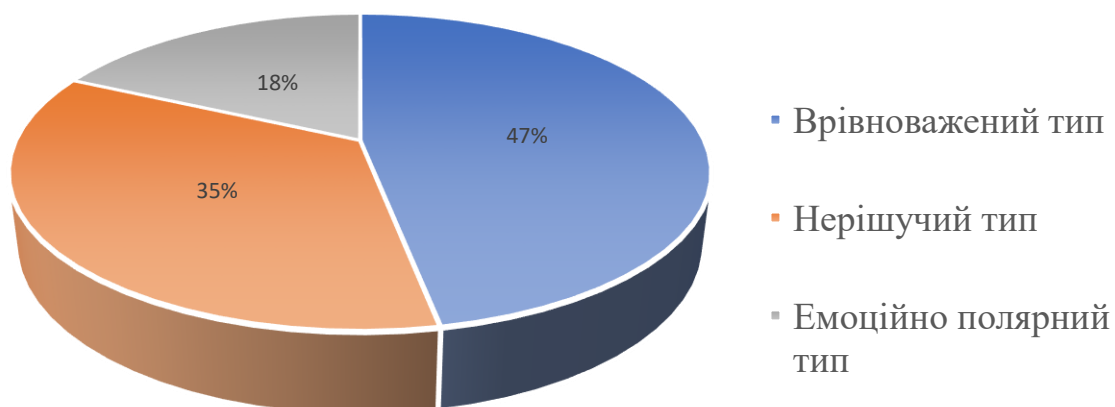


Рис. 3.2.2. Врівноваженість емоційних проявів («+/-»)

Можна умовно виокремити людей *урівноваженого, нерішучого та емоційно-полярного* типу.

До *врівноваженого* типу належить майже половина досліджуваних (47%). Цей тип характеризується великою стійкістю до стресів і толерантним ставленням до недоліків інших людей. У 35% досліджуваних проявляється *нерішучий тип* особистості. Можливо, ці старшокласники переживають певну кризу у своєму житті, також це може свідчити про нерішучість як рису характеру. Для людей *емоційно-полярного* типу характерні максималізм в оцінках та різкі перепади емоційного стану. До цього типу належить менша частина учнів (18%).

Проаналізуємо третю характеристику (***здатність переносити внутрішні невизначеності***) (рис. 3.2.3).

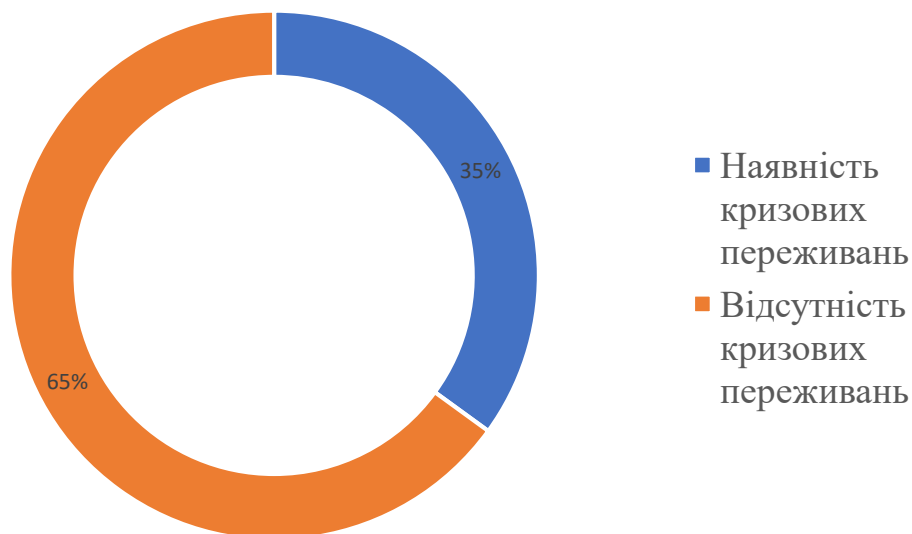


Рис. 3.2.3. Здатність переносити внутрішні невизначеності

Для 35% досліджуваних характерні кризові переживання, це свідчить про здатність переносити ситуацію внутрішньої невизначеності та готовність до змін у житті. Відсутність кризових переживань спостерігається у більшості учнів (65%), що є нейтральним показником.

Встановлення економіко-психологічних характеристик здійснювалось за методикою «Вимір економіко-психологічних характеристик особистості» (модифікація методики О. Никоненко).

На основі результатів дослідження **економіко-психологічних характеристик** особистості можна виокремити таке. За першим параметром «Уявлення про свої можливості в економічній сфері» більшість учнів (60%) показали досить високі результати. Це вказує на те, що більша частина досліджуваних усвідомлює свою значущість в економічній сфері та готова прийняти такі економічні ролі, як: споживач, виробник, продавець, покупець тощо.

Учні переважно відзначають своє бажання бути власником, це означає, що вони готові бути у ролі власника, критерій оцінюється в середньому як 0,8 (сильне бажання).

Більшість респондентів загалом оцінюють своє бажання йти на економічний ризик як досить високе (0,8). Водночас нині заради підвищення доходів опитувані не готові йти на економічний ризик, а оптимальна міра готовності до ризику має вищі бали, ніж у реальності.

Інтерес до економіки нашої країни нейтральний (0). Це можна пояснити тим, що респонденти не мають надії на діяльність в економіці країни в загальному плані. Оскільки інтерес перебуває на нейтральному рівні, то й усвідомлення майбутньої реалізації ролей в учнів в економічній сфері відсутнє.

Оцінка респондентами суб'єктивної міри значущості грошей є досить високою (1,55). Загалом для всіх опитаних респондентів гроші є досить значущими. Але виникає протиріччя – незважаючи на те, що учні високо оцінюють значення грошей, вони абсолютно не вміють використовувати кошти за призначенням та мають погане уявлення про роль грошей в особистому та суспільному житті.

При розгляді питання про ставлення інших людей до багатих людей більшість респондентів вважають, що це ставлення на середньому рівні. А особисте ставлення до багатих і заможних людей в цілому оцінюється вище –

0,5 (середнє значення). Що стосується ставлення до бідних, то спостерігається та ж тенденція, коли уявлення про ставлення інших до бідних нижче, ніж особисте ставлення.

Серед досліджуваних спостерігається також значний рівень *ділової активності* (0,55). Це вказує на те, що учні мають активну життєву позицію, виявляють ініціативу у певних ситуаціях. Отже, у них варто розвивати ролі організатора, діяча, виконавця та лідера.

Так, за результатами цієї методики можна дійти висновку, що учні усвідомлюють свою значущість в економічній сфері і готові прийняти певні економічні ролі, але не вміють повноцінно використовувати та реалізовувати їх по відношенню до себе, також вони виявляють активну ділову позицію та ініціативу (тому варто розвивати ролі організатора, діяча, лідера та виконавця), інтерес до економіки країни відсутній, також більшість хоче бути в ролі власника і готова йти на економічний ризик.

Аналіз результатів, отриманих за *«Методикою дослідження уявлень про економічно успішну людину» (Ю. Пачковського)* показав рейтинг чинників економічного успіху для опитуваних. 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%).

Для опитуваних характерна пріоритетність власне економічних показників економічного успіху (бізнес, капітал, нерухомість тощо) над психологічними (спілкування, задоволеність).

За уявленнями старшокласників, 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.

Отже, економічній ідентичності старшокласників характерна пріоритетність власне економічних показників економічного успіху (бізнес,

капітал, нерухомість тощо) над психологічними (спілкування, задоволеність від володіння отриманими благами).

За допомогою проєктивної методики «*Незавершені речення*» досліджувались такі категорії, як: «економічний статус», «гроші», «багатство», «бідність», «дохід» та ін.

Уявлення про *економічний статус* складається із таких категорій: соціальна роль (наприклад, учень, студент, фахівець, платник податків), спосіб доходу (стипендія, залежність від батьків тощо), невдоволеність та задоволеність економічним статусом, уявлення не сформовано.

Статистично значущі відмінності за гендерною ознакою (непарний t-критерій Ст'юдента) було виявлено у висловлюваннях стосовно способу доходу ($t = 2,3$; $p = 0,03$).

За результатами опитування, описуючи свій економічний статус, дівчата частіше співвідносять його зі способом доходу, а юнаки – із соціальною роллю (27%) та невдоволеністю фінансовим становищем (26%). У дослідженні виокремилася група молоді, у якої уявлення про своє місце в економічних відносинах поки не сформовано. До того ж у юнаків цей показник зустрічається частіше (20 %), ніж у дівчат (6 %).

Як юнаки (84 %), так і дівчата (88 %) оцінюють свій дохід на середньому рівні. Однак юнаки (16 %) частіше, ніж дівчата (8 %), оцінюють себе як «бідних». Матеріальним становищем «швидше задоволені» 44 % юнаків і 32 % дівчат. Усі респонденти планують у майбутньому підвищити свій дохід.

Уявлення про *гроші* молоді можна описати такими категоріями: символи (наприклад, державний знак, цінні папери), засіб оплати, матеріальні блага/можливості, показник статусу/розвитку, позитивні та негативні характеристики. Статистично значущі відмінності встановлено у висловлюваннях, що відображають негативне ставлення до цієї економічної цінності ($t = 2,28$; $p = 0,03$).

В основному молодь (41 % юнаків та 45 % дівчат) сприймають гроші як матеріальні блага (їжа, одяг, відпочинок тощо). Отже, загалом сучасній молоді

властиве позитивне ставлення до грошей, проте юнаки більшою мірою схильні бачити в них і негативну складову.

Бідність в уявленнях молодих людей пов'язана зі складністю існування (37 % юнаків і 41 % дівчат) і описується за допомогою негативних емоцій та характеристик (32 % юнаків і 39 % дівчат) – «стан нужди і голоду, що супроводжується станом депресії, апатією, пов'язаний з духовною бідністю» тощо.

Уявлення про багатство молоді визначають такі категорії: показник матеріального стану, позитивні та негативні емоції, можливості/матеріальні блага, створення сім'ї. Показово, що саме визначення багатства як можливості створення сім'ї є більш актуальним для дівчат ($t = 2,94$; $p = 0,04$), а більше позитивних емоцій феномен «багатство» викликає у юнаків ($t = 2,9$; $p = 0,004$).

Власність в уявленнях молоді тісно пов'язана з матеріальними цінностями (52 % юнаків та 56 % дівчат) і правом володіння (31 % и 21 %). Поняття «власність» як юридична категорія сформувалося в економічній свідомості сучасної молоді.

Отже, *результати вивчення психологічних особливостей економічної ідентичності старшокласників* показали, що економічна ідентичність в ранньому юнацькому віці характеризується суперечностями з наявністю внутрішнього конфлікту.

Виявлено протиріччя – незважаючи на те, що учні високо оцінюють значення грошей, вони не вміють використовувати кошти за призначенням та мають погане уявлення про роль грошей в особистому та суспільному житті.

Для економічної ідентичності старшокласників характерна пріоритетність власне економічних показників економічного успіху (бізнес, капітал, нерухомість тощо) над психологічними (спілкування, задоволеність від володіння отриманими благами).

Соціальні стереотипи, що входять до структури економічної ідентичності, у сфері оцінки економічної діяльності людини мають суперечливий і конфліктний характер.

У старшокласників переважає ідентичність «Соціального Я», що свідчить про готовність виконувати соціальні ролі, у тому числі й економічні. Але не всі учні усвідомлюють свою роль в економічній сфері, і варто звернути їхню увагу на формування таких економічних ролей, як: споживач, виробник, власник, підприємець, вкладник, інвестор, трейдер, продавець, покупець тощо.

