

М. Д. Виходцевський

ЩОДО «КОЛЬОРОВИХ УНІВЕРСАЛІЙ» БАЗОВИХ ЕМОЦІЙ

У роботі наведені результати дослідження співвідношень між деякими показниками структури психологічних захистів та «колірних універсалій» базових емоцій. «Колірними універсаліями» називаються колірні стимули, які мають високий рівень міжіндивідуальної узгодженості, що до оцінок їх суб'єктивної схожості з базовими емоціями. Різниця у напрузі психологічних захистів маскує прояви колірних універсалій.

Ключові слова: базові емоції, колірні універсалії, психологічні захисти.

M. D. Vykhodtsevsky

ABOUT «COLORISTIC UNIVERSALS» OF BASE EMOTIONS

The results of investigation of correspondence of the structures of psychological protections and coloristic universals of base emotions are presented in the article. Color stimuli for which the assessment of their objective similarity with basic emotions has high inter-individual coherence are called «Color universals». The degree of coherence of the various components of base emotions is a powerful argument in discussions about their nature, which are very relevant nowadays. The present study examines the assumption that the groups identified by tension of psychological protections, the distribution of marks of color similarity with basic emotions will be veraciously different from the common group. Data from a common group were evaluated as per «hard criteria» (consensus in estimation for 75% or more tested individuals) and as per «soft criteria» (statistically meaningful deviation of marks distribution from a uniform).

For selected 65 individuals of age between 15 and 48 years old it is shown that «hard criteria» is executed for 5 couples (out of 64) «base emotion – color» and «soft criteria» for 43 couples. During the investigation the influence of tenses of the psychological defenses 512 indicators were analyzed (8 basic emotions X 8 colors X 8 psychological defenses). In the subgroups allotted as per the tensions of psychological defenses 54 of them were definitely deviated from a common group and this can be taken as a proof of the assumption. It was defined that for the emotion “pleasure” the evaluation of similarity with the color mostly depends on the influence of a current state. The received data has a preliminary character and needs further examination.

Keywords: base emotions, coloristic universals, psychological protection.

Подано до редакції 10.05.2013

УДК 159.9

Т. В. Говорун

ЕКОНОМІЧНА КУЛЬТУРА В ГЕНДЕРНОМУ ВІМІРІ

Аналізуються причини диференціації економічного статусу чоловіків і жінок. На основі результатів пілотажного дослідження студентської молоді показана орієнтація дівчат на економічне самоствердження в мікроекономічному середовищі, а юнаків в макросоціумі, а також прихильність обох до традиційних статевих стереотипів. Низький рівень матеріальних домагань жінок, включно з професійними, мотивований соціалізованою установкою на фінансову верховенство чоловіків. Розвиток ринкової економіки ставить задачу більшого включення молоді, і в першу чергу жінок, в професійне підприємництво, використовуючи потенціальні можливості позитивної психології.

Ключові слова: гендерний аспект, економічна культура, матеріальний статус, мікроекономічне середовище, макросуспільство.

Чи пов'язані між собою категорії економічного, фінансового статусу індивіда його статевої належності та гендерних орієнтацій? У сучасному глобалізованому світі відповідь на це питання набуло характеру риторичного. Адже як в країнах з розвинутим рівнем економіки та демократії, так і в тих, які ще тільки на шляху його досягнення, жіноцтво є найбільш економічно дискримінованою «соціальною верствою» населення, яке отримує від 15% до 34-40% нижчу платню за свою професійну діяльність у порівнянні зі статтю «сильною». Не будемо зупинятись на перерахуванні вже добре відомих суспільних явищ, які стоять перепоною на шляху до рівності чоловіків та жінок в економічній сфері – «стате-

во відповідного» розподілу предметно-інструментальних та емоційно-опікуючих сфер професійної орієнтації та освіти, ефекті «скляної стелі» в кар'єрному просуванні «слабкої» статі, стерео типізації масової свідомості, а відповідно і змісту гендерної соціалізації, в якому жінку без сім'ї і дітей вважають не повноцінною, а її професійну самореалізацію шкідливою для жіночності, більше того – такою, яка перетворює її в чоловікоподібну істоту тощо.

Метою представленого в статті теоретико-емпіричного пілотажного дослідження було прослідкувати більш глибокі психологічні взаємозв'язки між культурою економічного самовизначення студентської

молоді та їхньою оцінкою суспільних процесів, їх гендерними настановленнями та прогностикою власної професійної самореалізації. Його попередні результати були отримані на основі контент-аналізу дискурсу суджень студентів – майбутніх психологів, висловлених в процесі організації фокус-груп, письмових нарративах, а також під час анкетування та тестування (база дослідження – Чернігівський філіал Рівненського університету слов'янознавства та вечірнього факультету психології Національного педагогічного університету імені М Драгоманова).

Постановка проблеми. XXI століття вважають «золотим сторіччям», яке характеризується економічним та політичним злетом жіноцтва в сфері суспільного життя і фінансово-підприємницьких досягнень. Навіть на пострадянському просторі, не кажучи вже про розвинуті демократичні країни, множить кількість жінок, які «самі себе зробили» - почали керувати великими підприємствами, корпораціями, партіями і, навіть, урядами та державами. На жаль українське жіноцтво пасе задніх в професійних та громадсько-політичних досягненнях і домаганнях, що можна пояснити передусім широкою експансією традиційних гендерних настановлень сучасними засобами масової інформації та насадженням сексичних поглядів урядовцями, суспільно-політичними інституціями. Статеві стереотипи, на кшталт: «економічне благополуччя сім'ї цілковито лежить на чоловічих плечах»; «місце жінки коло плити, а не в політиці»; «молодість та красу жінки можна вигідно продати»; «жіноче щастя – був би милий поряд...»; «я назву тебе зіронькою, тільки ти рано вставай... , тільки ти все встигай»; і тому подібних, як пізніше відзначали досліджувані студенти, значною мірою детермінують економічну культуру сучасної молоді.

Якою мірою чинник гендеру представлений в дослідженнях економічної поведінки як складової економічної культури? Основою положень економічних знань Адам Сміт (1723-1790), який в своїх працях «Дослідження причин і природи багатства народів» та «Теорія моральних почуттів людини» поряд з тезою «Хто не працює, той не їсть», підкреслював роль особистісного інтересу та його впливу на мотивацію економічної активності кожного індивіда. Саме власний інтерес, прагнення до насолоди і уникнення прикрих втрат, як «невидима рука» керує економікою людини, групи чи цілої країни. Ното економіс (людина економічна) на думку Джона Стюарда Міла, це передусім економічна поведінка – мотивація до заробітку, отримання зиску, максимуму задоволення і мінімуму витрат.

Якщо поняття економічної культури в минулі часи характеризувалось переважно в категоріях фінансових – витратних коштів, прибутку, доходу тощо, то в сьогоденні економічні категорії є невід'ємними від цивілізаційних засад їх забезпечення певними правовими та морально-психологічними засадами. Не тільки психологи, але й економісти виокремлюють чіткі, прозорі етико-психологічні засади економічної активності, які власне і підтверджують чи спростовують міру її «окультурення»:

чесність у сплаті податків, підприємливість, заощадливість, соціальна спрямованість виробництва тощо, а також задоволення в її процесі провідних соціальних потреб: у визнанні, досягненні успіхів, самореалізації, прихильності оточуючих людей і спілкуванні з ними та інших, які завжди детермінують поведінку на рівнях мікро-(сімейний, індивідуальний добробут) та макроекономіки(професійний заробіток, підприємництво, творення фіскальної політики фірми,компанії тощо). До них відносять також розсудливість, виваженість економічних рішень, здатність максималізувати зиск і мінімізувати витрати, виважену ризикованість фінансових ініціатив в найближчій та віддаленій часовій перспективі.

Вміння відповідати суспільним запитам ринку, користність діяльності, спрямованість економічної активності на реалізацію як власних потреб, так і потреб соціального довкілля, розглядають рухомою силою вибору професії і форм заробітку поряд з рівнем економічних знань, здатністю керуватись ними в оцінці економічної ситуації на мікро- та макрорівні.