У структурі економічної ідентичності існує тенденція до перебільшення труднощів у задоволенні потреби матеріальної забезпеченості та стабільності.

Старшокласники позитивно ставляться до економіки країни, але у них відсутній інтерес до неї – це можна пояснити тим, що респонденти не мають надії на діяльність в економіці країни в загальному плані через бойові дії на її території та соціально-економічну кризу.

У старшокласників недостатньо активізовані особистісні характеристики, пов'язані з економічною ідентичністю, необхідні для розуміння економічних процесів.

У економічній ідентичності сучасної учнівської молоді простежується певна категоріальна структура, що описує своєрідність уявлень, ставлення і настановлення до цих елементів економічної активності. Встановлено, що уявлення дівчат характеризується більш вираженим ціннісно-смісловим значенням, ніж юнаків.

За результатами дослідження у старшокласників не виявлено ознак кризи економічної ідентичності.

3.3. Механізми формування економічної автономії студентської молоді

Економічна автономія студентської молоді є одним із головних показників їхньої соціальної адаптації та інтеграції в доросле життя. Вона включає здатність самостійно керувати фінансами, ухвалювати відповідальні економічні рішення та ефективно використовувати наявні ресурси. У сучасному глобалізованому світі, де економічні умови постійно змінюються, формування

економічної автономії стає надзвичайно важливим для забезпечення фінансової стабільності та стійкості молодих людей.

Як ми відмічали вище, економічна соціалізація молоді відбувається через взаємодію з різними соціальними інститутами, зокрема такими як сім'я, школа, заклад вищої освіти, робота, соціальне оточення, медіа тощо. Значна кількість дослідників вказує, що економічна соціалізація є складним процесом, який включає засвоєння економічних ролей та норм поведінки соціального середовища, у якому перебуває молодь.

Економічна автономія передбачає здатність молодої людини самостійно забезпечувати свої фінансові потреби без залежності від батьків, державної підтримки або інших зовнішніх джерел. Це включає стабільний дохід, управління особистими фінансами та можливість задовольняти основні матеріальні потреби (Lusardi & Mitchell, 2014) [156]. Ми можемо відмітити цей феномен як автономія молоді. Mandell & Klein (2009), розглядаючи автономію молоді в економічному контексті, зазначають, що вона включає вміння приймати самостійні фінансові рішення, аналізувати економічні ситуації та адаптуватися до змін у економічному середовищі. Це сприяє розвитку критичного мислення та відповідальності (Mandell & Klein, 2009) [157]. Формування економічної автономії студентської молоді може відбуватися за допомогою різних механізмів та чинників. Серед них можна виділити такі:

Фінансова освіта – надання молоді доступу до фінансової освіти та навичок управління грошима допомагає їм розуміти принципи економічної самостійності, вчити їх планувати бюджет, зберігати та інвестувати гроші (Mandell & Klein, 2009) [157].

Менторство та підтримка – наявність ментора або підтримки від батьків, родини чи спільноти може сприяти розвитку економічної автономії молоді, шляхом надання порад, підтримки та можливості для економічного розвитку.

Робочий досвід – здобуття робочого досвіду через роботу, стажування або підприємництво допомагає молоді розвивати навички та здібності, необхідні

для досягнення економічної автономії під час навчання у закладі вищої освіти, проходження різних стажувань, волонтерства тощо.

Підприємницька діяльність – розвиток підприємницьких здібностей та запуск власного бізнесу може стати шляхом до економічної автономії, надаючи можливість контролювати власні доходи та ресурси.

Доступ до фінансових послуг – забезпечення доступу молоді до банківських послуг, кредитів за низькими ставками, страхування та інших фінансових інструментів сприяє їхній економічній незалежності та автономії.

Взаємодія з іншими через тренінги, навчальні спільні програми є важливим та найбільш популярним серед молоді механізмом отримання фінансової грамотності, досягнення економічної автономії. У середовищі, де молоді люди взаємодіють з іншими, відбувається обмін досвідом та знаннями, що сприяє підвищенню самооцінки та економічної самостійності. Групові навчальні програми та тренінги з фінансової грамотності, де учасники можуть ділитися своїми знаннями та досягненнями, ефективно підвищують рівень самооцінки і мотивацію до економічної активності (Hirschi, 1969) [147].

Підготовка до набуття статусу економічної автономії в сім'ї. Сім'я є найпершим і найважливішим соціальним інститутом, в якому має відбуватися підготовка особистості до набуття статусу економічної автономії, починаючи з дитинства і закінчуючи періодом, коли цей статус дитиною дійсно буде досягнутий. Ця місія лежить на плечах батьків, задіюючи психологічні механізми виховання та соціалізації. Саме в сім'ї людина отримує знання, які необхідні для подальшої інтеграції у суспільство, оскільки вона виступає як виховний осередок, зв'язок з яким особа підтримує все своє життя. Це первинна ланка суспільства, яка пов'язана з економічним життям країни в цілому.

Сім'я виступає базовим інститутом економічної соціалізації, починаючи з етапу дошкільного дитинства. Саме тут дитина отримує перші економічні знання, пізнає співвідношення понять «робота» та «гроші», призначення останніх та їх використання. Чим доросліші діти, тим активніші вони у вирішенні багатьох економічних питань: складанні сімейного бюджету, облаштуванні квартири, купівлі необхідних речей тощо.

Серед чинників, що зумовлюють вибір батьками засобів економічної соціалізації дітей, дослідники виділяють:

- економічну поведінку батьків, стиль сімейного виховання, зміст спілкування з дитиною з приводу економічних процесів, соціально-економічний стан родини;
- вплив засобів масової інформації і соціальних мереж;
- наявність у батьків спеціальної економічної освіти і виховання [69, с. 366-375].

Основними механізмами стихійної економічної соціалізації дітей в сім'ї є спостереження та наслідування економічної поведінки батьків, батьківські настановлення щодо грошей. Спостерігаючи економічну поведінку батьків, дитина намагається відтворити основні її форми: споживчу, коли йде в магазин за невеликими покупками, зберігаючи, коли складає гроші, які їй дають батьки, у скарбничку тощо. Дослідниками встановлено, що психічні відхилення на ґрунті грошей (патологічна скнарість, марнотратність, пристрасть до азартних ігор, kleptomania, нав'язливе бажання робити покупки, необмежений шопінг тощо) беруть свій початок з сімейних проблем.

Ініціативність, інноваційність, здатність до виваженого ризику, водночас раціональне мислення, рефлексивність, вміння і здатність будувати свій бюджет, бути ощадливим, контролювати витрати тощо – усі ці ознаки підприємливості та економічної автономії беруть свій початок з простору сучасної сімейної економічної культури. О. Новосядла [77] у своєму дослідженні емпірично доводить, що сімейна система чинить вирішальний вплив на економічну соціалізацію дитини.

Більшу частину знань про планування бюджету, заощадження та витрати діти дізнаються від батьків, спостерігаючи за тим, як усі ці процеси відбуваються у їхній сім'ї. З раннього дитинства вони вже повинні в єдності з моральною освітою опанувати основи економічних знань і практичних умінь у доступній формі. Сім'я, починаючи з раннього етапу розвитку дитини, може сприяти засвоєнню елементарних економічних понять, поглядів, зразків економічної поведінки, освоєнню соціальних ролей, навичок, цінностей,

засвоєнню дитиною соціальних норм, формуванню базових економіко-психологічних якостей особистості та набуттю економічного досвіду.

Сім'я транслює дитині притаманні їй переконання, сценарії та атитюди, які дитина екстраполює на подальший контекст свого соціального життя [25, с. 195]. Саме батьки як найперші агенти соціалізуючого впливу для дітей є джерелом ціннісного змісту економічної автономії, формування фінансової та монетарної поведінки. Засвоєння молодими людьми основ економічної культури та отримання досвіду економічної соціалізації у своїх батьківських родин дає змогу старшому поколінню передати набуті економічні цінності та сприяти вдалій економічній соціалізації й автономії підростаючого покоління.

Зазначені механізми формування економічної автономії студентської молоді можуть працювати разом або окремо, сприяючи формуванню економічної автономії молоді, покращенню її фінансового стану та незалежності.

Економічна автономія молоді неможлива без розвитку економічної свідомості. Адже вона є її фундаментом, оскільки забезпечує необхідні знання, впевненість та навички, що допомагають молодим людям самостійно управляти своїми фінансами, адаптуватися до економічних умов та їх швидких змін. Економічна свідомість включає в себе глибоке розуміння основних економічних концепцій та фінансових принципів, що є особливо важливим для фінансової грамотності, здатності до прийняття обґрунтованих економічних рішень, зміцнення психологічної впевненості; самореалізації та підвищення відчуття самоцінності, що включає і самоставлення; соціальної адаптації та підвищення рівня економічної культури. Фінансово грамотні люди здатні ефективно управляти своїми грошима, планувати бюджет, робити заощадження та інвестувати (Lusardi & Mitchell, 2014) [156]. Це своєю чергою сприяє економічній автономії, оскільки дозволяє уникати фінансових труднощів та боргів.

Економічно свідомі молоді люди краще адаптуються до соціально-економічних умов, швидше знаходять роботу та ефективніше використовують

наявні ресурси, що сприяє їхній інтеграції в суспільство та підвищує загальну економічну стабільність.

Здійснюючи теоретико–методологічний аналіз досліджень, ми вважаємо, що самооцінка та її розвиток є критично важливими для економічної автономії молоді як з точки зору суб'єктності, так і інтерсуб'єктності. У парадигмі суб'єктності висока самооцінка сприяє автономії, активності та здатності до саморегуляції. У парадигмі інтерсуб'єктності самооцінка зміцнюється через соціальну підтримку, колективне навчання та інституційну підтримку. Поєднання цих підходів забезпечує комплексний розвиток економічно автономної особистості (Bandura, 1977) [123], (Deci & Ryan, 1985) [134].

Однак розвиток самооцінки також потребує підтримки з боку соціальних інститутів, таких як школи, університети та державні програми. Вони можуть надавати ресурси та можливості для молоді, що допомагає їй розвивати фінансову грамотність і впевненість у своїх економічних рішеннях (Hira & Loibl, 2008) [146].

На жаль, в Україні ще недостатньо розроблені програми досягнення молоддю економічної автономії, передусім підвищення фінансової грамотності студентської молоді як потенційних вкладників у розвиток і забезпечення стабільності суспільства. Як зазначає О. Тищенко, аналіз поточного стану в країні показує відносно низький ступінь знань з фінансових проблем серед громадян, що виявляється у використанні в основному простих банківських продуктів і послуг, незнанні власних прав як покупців фінансових послуг та загальній недовірі до банківських установ (Тищенко, 2017) [104].

Понад половина громадян України не займається проблемами прогнозування бюджету сім'ї і проводить затрати невідповідно, не замислюючись стосовно можливості формування заощаджень. Якщо заощадження і наявні, то тільки як залишки після задоволення поточних сімейних потреб (Бонд, Куценко, Лозинська, 2010) [7].

Лише 30 % громадян витрачають грошові кошти, які залишилися, на придбання споживчих товарів, тільки 10 % інвестують грошові кошти на вкладні рахунки в банківських установах і менше 1 % здійснюють вкладення в

капітальні інструменти. Варто зауважити також, що приблизно 40 % наших співвітчизників не мають банківських рахунків, через що не мають можливості скористатися бодай традиційними банківськими послугами. Решта громадян України – переважно використовують банківські послуги з переказу грошових коштів, сплати комунальних платежів, проведення операцій з банківськими платіжними картками, валюто-обмінними операціями, одержують банківські споживчі кредити і використовують платіжні термінали для переказу (Бонд, Куценко, Лозинська, 2010) [7].