Якою мірою вищеназваними ознаками економічної культури володіє студентська молодь? Основна ідея дослідження, проведеного П'єррете Вергес (Франція) та Тадеушем Тишкою (Польща), була спрямована на порівняння економічних уявлень французької та польської молоді та доведення того, що тип соціального устрою держави має безпосередній вплив на сприйняття економічних реалій життя [8]. Якщо французькі студенти, характеризуючи найбільш взаємопов'язані слова з економічних явищ вільного ринку, завжди групували поняття, як-то "інвестиції", "зиск", "продукція", "кредит" і т.п. навколо головних категорій (підприємництво і держава), то польські – більшою мірою вказували на негативні чинники, виокремлюючи взаємозв'язок слів "зміна системи господарювання", "економія", "криза", "інвестиція", "безробіття", "ризик", "борг". Гендерні диференціації сприйняття економічних реалій громадянами країн з розвинутою ринковою економікою (Англія, Нідерланди – 400 осіб) та пострадянських країн (Польща, Угорщина – 400 осіб) вивчались в крос-культурному дослідженні, проведеному в 1992 році президентом Міжнародного товариства економічної психології Тадеушем Тушкою[9]. Виявилось, що мешканці країн з усталеною ринковою економікою, згідно даних досліджень, позитивно оцінювали різні форми ведення бізнесу, особливо можливості підприємництва в інноваційних сферах економічного життя. Вони також позитивно відносились до активності громадян в обстоюванні своїх економічних прав в професійних об'єднаннях і фахових спілках, позитивно ставились до можливостей розвитку бізнесу за умови кредитування, інвестицій, чесно проведених банківських операцій, освоєння нових професій.

Мешканці пострадянських країн (поляки та угорці) мали досить насторожений погляд на вищеназвані економічні реалії, проте на протигагу норвежцям та англійцям достатньо прихильно відносились до аморальних форм ведення бізнесу – визнавали можливим ухиляння від сплати податків, отримання та давання хабарів, припуска-

ли можливість аморальних форм поведінки (брехні, підкупу з метою особистісного збагачення). Вони не бачили доцільності в освоєнні та відкритті нових сфер підприємництва, таких як купівля облігацій, заощадження енергії, забезпечення різними видами страхових полюсів, відкриття розважальних закладів тощо [8].

Висновки цього та інших подібних досліджень сфери економічного функціонування суспільства та індивіда [1–6], слугували вихідними положеннями для постановки мети і основних завдань дослідження – з’ясування гендерних відмінностей в реальному та потенціальному мікротамакроекономічному функціонуванні (життєдіяльності) сучасної студентської молоді, формулюванні гіпотез та доборі його методичних прийомів. Перефразуючи відомий вислів Адама Сміта про «невидиму руку економічних інтересів», ми висунули гіпотезу про набуту «праворукість» та «ліворукість» статей у виборі та реалізації стратегії матеріального забезпечення.

На першому етапі пілотажного дослідження (в процесі проведення фокус-груп а також написання наративів

«Моє фінансове і матеріальне забезпечення через 10 років» ми поставили собі за мету з’ясувати, як ставляться юнаки та дівчата до можливості відкриття власного бізнесу (надання консультативної та психотерапевтичної допомоги клієнтам різного віку) чи орієнтації на членство в усталеному професійному колективі у віддаленій часовій перспективі.

Оскільки бачення свого економічного майбуття ми прагнули побачити через призму різних гендерних орієнтацій (егалітарних та традиційних), то студентам, які ще не вивчали психологію статі, пропонувалось висловити свою згоду в шкальній оцінці з низкою поширених в масовій свідомості (їхніх майбутніх клієнтів) статево-рольових настановлень (оцінювалася позитивною відповідь з оцінкою 4 і 5, а негативною – 1 і 2) та планів.

Результати попереднього економічного самовизначення в майбутній професійній діяльності представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Статевий розподіл вибору можливостей економічної активності (у %)

Варіанти економічного функціонування	Жінки	Чоловіки
Групова форма фахово-фінансової активності	62,6	30
Індивідуальна форма фахово-фінансової активності	38	68
Не визначились	4	2

Отримані дані засвідчують більш високий рівень психологічної готовності студентів-чоловіків до індивідуальних форм економічної активності, а значить і настановлень на суб’єктність підприємництва – уміння брати на себе фінансові, організаційні, податкові зобов’язання, що є ознаками набуття економічної культури, про те, чи відповідають ринкові настанови статей засадам їх гендерної рівності.

Якою мірою статеві стереотипи опосередковують уявлення студентів щодо сфер професійно-фінансової активності чоловіків і жінок? Розподіл відповідей студентів, які засвідчують ступінь інтеріоризації ними патріар-

хальних гендерних стереотипів представлені в табл. 2. Представлені дані засвідчують поширеність стереотипізованості традиційних економічних уявлень студентів щодо сфер розподілу особистісної відповідальності статей. Все ж статево-типізовані погляди не схвалюються значною кількістю як юнаків, так і дівчат, а їхню подільність можна пояснити також труднощами економічного самовизначення на перехідному етапі розвитку української суспільства та слабкістю становлення її ринкових засад, а також об’єктивними перепонами на шляху розширення малого бізнесу.

Таблиця 2

Розподіл традиційних суджень щодо сфер економічної активності статей (%)

Зміст судження	Відповіді	
	Жінки	Чоловіки
Найголовніший обов’язок жінки – забезпечувати добробут домашньої економіки для дітей, чоловіка і родичів.	40	65
Надмірна професійна активність жінки перешкоджає виконанню нею ролі матері і березині дому.	35	55
Жінка – керівник, менеджер чи підприємець є менш фінансово успішною, ніж чоловік.	34	68
Більший фінансовий внесок в бюджет сім’ї та її матеріальне забезпечення має робити саме чоловік.	64	70
Професія та кар’єра, успішний фінансовий бізнес є набагато важливішими для чоловіків, ніж для жінок	60	80
Чоловік має всіляко сприяти успішності кар’єри жінки, виконуючи всі необхідні обов’язки з домогосподарювання на рівних з нею засадах.	46	28

Про це переконливо свідчила частотність асоціативного переліку слів, застосованих студентами обох

статей в характеристиці властивостей особи, яка стала успішною у започаткуванні власної справи (згідно

обробці наративів, представлених фокус-групами на відповідну тематику). Їх рейтингова послідовність включала такі поняття, як: "мужній"; "ризикований"; "кмітливий"; "знайомий з підводними шляхами"; "при солідній сумі грошей, зароблених у прихований спосіб"; "хитрий"; "орієнтований кому і скільки"; "пробивний"; "нахабний"; "меркантильний"; "безжалісний до конкурентів"; "егоцентричний"; "фальшивий"; "брехливий"; "скупий"; "зарозумілий". Цілком очевидним є факт, що переважна більшість психологічних означень успішного підприємництва в сучасні часи аж ніяк не підпадає під моральні принципи економічної культури.

З метою вивчення засвоєних базових економічних знань та уявлень студентства, порівняння їх рівня у жіночої та чоловічої статі було визначено низку основних понять та запропоновано з переліку 30 економічних категорій (записаних на окремих картках) вибрати ті, які найбільше пов'язані з суспільним та приватним сектором економічного життя людини. Часто та вибору слів, пов'язаних з характеристикою суспільного та сімейного секторів економічного життя дівчатами та юнаками, в опосередкований спосіб ілюстрували спрямованість їхніх інтересів (вибірку пілотажного дослідження склало понад 50 осіб).

Таблиця 3

Гендерні відмінності в розумінні економічних понять

	Поняття	Відповіді студентів		Поняття	Відповіді студентів	
		Жінки	Чоловіки		Жінки	Чоловіки
Суспільний сектор	Міжнародний світовий банк	25	56	Заощадливість і причини бідності	80	70
	Ринкова економіка	30	60	Джерела постійних і тимчасових доходів (суми)	80	65
	Конкурентоздатність	50	70	Планування поточного і віддаленого в часі розподілу доходів та витрат (бюджет родини)	60	50
	Підприємництво юридичної особи	45	80	Споживчий кошик та інфляція	80	90
	Корупція-випадки	85	90	Кредитні покупки товарів: + та -	60	50
	Інфляція - порівняльний рівень	85	90	Інфляція в цінах	85	65
	Планова економіка	70	90	Іпотечний внесок	30	50
	Здорова конкуренція	60	60	Види поточних комунальних витрат	50	40
	Монополія і ціноутворення	40	56	Економія-джерела	80	60
	Інвестиції, їх значення	35	60	Борги, погашення кредитів	70	50
	Державний борг	60	86	Ціноутворення продуктів і послуг	80	80
	Дефіцит бюджету країни	35	60	Підсобне господарювання	65	50
	Кредитні відсотки	30	45	Державні субсидії для сімей	50	40
	Спільний економічний простір, світова організація торгівлі	20	30	Консумерські акційні розпродажі	85	60
	Сімейний сектор	Ризики капіталовкладення	20	35		
Суспільні дотації		20	35			
Субсидії державні		40	30			
Безробіття жіноче і чоловіче		60	50			