Отже, фінансова грамотність, яку здобуває молодь через різні освітні програми, є важливим чинником для подальшої її автономії в ході економічної соціалізації.

Також для становлення економічної автономії наразі важливу роль має і соціально-економічний статус, який посідає родина у суспільстві. В Україні ще недостатньо таких досліджень, але у міжнародній практиці соціально-економічний статус є вагомим чинником для формування власної економічної автономії молоді, особливо студентської.

До соціально-економічного статусу відносять соціальне та економічне становище окремих осіб або сімей в суспільстві, охоплюючи такі різні параметри, як: дохід, рівень освіти батьків, професія та доступ до ресурсів і можливостей (Mistry, Benner, Biesanz, Clark, & Howes, 2010) [160].

Тому дослідження механізмів становлення економічної автономії в системі економічної соціалізації молоді є досить актуальним і на часі.

Для дослідження механізмів становлення економічної автономії в системі економічної соціалізації молоді було проведено дослідження «Психологічні чинники економічної автономії студентів» у рамках виконання науково-дослідної теми лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України «Психологічні механізми економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства» (2022-2024 рр., номер державної реєстрації 0122U000296).

Для збору необхідних даних нами було розроблено анкету, яку заповняли студенти напряму підготовки «Менеджмент» Національного авіаційного університету.

Розроблена анкета включала питання, спрямовані на дослідження рівня економічної автономії студента; вплив батьків на становлення економічної автономії та економічних компетенцій студентів; вплив закладу вищої освіти на становлення економічної автономії та економічних компетенцій студентів тощо.

Також використовувалась методика «Незавершені речення» (перевагою методики є гнучкість, можливість пристосування до різноманітних дослідницьких завдань) та шкали оцінок суб'єктивного економічного статусу респондентів, самооцінки та рефлексивні оцінки за шкалою «бідний – багатий», оцінки об'єктивного економічного статусу сімей.

Дослідження проводилося у 2023 році. Середній вік респондентів складав 18–20 років, сімейний стан – неодружений/неодружена. Охоплено у дослідженні було 68 студентів.

Більше половини респондентів (53%) тільки навчається, друга половина – навчається та постійно працює. Основна сфера зайнятості працюючих студентів – надання послуг населенню (адміністратори, водії, репетитори, няні, робітники кафе, ресторанів тощо).

На перше запитання «Що ви розумієте під економічною автономією?» були отримані такі відповіді: здатність самому забезпечувати задоволення своїх потреб – 37 %, фінансова незалежність – 20 %, здатність орієнтуватися в економіці та знаходити способи заробляти кошти для існування – 43 % (рис. 3.3.1).

Можна дійти висновку, що студенти усвідомлюють необхідність самим забезпечувати свої фінансові потреби.

На основі відповідей на запитання, чи володієте ви економічною автономією, то 60% опитаних зазначали, що не мають економічної автономії, але 95% з них хотіли б стати економічно незалежними, а 5% не замислювалися над цим питанням.



Рис. 3.3.1. Розподіл відповідей на запитання «Що ви розумієте під економічною самостійністю?» (у % від загальної кількості опитаних)

Причиною, котра викликає труднощі на шляху до економічної незалежності, 40% опитаних назвали нестачу часу, 30% – брак знань та умінь, 25% опитаних стримує навчання, а 5% – брак грошей. Ці відповіді дають змогу стверджувати, що студенти замислюються про своє фінансове майбутнє.

У межах дослідження було прийнято рішення провести аналіз впливу на становлення економічної автономії студентів такого чинника як сім'я. На запитання «Чи забезпечують вас батьки матеріально?» 67% респондентів відповіли «так, повністю», 33 % – «так, частково» (рис. 3.3.2). З цього можна дійти висновку, що 33 % студентів мають додатковий заробіток, і вже частково матеріально незалежні від батьків. Це непоганий індикатор їхньої економічної автономії. Причому на частковому забезпеченні перебувають 25% дівчат та 43% юнаків. Отже, студенти прагнуть самостійного отримання заробітку.

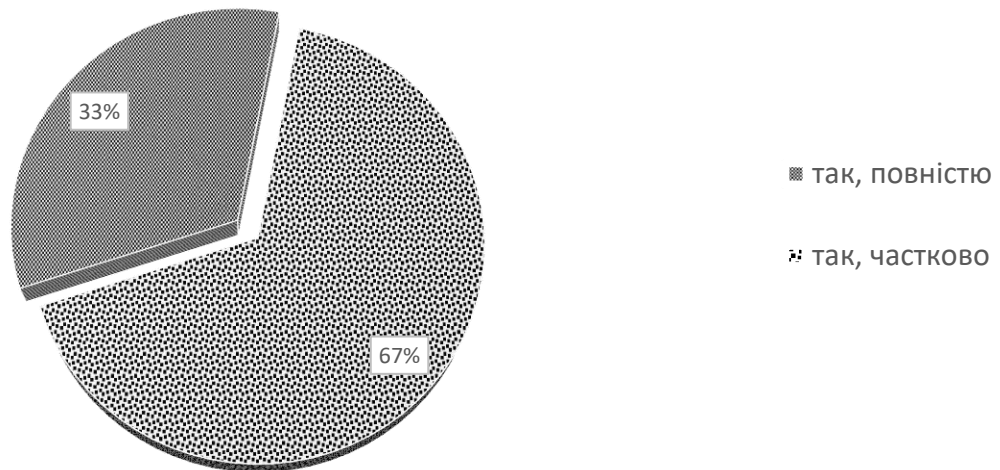


Рис. 3.3.2. Матеріальне забезпечення студентів
(у % від загальної кількості опитаних)

На запитання «Чи навчають ваші батьки вас основам фінансової грамотності (як правильно заробляти та витратити гроші)?» було отримано такі відповіді: 47 % – навчають, 23 % – не навчають, 30 % – важко відповісти (рис. 3.3.3). Такі відповіді можуть вказувати на необхідність проведення розмови з батьками на цю тему, оскільки багато звичок формуються саме у сім'ї.

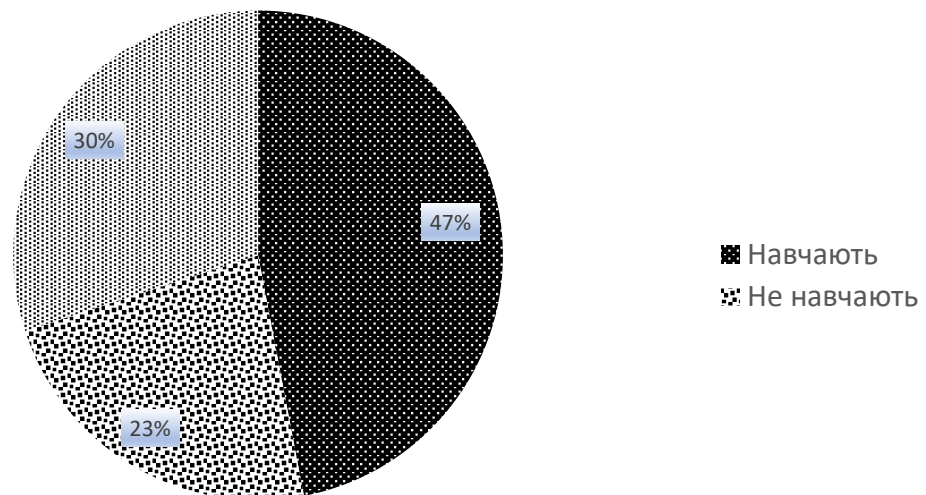


Рис. 3.3.3. Розподіл відповідей на запитання «Чи навчають ваші батьки вас основам фінансової грамотності (як правильно заробляти та витратити гроші)?» (у % від загальної кількості опитаних)

Далі опитаним пропонувалося вибрати декілька найбільш значущих для економічної автономії якостей. Найпоширенішими стали: відповідальність – 80%, самоорганізація – 70%, працездатність – 65%.

З тих же якостей студенти мали вибрати кілька найбільш розвинених у них. Відповіді майже збіглися: відповідальність – 70%, працездатність та вміння працювати у команді – по 45%, прагнення до самовдосконалення – 40%. Можна дійти висновку, що відповідальність та працездатність – це ті дві якості, які студенти вважають важливими та розвивають у собі.

Оскільки не лише сім'я, а й заклад вищої освіти впливає на економічне майбутнє студента, було поставлено запитання: «Чи повинен заклад вищої освіти сприяти працевлаштуванню своїх студентів та випускників?». Відповіді вийшли такими: 90% вважають, що заклад вищої освіти повинен допомагати і студентам, і випускникам, а 10 % – лише студентам.

Наступні запитання були пов'язані із трудовою діяльністю самих батьків. 80% батьків є найманими працівниками, підприємницькою діяльністю займаються лише 13%. Більшість батьків (57%) здобули вищу освіту, середню професійну – мають лише 33% опитаних.

Це наштовхує на думку, що частина студентів не отримала первинних уявлень про навчання у закладі вищої освіти від батьків, адже останні не навчалися в ньому (рис. 3.3.4).

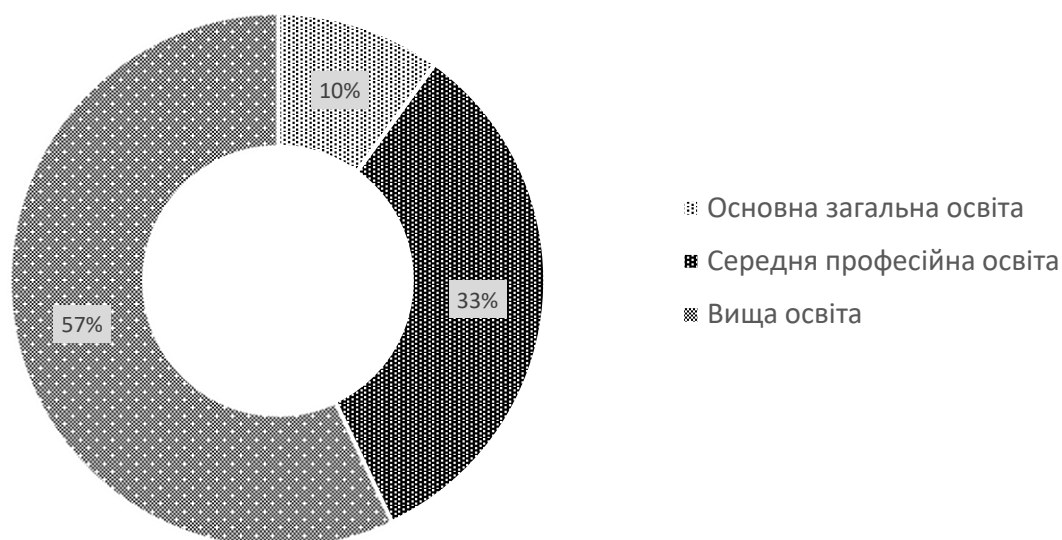


Рис. 3.3.4. Освіта батьків (у % від загальної кількості опитаних)

Далі ми вивчили взаємодію студентів зі своїми батьками з питань професійного розвитку. Судячи з результатів відповідей, більшість (60 %) батьків ділиться своїм професійним досвідом зі своїми дітьми. Можна дійти висновку, що діти таких батьків вже мають уявлення про те, як працювати, і, можливо, мають корисні зв'язки, які стануть їм у пригоді в майбутньому.

Потрібно було також з'ясувати, чи стимулюють батьки своїх дітей до самостійного отримання прибутку. Було поставлене запитання, орієнтоване на виявлення готовності старшого покоління фінансувати додаткові курси для збільшення професійної компетенції студентів. 60% батьків готові до повної оплати, 20% – до часткової, 20% зазнали труднощів при відповіді на поставлене запитання. Причому на повну оплату курсів переважно згодні батьки дівчат (50 %), лише 42 % батьків юнаків.