Розуміння економічних категорій юнаками та дівчатами засвідчує відмінності статей в розумінні сфер їх застосування. Вони демонструють більшу відстороненість значної частки жінок від проблем економічного функціонування держави, їх вищу включеність в мікроекономічні процеси. Студенти-чоловіки більше розбираються в макроекономічних реаліях буття. Зазначимо, що така диференціація відповідає традиційному розподілу соціальних ролей, а відтак – прогнозує певною мірою можливості прийняття ними фінансових рішень та зобов'язань в соціальній та приватній сферах економічного життя. Це означає нижчу готовність жіноцтва до участі в суспільно-політичному, а значить і економічному житті країни шляхом освоєння затребуваних професій, перекваліфікації, прийняття рішення про власний бізнес, підвищення рівня власної підприємницької активності

тощо. Не випадково підприємницькі риси щодо ведення домашнього господарства частіше спостерігаються у жінок, в той час як соціальна підприємливість (розгортання малого та середнього бізнесу) – у чоловіків.

З іншого боку, виявлена сегрегація економічних інтересів опосередковано засвідчує порушення балансу статей між суспільним і приватним, професійним функціонуванням та сімейними обов'язками. Забезпечення рівних можливостей чоловіків та жінок в досягненні соціального статусу неможливе без вимоги взаємозамінності статей в сімейному функціонуванні.

З огляду на виявлену дихотомію статей у сферах економічної особистісної соціалізації (жінки – сімейна сфера, чоловіки – суспільна) слід звернути увагу на те, що економічна культура особистості у всіх суспільствах та культурах оцінюється за низкою основних

показників. Це, по-перше, професійна, фахова компетентність людини, яка визначає її самоефективність, самодостатність. Повноцінність суспільного її функціонування передбачає вміння орієнтуватись в економічних процесах, віднаходити своє місце в соціальній структурі економічного буття.

По-друге, згідно з даними психологічними дослідженнями, мотивацію економічної активності індивіда, незалежно від того, в рамках яких суспільних відносин вона здійснюється – ринковій чи змішаній, складають не зовнішні чинники (заробіток, управлінська політика закладу, форми та умови праці тощо), а, передусім, внутрішні можливості особистісного зростання, фахового самовдосконалення, реалізації запитів на творчість, креативність, участь в колективному вирішенні виробничих проблем. Доведено, що на зовнішні чинники працівники вказують лише тоді, коли йдеться про внутрішні причини незадоволення працею. Саме брак втілення принципів економічної культури, можливостей самовиявлення ініціативи, творчості, перспектив професійної діяльності та фахового вдосконалення здатний викликати фрустрацію економічних мотивів, породжувати страх «втрати Я». Отже, економічна культура людського буття вимірюється не стільки фінансовими параметрами, скільки мірою задоволення процесом заробляння грошей, реалізацією соціальних потреб людини. Тож, перспективам розвитку професійної діяльності як формі економічного самоствердження будуть в першу чергу віддавати перевагу не тільки молоді, але й старші люди, навіть у тих випадках, коли їх будуть заманювати і стимулювати лише підвищенням заробітної платні.

Проте фрустрація соціально-орієнтованих потреб людей в економічному соціумі, який збудований на корупційних схемах, а саме дачі та прийнятті хабарів, монополізації виробництва, вольовому адмініструванні зниження конкуренції тощо, може спричинити і спричиняє деформацію структури цінностей в індивідуальній та масовій свідомості. Саме тоді мотивами економічної активності виступає швидке збагачення, нелегальний бізнес, ухиляння від сплати податків, крадіжки, фізичне та психічне знищення конкурентів, купівля дипломів, сертифікатів, обман покупців, маніпуляція рекламою і тому подібні явища економічної антикультури.

Якщо базуватись на визначенні економічної культури особистості В.В. Москаленко як засвоєної системи соціально-економічних відносин, цінностей та норм, «...які, виникаючи за межами економіки та набуваючи всередині неї спеціального значення у відповідності з її потребами», то гендерні відмінності є породженими обмеженням сфер соціалізації статей, а відповідно і зниженням рівня впевненості в собі, можливостях професійного самоствердження, які здатні забезпечити їм певні рівні економічних досягнень, а отже й відповідно рівня свободи особистості.