Ще було поставлено запитання: «Чи сприяють батьки тому, щоб ви забезпечували себе самі?» (рис. 3.3.5). Позитивно на нього відповіли лише 40% респондентів, 54% відповіли – ні, 6% не змогли відповісти. Це не дуже хороший результат, оскільки батьки зі своїм досвідом та можливостями могли б допомагати своїм дітям у працевлаштуванні, хоча б порадою, а краще діяльною участю, але без зайвої опіки.

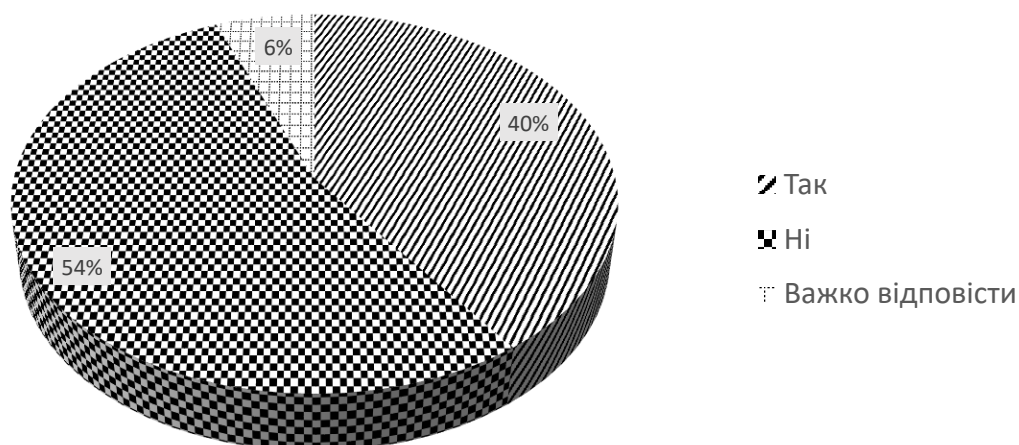


Рис. 3.3.5. Розподіл відповідей на запитання «Чи сприяють батьки тому, щоб ви забезпечували себе самі?» (у % від загальної кількості опитаних)

Важливим показником економічної самостійності є здатність самостійно вирішувати фінансові проблеми. У студентів найбільш поширеними стратегіями поповнення фінансових коштів у ситуації, коли витрати перевищують суму кишенькових грошей, є: звернення до батьків або чоловіка з проханням заповнити передчасно витрачені кошти (30% респондентів), позичати у друзів (24%), «затягнути пояс» і чекати наступної виплати кишенькових грошей батьками або заробітної плати (12%). Крім того, більшість респондентів зазначили, що поряд з пошуком джерел поповнення фінансових коштів у цій ситуації вони намагаються економити гроші, що залишилися (72%), і скорочують свої витрати (16%).

Кореляційний аналіз також виявив зв'язок між формою зайнятості молодих людей і стратегіями вирішення фінансової проблеми ($\chi^2=0,23$; $p=0,007$). Ті респонденти, які навчаються та працюють, у ситуації дострокової витрати фінансових коштів або чекають на наступну заробітну плату або виплат батьками кишенькових грошей (але не просять у батьків і не позичають у друзів), або зазначають, що з ними таких ситуацій не буває. Студенти, які тільки навчаються, більшою мірою готові звернутися до батьків із проханням отримати гроші на кишенькові витрати чи вступають у боргові відносини із друзями.

Аналіз стратегії підтримки стабільності фінансового становища, яким віддають перевагу молоді люди, виявив, що 76,5% з них орієнтовані на ощадливу поведінку (заощадження частини фінансових коштів, що одержуються щомісяця, на випадок непередбачених ситуацій у майбутньому); 32,6% вибірки схильні до інвестування у валюту та цінні папери (купівля та продаж валюти, цінних паперів, криптовалюти); 30,3% – до інвестування у фінансову освіту (вкладення коштів у навчання з метою ліквідації економічної неграмотності).

Останнє значно розрізняє (за кр. Краскала-Уолліса) групу студентів за критерієм наявності/відсутності досвіду роботи ($p=0,004$). Ті з них, які поєднують навчання та роботу, більшою мірою схильні до вкладення коштів у

економічну грамотність, ніж молоді люди, які обмежують свою діяльність навчальною.

Зауважимо, що аналогічні результати було отримано у лонгітюдному дослідженні S. Shim, J. Serido та Ch. Tang, проведеному в період фінансової кризи 2008-2009 року в одному з американських університетів (Shim, Serido, Tang, 2020) [174]. Дослідниками було виявлено, що не власне заощадження коштів забезпечує високий рівень позитивного сприйняття студентами свого економічного благополуччя в майбутньому (автори вимірювали рівень щастя за опитувальником Соні Любомирської), а їхня активність, що виявляється у використанні молодими людьми різних стратегій: інвестування, навчання фінансовій поведінці, збереження. Вони виявили, що активність групи студентів, які обрали не одну, а одразу декілька різних стратегій, згодом забезпечила молодим людям почуття економічної безпеки.

У нашому дослідженні лише третина респондентів була орієнтована на різні способи підтримки стабільності свого фінансового становища. Більшість із них – навчаються та працюють. Цей факт свідчить про значущість трудового досвіду як чинника економічної самостійності студентської молоді.

Отже, отримані нами дані дозволяють зробити проміжний висновок про те, що такий чинник як наявність трудового досвіду у респондентів пов'язаний з їхньою спрямованістю на перспективне планування витрат і певними стратегіями вирішення фінансових проблем.

Аналіз настановлень респондентів, пов'язаних із здобуттям молодими людьми економічної автономії в майбутньому, показав таке: 18% вибірки абсолютно згодні з тим, що можна стати матеріально та фінансово самостійними вже після завершення навчання у закладі вищої освіти, тому що є можливість поєднувати навчання та роботу; 51% респондентів вважає, що стануть незалежними від батьків після здобуття диплома про вищу освіту; 33% учасників дослідження пов'язують фінансову самостійність з тим періодом, коли вони утворять свою сім'ю та у них з'являться діти; 30% молодих людей упевнені, що така перспектива можлива лише за умови отримання «прибуткового місця» роботи; 9% вибірки наголосили, що «фінансова

незалежність від батьків – це утопія. У наш час молоді люди виживають лише при підтримці батьків». Нарешті, 45% учасників дослідження погодилися з тим, що «матеріальна та фінансова самостійність може бути набута у будь-який час, тому що це залежить не від якихось зовнішніх умов, а від самої людини».

Тобто зазначена частина молоді має досить велику самооцінку, що впливає на здатність молоді до саморегуляції, а також включає постановку цілей, планування та управління ресурсами. Молоді люди з високою самооцінкою здатні ефективніше планувати свої фінанси, робити заощадження та уникати непотрібних витрат. Відтак розуміння людиною сукупності наявних у неї уявлень про себе, оцінкових характеристик, переживань, пов'язаних зі своєю особистістю, впливають не тільки на її сьогодення та взаємини з іншими, але й на побудову «проекту майбутніх самозвершень» (Титаренко, 2003) [103, с. 139].

Наведені вище настановлення наочно демонструють різну міру психологічної готовності молодих людей набути економічну автономію. Респонденти, які пов'язують це із зовнішніми умовами (стабільна робота, «прибуткове місце», створення своєї сім'ї), зовсім не готові до того, щоб функціонально сепаруватися від батьків («фінансова незалежність – це утопія...») і по суті виявляють ознаки низького рівня готовності до набуття економічної автономії. На противагу їм молоді люди, які вважають, що все залежить лише від них, більшою мірою демонструють готовність до того, щоб стати економічно самостійними людьми.

Кореляційний аналіз показав, що існує зв'язок між настановою молодих людей стати економічно автономними, незалежно від будь-яких обставин та іншими показниками їхньої психологічної готовності. Зокрема, що вища переконаність респондентів у тому, що фінансова самостійність залежить від людини, а не від обставин, то більшою мірою в ситуації фінансових труднощів вони розраховують лише на себе ($r=0,156$; $p=0,011$), планують поточні витрати ($r=0,122$; $p=0,047$), а для підтримки фінансової стабільності віддають перевагу заощадженню коштів ($r=0,126$; $p=0,041$) чи їх інвестуванню у підвищення економічної грамотності ($r=0,234$; $p=0,000$).

Отже, певна частина студентів вже має економічну автономію, а ті, хто не має, замислюються над її формуванням і усвідомлюють, які саме перешкоди заважають їм досягти цього. Багато респондентів шукають способи заробітку, наприклад, від свого хобі; у багатьох сім'ях студентів навчають фінансової грамотності та розмовляють на тему їхньої економічної незалежності.

Найважливішими, на думку респондентів, є такі компетентності, що забезпечують економічну автономію: відповідальність, впевненість у собі, самоорганізація, працездатність, результативність. Серед своїх компетентностей студенти виокремлюють також вміння працювати в команді, наполегливість.

Більшість батьків забезпечує своїх дітей повністю, але є частка таких студентів, які вже займаються трудовою діяльністю; підприємницькою діяльністю серед батьків займаються всього 13 % опитаних, що багато в чому є причиною відсутності прагнення до цієї діяльності серед студентів. Батьки діляться зі студентами своїм професійним досвідом та своїми діловими контактами, але особливо не сприяють тому, щоб їхні діти забезпечували себе самостійно.

Проведене дослідження показало, що показниками психологічної готовності до економічної автономії у конкретній групі студентської молоді є: їхні дії, пов'язані з плануванням витрат, спрямованість на самостійне вирішення своїх фінансових проблем, перевага ощадної та інвестиційної поведінки як засобу підтримки фінансової стабільності.

Усі вони корелюють із настановленням на здобуття економічної самостійності молодими людьми поза зв'язком із зовнішніми обставинами (після закінчення школи чи закладу вищої освіти або після того, як влаштуються на роботу). Системотвірним чинником психологічної готовності до фінансової самостійності є життєва позиція респондентів, що ґрунтується на значущості для них групи активних цінностей, пов'язаних з професійною самореалізацією, а також на внутрішньому локус контролі в області досягнень та в області невдач. Така позиція, очевидно, формується у процесі отримання досвіду роботи і виявляється у конкретних настановленнях молодих людей на

самостійність, причому не лише у сфері фінансової поведінки, а й пов'язану з умовами проживання.

У цьому дослідженні виявлено показники психологічної готовності до економічної автономії : настановлення молодих людей на сепарацію від батьків у сфері фінансових відносин, спрямованість на самостійне вирішення власних фінансових проблем, здатність до довгострокового планування своїх витрат, певні стратегії підтримки фінансової стабільності.

Перспективою такого дослідження є розширення бази аналітичних даних для відображення результатів у динаміці та покращенні на основі цієї інформації якості рекомендацій. Наприклад, передбачається використання методу експертних оцінок та розгляд як спосіб оцінки ефективності запропонованих рекомендацій методу моніторингу.

Висновки до розділу 3

Розділ 3 присвячено психологічним ефектам функціонування механізмів економічної соціалізації учнівської та студентської молоді в умовах війни. Досліджено аспекти *суб`єктності як системного ефекту актуалізації психологічних механізмів економічної соціалізації молоді.*

У розділі обґрунтовано, що, згідно структурно-функціональної та структурно-цільової концепцій соціалізації, суб`єктність як системне явище дозволяє особистості органічно включатись в економічні відносини, бути їх творцем. Вона розглядається, з одного боку, як здатність інтеріоризувати цінності, норми поведінки в основних природних та соціальних, надто економічних ситуаціях, з іншого боку – як здатність активно впливати на них, трансформувати і творити нові. Якісна своєрідність суб`єкта економічної соціалізації трактується як здатність самостійно і творчо покладати себе в якості причини свого економічного буття на основі свідомого, рефлексивного та активно-перетворюючого ставлення до дійсності.

Зазначено, що завдяки *інтерсуб`єктності* особистість входить у економічне буття і організовує своє власне, оскільки в ході соціалізуючих впливів вона стає

здатною до взаєморозуміння, натхнення від спілкування, врахування суб'єктної позиції іншого суб'єкта у економічній взаємодії.

Здійснена емпірична перевірка зв'язку розвитку суб'єктних якостей молоді з роботою тих соціально-психологічних та внутрішньоособистісних психологічних процесів, які актуалізуються у молоді під час війни. Емпірично показано детермінуючу роль когнітивно-оцінних (порівняння, розвиток критичного мислення і усвідомлення власних ціннісних пріоритетів) процесів у розвитку суб'єктності молоді в економічній сфері.

Підтверджено припущення про розгортання дії механізмів економічної соціалізації за принципом ізоморфності: інтелектуальні, рефлексивні функції суб'єкта економічних рішень прямо зумовлені дією рефлексивних механізмів, а вольові складові підприємливості цілковито залежать від розвиненості мотиваційних механізмів економічного цілепокладання.

Встановлено, що найбільший внесок у розвиток показників суб'єктності особистості чинять переважно когнітивні і ціннісні механізми, зокрема такі: ціннісні орієнтації на якість товару та репутацію виробника; виважене рішення на основі порівняння, критичного мислення і усвідомлення власних пріоритетів; розвиток власної унікальності; саморозвиток.

Проаналізовано зв'язок вираженості складових загальної схильності молоді до підприємництва з психологічними механізмами економічної соціалізації.

Також представлені результати *емпіричного дослідження структурних особливостей механізму економічної ідентичності старшокласників*. Визначено, що серед п'яти інститутів економічної соціалізації (сім'я, навчальний заклад, неформальні об'єднання, ЗМІ, мережа «Інтернет») для старшокласників головним є «сім'я», а другу і третю позиції посідають, відповідно, мережа «Інтернет» та «неформальні об'єднання».

Встановлено, що економічна ідентичність в ранньому юнацькому віці характеризується суперечностями з наявністю внутрішнього конфлікту. Соціальні стереотипи, що входять до структури економічної ідентичності, у

сфері оцінки економічної діяльності людини мають суперечливий і конфліктний характер.

Виявлено, що старшокласникам притаманні такі види ідентичності: соціальне Я, комунікативне Я», матеріальне Я, фізичне Я, діяльне Я, перспективне Я, рефлексивне Я; з переважанням ідентичності соціального Я, що свідчить про готовність виконувати соціальні ролі, у тому числі й економічні.

Виявлено протиріччя – незважаючи на те, що учні високо оцінюють значення грошей, вони не вміють використовувати кошти за призначенням та мають погане уявлення про роль грошей в особистому та суспільному житті.

Для економічної ідентичності старшокласників характерна пріоритетність власне економічних показників економічного успіху (бізнес, капітал, нерухомість тощо) над психологічними (спілкування, задоволеність від володіння отриманими благами).

У структурі економічної ідентичності існує тенденція до перебільшення труднощів у задоволенні потреби матеріальної забезпеченості та стабільності.

Старшокласники позитивно ставляться до економіки країни, але у них відсутній інтерес до неї, оскільки респонденти не мають надії на діяльність в економіці країни в загальному плані через бойові дії на її території та соціально-економічну кризу.

У старшокласників недостатньо активізовані особистісні характеристики, пов'язані з економічною ідентичністю, необхідні для розуміння економічних процесів.

У економічній ідентичності сучасної молоді простежується певна категоріальна структура, що описує своєрідність уявлень, ставлення і настановлення до цих елементів економічної активності молоді. Встановлено, що уявлення дівчат характеризується більш вираженим ціннісно-смісловим значенням, ніж юнаків. За результатами дослідження у старшокласників не виявлено ознак кризи економічної ідентичності.

Емпірично досліджено *механізми формування економічної автономії студентської молоді*. Економічна автономія трактується як здатність молоді людини самостійно забезпечувати свої фінансові потреби без залежності від батьків, державної підтримки або інших зовнішніх джерел, що включає стабільний дохід, управління особистими фінансами та можливість задовольняти основні матеріальні потреби.

Показано, що формування економічної автономії студентської молоді може відбуватися за допомогою різних механізмів, зокрема таких: фінансова освіта; менторство та підтримка від батьків, родини чи спільноти; робочий досвід; підприємницька діяльність; доступ до фінансових послуг; взаємодія з іншими через тренінги, навчальні спільні програми; підготовка до набуття статусу економічної автономії в сім'ї.

Обґрунтовано, що сім'я виступає базовим інститутом економічної соціалізації, починаючи з етапу дошкільного дитинства. Сім'я, починаючи з раннього етапу розвитку дитини, може сприяє засвоєнню елементарних економічних понять, поглядів, зразків економічної поведінки, освоєнню соціальних ролей, навичок, цінностей, засвоєнню дитиною соціальних норм, формуванню базових економіко-психологічних якостей особистості та набуттю економічного досвіду. Основними механізмами стихійної та цілеспрямованої економічної соціалізації дітей в сім'ї є спостереження та наслідування економічної поведінки батьків, батьківські настановлення щодо грошей.

Проведеним дослідженням психологічних чинників економічної автономії студентів встановлено, що показниками психологічної готовності до економічної автономії студентської молоді є: їхні дії, пов'язані з плануванням витрат, спрямованість на самостійне вирішення своїх фінансових проблем, перевага ощадної та інвестиційної поведінки як засобу підтримки фінансової стабільності.

Виявлено показники психологічної готовності до економічної автономії ; це, зокрема: настановлення молодих людей на сепарацію від батьків у сфері фінансових відносин, спрямованість на самостійне вирішення власних

фінансових проблем, здатність до довгострокового планування своїх витрат, певні стратегії підтримки фінансової стабільності.

Певна частина студентів вже має економічну автономію, а ті, хто не має, замислюються над її формуванням і усвідомлюють, які саме перешкоди заважають їм досягти цього. Багато респондентів шукають способи заробітку, наприклад, від свого хобі; у багатьох сім'ях студентів навчають фінансової грамотності та розмовляють з батьками на тему їхньої економічної незалежності.

Найважливішими компетентностями, що забезпечують економічну автономію, студенти вважають: відповідальність, впевненість у собі, самоорганізація, працездатність, результативність а також вміння працювати в команді, наполегливість.

Системотвірним чинником психологічної готовності студентської молоді до фінансової самостійності є її життєва позиція, що ґрунтується на значущості для неї групи активних цінностей, пов'язаних з професійною самореалізацією, а також на внутрішньому локус контролі в області досягнень та в області невдач. Така позиція формується у процесі отримання досвіду роботи і виявляється у конкретних настановленнях молодих людей на самостійність, причому не лише у сфері фінансової поведінки, а й пов'язану з умовами проживання.

ПІСЛЯМОВА

Здійснене в монографії дослідження проблеми психологічних механізмів економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства не може бути таким, що претендує на вирішення всіх питань цієї складної та багатоаспектної проблематики.

Своїм завданням ми поставили насамперед дослідити закономірності функціонування та розвитку психологічних механізмів економічної соціалізації особистості та їх дії в умовах воєнного стану. Проблема дослідження полягала у недостатній науковій розробленості процесуального змісту економічної соціалізації молоді, основних закономірностей та чинників його актуалізації в умовах нестабільної економіки та воєнного стану.

Теоретико-методологічний аналіз проблеми економічної соціалізації особистості у зарубіжній та вітчизняній психології надав можливість констатувати те, що зарубіжні і вітчизняні концепції визначення людиною життєвого шляху і свого місця, зокрема в економіці, становлять теоретичні передумови для оформлення наукових концепцій економічної соціалізації особистості. Тому авторки монографії, досліджуючи психологічні механізми економічної соціалізації української молоді, звернулись до методології системного, зокрема структурно-цільового, культурно-діяльнісного, інтерсуб'єктного підходів. Це дало можливість розглядати і вивчати психологічні механізми економічної соціалізації особистості як систему психологічних індивідуальних та соціально-психологічних процесів, які цілісно зумовлюють розвиток і становлення психолого-економічних якостей особистості у культурному, соціально-економічному, соціально-психологічному контекстах.

Була розроблена операціональна модель дослідження, що дозволило дослідити структуру і чинники актуалізації психологічних механізмів економічної соціалізації української молоді в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення. Ця модель включала методи дослідження

психологічних механізмів економічної соціалізації учнівської та студентської молоді у просторі закладів загальної середньої та вищої освіти.

Досліджуючи психологічні механізми економічної соціалізації молоді, ми виходили з того, що економічна соціалізація особистості – це двосторонній процес. З одного боку, він зумовлений дією зовнішнього впливу (стихійного і цілеспрямованого – через соціальні інститути, навколишнє оточення, засоби масової інформації, соціальні мережі тощо), де індивід виступає об'єктом впливу, де переважає психологічний механізм наслідування взірців, орієнтуючись на інші особи.

З другого боку, це внутрішній процес усвідомлення індивідом себе як суб'єкта соціалізації, який здатний самостійно приймати рішення в економічній та інших соціальних сферах щодо свого розвитку, взаємодії з іншими суб'єктами. І тут важливу роль відграють процеси свідомого використання індивідом інтеріоризованих правил, норм соціальної взаємодії, набуття відповідних соціальних компетентностей, спроможність управляти самому власним процесом соціалізації. У внутрішньому процесі соціалізації відбувається не просте засвоєння соціальних норм, принципів взаємодії, з орієнтацією на страх покарання, заборони, осуд, а свідоме їх використання, користуючись власними настановленнями, переконаннями. Важливого значення набувають психологічні механізми рефлексії, економічної незалежності, автономії, забезпечення стабільного економічного життя, утвердження принципу соціальної справедливості, розширення власної свободи, протистояння свавіллю, зазіханню на особисті кордони.

Зважаючи на це, в емпіричних розвідках нами зроблено акцент на складно досліджуваних феноменах – економічної та моральнісної рефлексії, самооцінки, саморозвитку, моральності, особистої та економічної самостійності, економічної ідентифікації та ідентичності, ціннісної регуляції економічної поведінки; тих психологічних механізмів, які забезпечують суб'єктну позицію молоді людини в сфері споживання, професіоналізації та зайнятості.

Наприкінці зазначимо, що проблема економічної соціалізації молоді – одна з перспективних областей соціальної та економічної психології. Велика кількість питань, які ще очікують на вирішення, в цій монографії не означено. Одне з них – особливості самовизначення в економічній сфері тих, хто ще на початковому етапі своєї трудової соціалізації перебуває в складних життєвих обставинах, зокрема позбавлені найнеобхідніших матеріальних ресурсів – молодь з малозабезпечених, бідних, нужденних сімей, молодь, що втратила батьків внаслідок воєнних дій, молодь із сімей внутрішньо переміщених осіб в умовах воєнного стану та нестабільної економіки тощо.

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. Інша проблема – тонкощі і нюанси психологічного супроводу процесу економічної соціалізації молоді людини на різних етапах її дорослішання, за різноманітних умов організації освітнього процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авер'янова Г. М., Дембицька Н. М., Москаленко В. В. Особливості соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства. Київ : «ППП». 2005. 307 с.
2. Алексєєва Т.В. Духовність та відповідальність як екзистенціали людського буття. *Проблеми сучасної психології*. Збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2013. Вип.22. С. 27-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pspl_2013_22_4.
3. Бабенко О. Сутність процесу інтеріоризації як центрального механізму когнітивного розвитку особистості. *Молодий вчений*. 2019. № 8 (72). С. 54-57. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-8-72-13>
4. Бех І.Д. Категорія «ставлення» в контексті розвитку образу «я» особистості. *Педагогіка і психологія*. 1997. № 3. С. 9–21.
5. Бех І.Д. Особистісно-орієнтована модель виховання як науковий конструкт [Електронний ресурс]. 2021. 14 с. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/psuh_pedagog_prob1_silsk_shkolu/3/vupysk_21.pdf
6. Бех І. Д. Особистість у просторі духовного розвитку: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2012. 256 с.
7. Бонд Р., Куценко О., Лозинська Н. Фінансова грамотність та обізнаність в Україні: факти та висновки. 2-ге вид., доп. та випр. *Проект USAID «Розвиток фінансового сектору» (FINREP)*. Київ, Грудень 2010. 42 с. URL: www.svb.org.ua/sites/default/files/finlit_survey_6dec2010_ua.pdf
8. Боришевський М.Й. Дорога до себе. Від основ суб'єктності до вершин духовності: монографія. Київ : Академвидав, 2010. 416 с.
9. Боришевський М.Й. Особистість у вимірах самосвідомості: [монографія]. Суми: Видавничий будинок «Еллада», 2012. 608 с.
10. Боришевський М.Й. Психологічні механізми розвитку особистості. *Педагогіка і психологія*. Київ: Педагогічна думка, 1996. № 3 (12). С. 26–33.

11. Брецько І.І., Варга В.В., Чекан Н.В. Психологічні особливості становлення економічної ідентичності юнаків. *Зб. наук. праць студентів, аспірантів та молодих вчених*. Вип. 2(10). Мукачєво, 2022. С. 13-18.

12. Бубер Мартін. Я і ти. Шлях людини за хасидським вченням. Київ: Дух і літера, 2012. 272 с.

13. Василець К.В. Особливості моральної свідомості особистості: теоретична модель. *Психологія і особистість*. 2022. № 1 (21). С. 21-33 URL: <http://psychpersonality.pnpu.edu.ua/article/view/251921/249513>

14. Васютинський В.О. Культура бідності: соціально-психологічний зміст та інструментарій дослідження. *Актуальні проблеми психології : зб. наук. праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України*. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. Т. XI. Соціальна психологія. Вип. 6. Кн. 1. С. 119–128.

15. Вахтанг Кебуладзе. Чарунки долі [Текст]: есеї. Львів: Видавництво Старого Лева, 2017. 160 с.

16. Виноградова В. Проблеми соціалізації студентської молоді. Київ: Український центр політичного менеджменту. URL: <http://www.politik.org.ua>

17. Власова О.І. Культура бідності як умова розвитку цілісної особистості: матеріали науково-практичної конференції «Філософія людини як шлях гуманізму та гідності у граничному бутті суспільства: суспільний підхід філософської антропології як метаантропології». 2015. м. Київ. С. 49-51.

18. Власова О. І., Семиченко В. А., Пащенко С. Ю., Невідома Я. Г. Психологія вищої школи: підручник. / за ред. О.І. Власової. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 470 с.

19. Вовк В.О. Психолого-педагогічні чинники суб'єктної позиції студентської молоді; дис. канд. психол. наук: 19.00.07/ Прикарпатський національний ун-т імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2018. 305 с.

20. Гнатенко П.І., Павленко В.М. Ідентичність: філософський та психологічний аналіз. Київ : «Арт –пресс», 1999. 466 с.

21. Гребінь Н.В. Ціннісно-мотиваційні особливості професійної соціалізації студентів-психологів, схильних до маніпуляції у міжособистісних

стосунках/ *Проблеми загальної та педагогічної психології. Зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПНУ*. Київ, 2010. Т. XIII. Ч. 3. С. 109-115.

22. Дембицька Н.М. Атрибутивні ознаки економічної суб'єктності особистості. *Проблеми загальної та педагогічної психології: збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*. Т. XIII. част. 6, 2012. С. 76-85.

23. Дембицька Н.М. Інтерсуб'єктивна основа соціалізуючих практик. *Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді: монографія* / Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі, О.В. Лавренко, Т.І. Мельничук; за ред. Н.М. Дембицька. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2018. С.109-112. URL : <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/712474>

24. Дембицька Н.М. Концепція соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді. *Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді: монографія* / Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі, О.В. Лавренко, Т.І. Мельничук; за ред.. Н.М. Дембицька. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2018. С. 28-36. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/712474>

25. Дембицька Н.М. Психологія економічної соціалізації школярів : Монографія. Київ: Видавець Позднишев. 2020. 386 с.

26. Дембицька Н.М. Системна модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації школяр. *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. Том 1. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. Вип. 46. Київ: ТОВ-Видавництво «ЛОГОС», 2017. С. 29-34.

27. Дембицька Н.М., Запека Я.Г. Економічна психологія : *методичні рекомендації до вивчення навчальної дисципліни*. – *Навчально-методична розробка*. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Факультет психології. Київ, 2020. 40 с.

28. Дембицька Н.М., Зубіашвілі І. К. Психологічний супровід становлення суб'єкта економічної соціалізації: *Методичні рекомендації батькам і педагогам.* / ред. О. В. Лавренко. Кіровоград : Імекс ЛТД, 2013. 70 с.
29. Довгань О. Специфіка кризи особистості у юнацькому віці. *Психологія і суспільство*, 2004. №2. С. 144–150.
30. Євтушевська О.В. Особливості поведінки споживачів на ринку в сучасних умовах. *Інвестиції: практика та досвід.* № 20/2016. С. 22–24.
31. Зверева І.Д., Коваль Л.Г., Фролов П.Д. Діагностика моральної вихованості школярів: *Метод. посібник.* Київ: ІСДО, 1995. 156 с.
32. Зимянський А. Р. Психологічні умови розвитку моральної самосвідомості підлітків: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка. Дрогобич, 2015. 200 с.
33. Зубіашвілі І.К. Сутність соціально-психологічного механізму соціалізації. *Соціалізація особистості в умовах системних змін: теоретичні і прикладні проблеми:* збірник тез XVI Міжнародної науково-практичної конференції (наукове електронне видання), 22 березня 2024 р. / Л.М. Карамушка, Н.М.Дембицька, І.К. Зубіашвілі, О.В. Лавренко, Т.І. Мельничук; за ред. О.В. Лавренко. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2024. С. 34-36. URL: http://psychology-naes-ua.institute/files/pdf/22222_1714991905.pdf
34. Зубіашвілі Ірина, Лавренко Ольга. Соціальна рефлексія як основа механізму економічної соціалізації особистості. *Організаційна психологія. Економічна психологія.* № 2 (26)/2022. С. 39-47. URL: <https://doi.org/10.31108/2.2022.2.26.5>
35. Ічанська О. М. Становлення особистісної ідентичності в ранньому юнацькому віці: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07/ Національний педагогічний ун-т ім. М.П. Драгоманова. Київ, 2002. 230 с.
36. Кампі О. Ю. Деякі особливості формування уявлень про ідентичність особистості. *Проблеми загальної та педагогічної психології* : зб. наук. праць Ін-

ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка. Київ, 2007. Т. IX, ч. 6. 180 с.

37. Карамушка Л.М., О.Г. Ходакевич. Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей: монограф. Київ : КНЕУ, 2017. 200 с.

38. Карпенко З. Аксіологічна психологія особистості: монографія. 2-ге вид., перероб., доповн. Івано-Франківськ: ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2018. 720 с.

39. Коқун О.М. Психофізіологія. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 184 с.

40. Кондратенко Л.О. Психологія первинної шкільної неуспішності: монографія. Чернігів: Десна поліграф, 2017. 488 с.

41. Костюк Г. С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості. Київ: Рад. шк., 1989. 608 с.

42. Краєва О.А. Проблема кризи ідентичності в період нормативної кризи підліткового віку. *Педагогічний процес: теорія і практика*. 2016. № 1 (56). С. 46-50. URL: <http://pptp.kubg.edu.ua/images/2016/1/11.pdf>

43. Краєва О. А. Самість підлітка в контексті подолання ним кризи ідентичності. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. Філософія. Психологія. Педагогіка: Зб. наук. праць. Київ: ІВЦ «Політехніка», 2010. № 1(28). С. 119–123.

44. Кузнецов Ю. Зигмунд Фройд: народження нової філософії. *Психологія і суспільство*, 2016. № 4. С. 6-16.

45. Кульбіда Н.М. Структурний аналіз Я-концепції як основи функціонування феномену економічної суб'єктності особистості потенційного підприємця. *Психологія. Зб. наук. праць НПУ імені М.П. Драгоманова*. Вип. 20. Київ: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2003. С. 215-222.

46. Курінний Ян. Теоретичний аналіз первинної економічної соціалізації дошкільників. *Гуманізація навчально-виховного процесу. Розділ. Вища школа*, 2020. № 1(99). С. 123-135.

47. Лавренко О.В. Моральні основи економічного самовизначення особистості. *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. праць Ін-ту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2020. Том I: Організаційна психологія. Соціальна психологія. № 56. С. 44-52.

48. Лавренко О.В. Моральність «людини економічної» в уявленнях студентської молоді. *Актуальні проблеми психології*: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Том 1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія, 2017. Випуск 47. С. 78-84.

49. Лавренко О.В. Морально-ціннісні орієнтації економічної соціалізації студентської молоді. *Актуальні проблеми психології*. Збірник наукових праць Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Том I: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія, 2017. Випуск 46. С. 45- 50.

50. Лавриченко Н.М. Проблеми гуманістичного спрямування шкільної соціалізації: пед. роздуми і нотатки. Київ: Тов «Інсайт-плюс», 2006. 279 с.

51. Лазаренко О. В. Набуття старшокласниками зрілої ідентичності як необхідна умова психологічного здоров'я. *Освіта регіону : укр. наук. журн.* Сер. : Політологія. Психологія. Комунікації, 2011. № 2. С. 319–322.

52. Лазаренко О.В. Психологічні особливості становлення економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку : автореф. дис. ...канд. психол. наук: 19.00.07 / Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, [Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки]. Київ, 2015. 20 с.

53. Лазаренко О.В. Соціальний аспект становлення економічної ідентичності в ранній юності (теоретико-емпіричний ракурс). *Вісник Національного університету оборони України* : зб. наук. пр. Київ. : НУОУ, 2013. Вип. 1 (32). С. 83–87.

54. Ложкін Г.В., Спасенніков В. В. Економічна психологія : Навч. посібник / В. Л. Комаровська. Київ : Професіонал, 2004 . 304 с.

55. Максименко С.Д. Актуальні проблеми генетичної психології. *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. пр. Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Київ, 2019. Т. VIII: Психологічна теорія і технологія навчання, вип. 10. С. 8–20.

56. Малахов В.А. Етика: Курс лекцій. Навч. посібник. 5-те вид. Київ: Либідь, 2004. 384 с.

57. Манжос Е. О. Інкультурація і соціалізація як складники цілісного процесу формування комунікативної культури особистості. *Педагогічні науки: збірник наукових праць Херсонського державного університету*, 2018. Вип. 81(3). С. 177-181.

58. Машбиць Ю. І. Психологічні механізми і технологія навчання. Київ: Інтерсервіс, 2019. 208 с.

59. Мертон Р. Соціальна теорія і соціальна структура. *Социс*. 1992. № 4. С. 93.

60. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура (фрагменты)/Под общ. ред. В.В. Танчера; Реферативный перевод и вступ. Статья В. Костинской. Киев: Ин-т социологии, 1996.

61. Методичні вказівки до практичних і самостійних робіт з дисципліни «Основи соціально-психологічного тренінгу» / укладач Л.О. Колісник. Суми : Сумський державний університет, 2017. 53 с.

62. Моральна свідомість та самосвідомість особистості як предмет психологічного аналізу: монографія / М. В. Савчина, О. І. Галян, Л. П. Василенко та ін. Дрогобич, 2009. 288 с.

63. Мосійчук І.В., Пойта І.О. Особливості формування фінансових компетенцій молоді в умовах економічної соціалізації. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*, 2018. № 4. С. 18-20.

64. Москаленко В. В. Економічна соціалізація особистості: концептуальна модель. *Соціальна психологія*, 2006. №3 (7). С. 3-16.

65. Москаленко В.В. Концепт «ідентичності особистості» в дискурсі Київської школи філософії культури (кін. ХХ – поч. ХХІ ст.). *Соціокультурні*

детермінанти розвитку психології особистості в Україні: монографія. / В. В. Турбан, Л. З. Сердюк, В. В. Москаленко та ін.; за наук. ред. В. В. Турбан. Київ: Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2023. С. 82-113. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/737925/2/2023.pdf>

66. Москаленко В.В. Особливості економічного та морального в економічній культурі особистості. *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*, 2015. Т. XII. Психологія творчості. Випуск 21. С. 246-258.

67. Москаленко В.В. Підприємництво як предмет дослідження економічної психології. *Актуальні проблеми психології. Том 1: Економічна психологія. Організаційна психологія. Соціальна психологія: зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*. Київ : Міленіум. 2003. Вип. 11. С. 17–20.

68. Москаленко В. В. Соціалізація як інкультурація. *Актуальні проблеми психології: Зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. Т. I. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія, 2016, № 44. С. 116-122.

69. Москаленко В.В. Соціалізація особистості : монографія. Київ : Фенікс, 2013. 540 с.

70. Москаленко В.В. Соціальна психологія. Підручник. Видання 2- ге, виправлене та доповнене. Київ.: Центр учбової літератури, 2008. 688 с.

71. Москаленко В. Сучасні напрямки досліджень в економічній психології. *Соціальна психологія*, 2004. №2(4). С.18.

72. Москаленко В.В., Сила Т.І. Підприємливість як творчість. *Актуальні проблеми психології. Том 1: Економічна психологія. Організаційна психологія. Соціальна психологія: зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*, 2018. Вип. 48. С. 38-45.

73. Москаленко В.В., Шайгородський Ю.Ж., Міщенко О.О. Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект: монографія /за ред. В.В. Москаленко. Київ : Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2012. 348 с.

74. Наконечна М.М. Створення та стандартизація «Методики діагностики

інтерсуб'єктності». *Psychological journal*, 2019. №3(23). С. 55-73. DOI (Issue): <https://doi.org/10.31108/1.2019.3.23>

75. Никоненко О. В. Монетарна соціалізація як соціально-психологічний феномен. *Зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України «Актуальні проблеми психології»* / За ред. С. Д. Максименка. Соціальна психологія. вип. 6. Книга П. Т. XI. Кіровоград : Імекс –ЛТД, 2013. С. 146 -154.

76. Никоненко О. В. Психологічні особливості монетарної соціалізації майбутніх фахівців. *Вісник післядипломної освіти* : зб. наук. пр. : у 2 ч. / Ун-т менеджменту освіти НАПН України. Київ: Атопол, 2013. Ч. 2. С. 239-247.

77. Новосядла О.М. Психологічні особливості економічної соціалізації школярів з малозабезпечених сімей : автореф. дис. канд. психол. наук : 19.00.05 / Нац. акад. пед. наук України, Ін-т психології ім. Г.С. Костюка. Київ, 2021. 21 с.

78. Овдієнко Л.Н. Освіта як простір соціалізації особистості: монографія. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Київ: Міленіум, 2014, 120 с.

79. Оксана Язловецька. Особливості соціалізації студентів вищого навчального закладу. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка*. Серія Педагогічні науки. Випуск 93. Кіровоград, 2010.

80. Орлова А.М. Проблема вибору в психології. *Серія «Психологія»*, 2011. № 959. С. 137-141.

81. Павелків Р.В. Рефлексія як психологічний механізм моральної саморегуляції поведінки особистості. *Психологія: реальність і перспективи*. Випуск 11, 2018. Збірник наукових праць РДГУ. С. 5-10. DOI: https://doi.org/10.35619/prap_rv.vi12.1.
https://prap.rv.ua/index.php/prap_rv/article/view/1].

82. Павелків Р. В. Розвиток моральної свідомості та самосвідомості в молодшому шкільному віці: автореф. дис. д-ра психол. наук: 19.00.07/ Ін-т психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Київ, 2005. 40 с.

83. Пірен М., О. Цілорик. Ціннісні орієнтації молоді в українському суспільстві на сучасному етапі. *Social-science. Український науковий журнал «Освіта регіону»*. Політологія, психологія, комунікації, 2011. № 4. С. 213-218. URL: <http://social-science.com.ua/article/648>

84. Піроженко Т.О. Реалії вибору дитиною соціально значущих цінностей: посібник / Т.О. Піроженко, Л.І. Соловійова, І.І. Карабаєва [та ін.] ; за ред. Т.О. Піроженко. Київ : Видавничий Дім «Слово», 2017. 64 с.

85. Психологічний тлумачний словник найсучасніших термінів. Харків: Прапор, 2009. 672 с.

86. Психологічні механізми становлення суб'єктності дорослих у віртуальному просторі: монографія / М. Л. Смульсон, П. П. Дітюк, І. Г. Коваленко-Кобилянська, Д. С. Мещеряков, М. М. Назар [та ін.]; за ред. М. Л. Смульсон. Київ – Львів : Видавець Вікторія Кундельська, 2021. 180 с.

87. Рожкова Наталія. Рефлексія як прояв моральної культури майбутнього вчителя. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*, 2011. Випуск 97. С. 248-252. URL: <file:///C:/Users/Olga/Pictures/53036437.pdf>

88. Романовська О.В., Драчук Я.І. Механізми впливу та маніпуляції в моді. *ВІСНИК НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*, 2012. Випуск 2(14), С. 56-60. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/3192/1/09_rom.pdf

89. Руденко І.І. Фінансово-економічна криза як етична проблема *Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей*: Матеріали IV Міжнародних філософсько-економічних читань (18–20 травня 2011 року, Львів) / Редколегія. Відп. секретар З. С. Скринник. Львів, 2011. С. 190 -196.

90. Савчин М.В. Проблема характеру в контексті духовної парадигми психології. *Психологія особистості*, 2017. № 1. С. 36-43.

91. Середницька І. Я. Психологічний аналіз кризи ідентичності у студентській молоді: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01/ Південноукр. держ. пед. ун -т ім. К.Д. Ушинського. Одеса, 2005. 287 с.

92. Склярчук Т.В., Соболев І.Б. Сучасний механізм оцінювання ефективності персоналу промислового підприємства. *Науковий вісник НЛТУ*

України. Серія економічна, 2017, вип. 27, № 2. С. 72-75. URL: https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2017/27_2/17.pdf

93. Скринник З. Е. Groші у вимірах комунікативних практик: соціокультурний аспект: монографія. Львів: ЛБІ НБУ, 2006. 335 с.

94. Смульсон М. Л. Психологічні механізми в концепції навчання Ю. І. Машбиця. *Технології розвитку інтелекту*, 2014. Т. 1 Вип. 6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tri_2014_1_6_5.

95. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді: монографія [Електронний ресурс] / Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі, О.В. Лавренко, Т.І. Мельничук; за ред. Н.М. Дембицької, Київ. Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2018. URL:<http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/712474>

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

97. 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. 208 с.

98. Становлення особистісної ефективності школярів в онтогенетичному вимірі : монографія / Г.О. Балл, М.Т. Дригус, Н.І. Мусіяка, І.В. Яворська-Ветрова ; за ред. М.Т. Дригус. Київ: Педагогічна думка, 2015. 161 с.

99. Тард Г. [Архівовано 26 січня 2021 у Wayback Machine.] *Юридична енциклопедія* : [у 6 т.] / ред. кол.: Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. Київ. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. Т. 6 : Т —Я. С. 20.

100. Таньчук Р. Искусство коллекционирования. Коллекционирование как форма культуральной активности /пер.с польс. Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», М.В. Григорьева, 2016. 372 с.

101. Татенко В.О. Соціальна психологія впливу. Київ: Міленіум, 2008. 216 с.

102. Тимош Ю.В. Психологічні особливості розвитку моральної свідомості студентів. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*, VI (68), Issue: 164, 2018 Maj. С. 75-78. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/522246.pdf>
103. Титаренко Т. М. Життєвий світ особистості у межах і за межами буденності. Київ : Либідь, 2003. 376 с.
104. Тищенко О. І. Напрями розвитку фінансової освіти в Україні. *Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*, 2017. № 2 (232). С. 109-113. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/479535.pdf>
105. Тріпак М.М. Економічна соціалізація моральності в умовах соціально-освітньої інклюзиції. *Науковий погляд: економіка та управління*, 2019. № 1 (63). С. 53-59.
106. Усик, Д.Б. Механізми моральної регуляції поведінки особистості. *Слобожанський науковий вісник. Серія Психологія*, 2023. № 2. С. 40-43. DOI <https://doi.org/10.32782/psyspu/2023.2.7>
107. Фера С. В. Соціально-психологічні особливості та сучасний стан реалізації економічної соціалізації дітей в дошкільному навчальному закладі. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки*, 2016. № 1. С. 219-224.
108. Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей: *Матеріали IV Міжнародних філософсько-економічних читань* (18–20 травня 2011 року, Львів) / Редколегія. Відп. секретар З. С. Скринник. Львів, 2011. 435 с.
109. Філософський енциклопедичний словник. Національна академія наук України, Інститут філософії імені Г.С. Сковороди. Київ: Абрис, 2002. 751 с.
110. Фоміних В. П., Захарова А. Н. Трансформація економічної свідомості населення. *Журнал «Успіх сучасності»*, 2004. № 3. С. 138.
111. Фромм Еріх Втеча від свободи / Еріх Фромм; перекл. з англ. М. Яковлева. Харків: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 288 с.

112. Шахова О.Г. Соціальна психологія особистості: Навчальний посібник. Харків: «Контраст», 2019. 116 с.
113. Швалб Ю. М. Психологічні моделі соціалізації особистості. *Актуальні проблеми психології*, 2015. Т. 7. Вип. 38. С. 503-517. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsub_2015_7_38_45
114. Швалб Ю. Свідомість як відношення людини до світу. *Психологія і суспільства*, 2004. № 4. С. 154 – 166.
115. Щерба О.І. Дихотомія моди: рушій і результат поведінки споживачів. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 2020. Вип. 86. С. 41-51.
116. Шип Надія Андріївна. Мораль і бізнес: Духовні орієнтири майбутнього підприємця. Київ: Видавництво ТОВ «НВП» Інтерсервіс», 2011. 132 с.
117. Шульга В.Д. Вчинковий принцип у дослідження психологічних особливостей процесу соціального та духовного розвитку учнівської молоді. *Збірник наукових статей Київського міжнародного університету й Інституту соціальної та політичної психології НАПН України*. Серія «Психологічні науки: проблеми і здобутки», 2011. Київ. КиМУ. Вип.2. С. 284-304.
118. Юшкевич Ю. С. Трансформація аксіосфери моралі сучасного українського суспільства / Є.Р. Борінштейн, Ю.С. Юшкевич. *Наукове пізнання: методологія та технологія*, 2014. №1 (32). С. 150-155.
119. Allport G.W. Attitudes. *The handbook of social psychology*. Ed. By Murchison P Worcester: Clarc University Press, 1935, 789 p.
120. Altman. I. Environment and social behavior: Privacy. territoriality. personal space and crowding. Monterey. Calif.: Brooks Cole. 1975. 256 с.
121. Asch S. E. Studies of independence and conformity: I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs*, 1956. № 70. С. 1–70.
122. Bandura A. Behavior theory and the models of man. *American Psychologist*. № 29. PP. 864

123. Bandura, A. Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 1977. № 84(2). PP. 191-215.
124. Bandura, A. Social Learning Theory. Englewood Cliffs, 1977. NJ: Prentice Hall
125. Barrett M. English children's acquisition of European Identity. Changing European Identities: *Social-Psychological Analyses of Social Change*. / ed. Breakwell G., Lyons E. Surrey: Oxford, 1996. PP. 349-369.
126. Barton A. Determinants of economic attitudes in the American business elite. *American Journal of Sociology*. 1985. №1. PP.54–87.
127. Belk Russell W. Collecting in Consumer Society. The Collecting Cultures Series. London-New-York. 1995. 237 c.
128. Błachnio, A., Przepiorka, A., Boruch, W. & Bałakier, E. Self-presentation styles, privacy, and loneliness as predictors of Facebook use in young people. *Personality and Individual Differences*. 2016. № 94. PP. 26–31. doi:10.1016/j.paid.2015.12.051
129. Capability Among Youth in Ghana. *Journal of Consumer Affairs*, 2014. Vol. 48, No. 2, pp. 301-322.
130. Changing Perspectives of International Education / Edited by P. O'Meara, H. D.
131. Coleman James S. Foundations of Social Theory . Harvard University Press, 1994.
132. Csikszentmihalyi M., Rochberg Halton E. The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self. *Contemporary Sociology*, 1981. № 12(4). January with 14.193 Cambridge University Press. DOI: 10.2307/2067526.
133. David Myers and Jean Twenge. Social Psychology, 2022. 14th Edition.
134. Deci, E. L., & Ryan, R. M. Intrinsic Motivation and Self-Determination. In *Human Behavior*, 1985. New York. Plenum Press.
135. Despard M.R., Chowa G.A.N. Testing a Measurement Model of Financial Capability Among Youth in Ghana. *Journal of Consumer Affairs*, 2014. Vol. 48, No. 2. PP. 301-322.

136. Dittmar H. *The Social Psychology of Material Possessions: To Have Is To Be*. New York: St. Martin's Press; London: Harvester Wheatsheaf, 1992. 250 p.
137. Dogruel L., Masur P. K. & Jöckel S. Development and validation of an algorithm literacy scale for Internet users. *Communication Methods & Measures*, 2022. № 16(2). PP. 115-133. URL: <https://doi.org/10.1080/19312458.2021.1968361>
138. Durkheim, Émile. *The Rules of Sociological Method*, Preface to the Second Edition, trans. W.D. Halls, The Free Press, 1982.
139. Erikson E. H. *Identity, Youth, and Crisis*. New York: W. W. Norton and Co., 1968. PP. 226–341.
140. Ericson E. H. The problem of ego identity. *Identity and anxiety: Survival of the person in mass society*. Glencoe: *The Free Press*, 2000. 189 p.
141. Etzioni A. The Socioeconomics of Property. *Journal of Social Behavior and Personality*, 1991. No. 6 (6): PP. 65-468.
142. Feldman Hall O. Norms and flexibility of moral actions. URL: https://www.researchgate.net/publication/327552798_Norms_and_the_Flexibility_of_Moral_Action
143. Francisco H. Ayala. The distinction of being human: morality. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK210003/>
144. Giddens A. *Modernity and Self-Identity*. Stanford, University. Press, 1991. 256 p.
145. Granato, J., Inglehart, R., & Leblang, D. (1996). The Effect of Cultural Values on Economic Development: Theory, Hypotheses, and Some Empirical Tests. *American Journal of Political Science*, 40(3), 612. <https://doi.org/10.2307/2111786>],
146. Hira, T. K., & Loibl, C. Gender differences in investment behavior. *Journal of Economic Psychology*, 2008. 29(3). PP. 301-314.
147. Hirschi, T. *Causes of Delinquency*. Berkeley: *University of California Pres*, 1969.
148. Hogan R. Moral development and the structure of personality. *J. Youth Adoles. 4: 1–15*. Hillsdale, NJ: 1975. PP. 153–167. Google Scholar

149. James S. Coleman. *Foundations of Social Theory* — Harvard University Press, 1994.
150. Kardiner A., Lipton R. *The Individual and His Society*. New York: Columbia University Press, 1945. PP. 431.
151. Kerby J. *Consumer behavior. Conceptual foundations*. New York: Dun-Donnelley Pub. Corp., 1975. 631 p.
152. Kohlberg L. Education, Moral Development and Faith. *Journal of Moral Education*, 1974. No. 4 (1). PP. 5–16.
153. Kohlberg L. *The Psychology of Moral Development: The Nature and Validity of Moral Stages*. Kohlberg, Harper & Row, 1984. 415 p.
154. Lee J. C., Mortimer J.T. Family Socialization, Economic Self-Efficacy, and the Attainment of Financial Independence in Early Adulthood. *Longitudinal and Life Course Studies*, 2009. Vol. 1. No. 1. PP. 45-62.
155. Lefebvre Henri. *Critique de la vie quotidienne. T. II. Fondements d'une sociologie de la quotidienneté*. Paris, L'Arche. 1961, 357 p.
156. Lusardi, A., & Mitchell, O. S. The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 2014. 52(1). PP. 5-44.
157. Mandell, L., & Klein, L. S. The impact of financial literacy education on subsequent financial behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 2009. 20(1). PP. 15-24.
158. McCloskey, Deirdre, 2006. *The Bourgeois Virtues: Ethics for an Age of Commerce* [University of Chicago Press]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izmerenny-bezmernyy-preuvelichenny-i-bezosnovatelnyy-pessimizm-o-knige-kapitalizm-v-xxi-veke-tomasa-piketti/viewer>
159. Mehlinger, R. Ma Newman. Indiana University Press, 2011. 419 p.
160. Mistry, R. S., Benner, A. D., Biesanz, J. C., Clark, S. L., & Howes, C. Family and social risk, and parental investments during the early childhood years as predictors of low-income children's school readiness outcomes. *Early Childhood*

161. Moreno C.P., Salcedo M., Rebellón M.-F., Anzelin I. An Approach to the Economic Socialization of University Students: The Origin, Uses and Meaning of Money. *International Education Studies*, 2018. Vol. 11. No. 7. PP. 92-105.

162. Newcomb T.M. An approach to the study of communicative acts. *Psychol. Rew.*, 1953. v. 60. PP. 293-304.

163. Otto A., Serido J. Economic socialization: childhood, adolescence and early adulthood. *Economic Psychology*, R. Ranyard (ed), Hoboken: Wiley-Blackwell, 2017, PP. 321-336.

164. Our Brains are Wired for Morality: Evolution, Development, and Neuroscience.. *Decety J; Cowell J. Frontiers for Young Minds*. 2016. № 4:3. doi: 10.3389/frym.2016.00003 ...

165. Parsons T. : zur Aktualität eines Theorieprogramms. Wiesbaden: Westdt. Verl., 2000.

166. Pavot W. The subjective evaluation of well-being in adulthood: Findings and Implications. / Pavot W., I Diner E. *Ageing International*, 2004. V 29(2). PP. 113-115.

167. Pearce S. On Collecting. An Investigation into Collecting in the European Tradition. «The Collecting Cultures Series». London-New York. 1995.

168. Pedersen Darhl M. Psychological functions of privacy. *Journal of Environmental Psychology*. Volume 17, Issue 2, June 1997. PP. 147-156 URL: <https://doi.org/10.1006/jevp.1997.0049>

169. Peter J. & Valkenburg P. M. Adolescents' online privacy: Toward a developmental perspective. In S. Trepte & L. Reinecke (Eds.), *Privacy online. Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web* (pp. 221–234), 2011. Berlin: Springer;

170. Piaget J. *The Psychology of the Child*, 1972. New York: Basic Books.

171. Pierce J. L., Jussila I., Cummings A. Psychological Ownership within the Job Design Context: Revision of the Job Characteristics Model. *Journal of*

Organizational Behavior, 2009. No. 30 (4). PP. 477-496. DOI: <https://doi.org/10.1002/job.550>],

172. Raj Stacey P., Raval Vaishali Vidhatri. Parenting and Family Socialization within a Cultural Context. *Socialization: Theories, Processes and Impact itors./* Ethan L. Anderson and Sophia Thomas (Ed.), 2013: Nova Science Publishers. Inc. PP. 57-78.

173. Rapaczynski, Andrzej. The Moral Significance of Economic Life. *Capitalism and Society*, 2013. Vol. 8. No. 2. Article 1.

174. Shim S., Serido J., Tang Ch. The ant and the grasshopper revisited: The present psychological benefits of saving and future oriented financial behaviors. *Journal of Economic Psychology*, 2020. Vol. 33. No. 1. PP. 155-165.

175. Socialization of University Students: The Origin, Uses and Meaning of Money. *International Education Studies, Course Studies*, 2009. Vol. 1. No. 1. PP. 45-62.

176. Tajfel H. Social identity and intergroup relations. *Cambridge Univ. Press*, 1982. 243 p.

177. Timothy Taylor. Economics and Morality. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2014/06/pdf/taylor.pdf>

178. Toews D. The New Tarde: Sociology after the End of the Social». *Theory Culture & Society*, 2003. Vol. 20 . No. 5. PP. 81-98.

179. Turenko Vitalii & Yarmolitska Nataliia. Philosophical explication of culture in the works of V. Ivanov and A. Yatsenko. *UKRAINIAN CULTURAL STUDIES*. 10.17721/UCS.2020.1(6).09/. C. 42.

180. Turner J. Social categorization and the self-concept: A social cognitive theory of group behavior. *Theory and research*. Greenwich: Connect, 1985. V. 2. 256 p.

181. Uexküll T. von. The sign theory of Jakob von Uexküll. Krampen et al. *Classics of Semiotics*. N.Y.: Plenum. 1987. PP. 147-179.

182. Wolfe M. Childhood and Privacy. Altman I., Wohlwill J.F. (eds) Children and the Environment. Human Behavior and Environment (Advances in Theory and Research), 1978. Vol 3. Springer. Boston. MA PP. 175-222.

183. Wolfe J., Rudy D., Grusec J. E. Implications of cross-cultural findings for a theory of family socialization. *Journal of Moral Education*, 1999. No 28. PP. 299-310.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Дембицька Наталія Миколаївна – провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, докторка психологічних наук, старша наукова співробітниця. Авторка передмови, пунктів 1.2, 2.1, 3.1 в цій монографії.

Зубіашвілі Ірина Костянтинівна – старша наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидатка психологічних наук, старша наукова співробітниця. Авторка пунктів 1.1, 2.3, 3.2 в цій монографії.

Лавренко Ольга Василівна – провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидатка філософських наук, доцентка. Авторка передмови, пунктів 1.1, 2.2, післямови, висновків до розділів 1,2,3 в цій монографії.

Мельничук Тетяна Іванівна – провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидатка психологічних наук, старша дослідниця. Авторка пунктів 1.3, 3.3 в цій монографії.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Дембицька Наталія Миколаївна

Зубіашвілі Ірина Костянтинівна

Лавренко Ольга Василівна

Мельничук Тетяна Іванівна

**ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ
МОЛОДІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА**

Монографія

За редакцією Н. Дембицької, О. Лавренко

Ум. друк. арк. 10,0

Авторська редакція

Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України
01033, м. Київ, вул. Паньківська 2
тел./факс: (044) 288-33-20

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів
і розповсюджувачів видавничої продукції
№ 6418 від 03.10.2018 р.