Економічна культура – це навчання вибору в умовах обмежених, лімітованих ресурсів зовнішнього

середовища і необмежених особистісних потреб та інтересів. Економічним товаром можуть виступати також людські ресурси (професійна кваліфікація, освітній рівень). Економічна культура проявляється не тільки в умінні планувати і дотримуватись місячного чи річного бюджету, але й у прийнятті нових професійних, кар'єрних викликів в умовах ринкової економіки.

Результати пілотажного дослідження спонукали нас до пошуку методологічних підходів до психодіагностики самовизначення молоді в реаліях економічного буття та освоєнні економічної культури. Адже будь-яка форма економічної поведінки будь то підприємництво чи менеджмент, тією чи іншою мірою має завжди свій психологічний рівень задоволення-незадоволення. Так, наприклад, усвідомлення економічної кризи, її загроз для індивідуального, сімейного благополуччя чи добробуту підприємства і навіть держави може переживатися як стрес, тривожний стан, викликати апатію, пасивність, або ж навпаки – сприйматися як виклик, який спонукає індивіда до пошуку найефективнішого розв'язання матеріальної проблеми – підвищення кваліфікації або зміни місця праці і навіть набуття нових професійних вмінь та згуртуванні з іншими людьми з подібною долею. Отже, крім інтернальності локусу-контролю важливу роль в досягненні бажаного статусу економічного благополуччя відіграють засади, що забезпечують позитивне мислення.

Відомо, що в *позитивній психології* відчуття задоволення, щастя, благополуччя поділяється на два різновиди – *гедоністичне* як ситуативне задоволення, яке зазвичай є короткотривалим, сенсорним за джерелом насолоди; та *ціннісне*, внутрішньо-особистісне. Останнє досягається тоді, коли людині вдається досягти значущих для неї цілей, задач, смислів буття. Ось чому такий різновид позитивних переживань називають результатом ціннісно-сміслового благополуччя, реалізації особистісного потенціалу.

Дискусії щодо того, яке задоволення приносить більшу втіху і насолоду – гедоністичне, ситуативне чи ціннісно-сміслове, віддають перевагу останньому, оскільки саме воно здатне зрушити глибинні емоції, піднести самоповагу, продовжити тривалість відчуття щастя. Показовим в цьому плані може бути приклад однієї з студентських груп, яка вирішила замість того, щоб святкувати випускний вечір в ресторані переказати заощаджені гроші в дитячий будинок для потреб місцевих дітей, позбавлених батьківської уваги. То ж випускні бали швидко стерлися з пам'яті інших студентських груп, проте ті, що організували свято для дітлахів ще впродовж багатьох років пригадували і відзначали пам'ятну подію.

Хоча позитивна психологія розглядає однаково важливими обидва джерела насолоди і заперечує особистісну самореалізацію як вищий рівень задоволення, все ж її основні постулати базуються на важливості для особи переживання стану захоплення діяльніс-

тю, поглинання її сутності, захоплення своїми досягненнями. Більшість пересічних людей цілком погоджуються з тим, що відчуття задоволення від реалізації соціальних потреб, самореалізації підвищує самоповагу на противагу короткотривалим миттєвостям щастя від покупок товарів, насолоди розвагами, гарним відпочинком, смачними стравами тощо. Культура економічного буття людини якраз і полягає в тому, щоб максимізувати довготривалі досягнення матеріального забезпечення реалізацією життєво важливих цілей і мінімізувати ситуації нестачі коштів. Не випадково бідність вважають найбільшою людською вадою, а матеріальний достаток – необхідною умовою особистісної свободи.

Якщо застосувати модель основоположника позитивної психології М. Селідмана [7] до економічного благополуччя людини, то згідно його *теорії благополуччя* особистісні досягнення залежать від реалізації основних умов, як-то: *включення в діяльність, захоплення нею, задоволення міжособистісними взаєминами з оточуючими людьми, реалізацією смислів своєї діяльності і її досягненнями*. Такі умови персоналізованої діяльності можуть бути реалізовані як на рівні мікроекономіки (домогосподарство, присадибна ділянка тощо), так і на макрорівні.

Якщо співвіднести запропоновану концептуальну модель задоволення життям позитивної психології з соціальною ситуацією розвитку студентської молоді, то її структурні складові можуть виступати прогностикою і водночас діагностикою психологічних станів молоді людини (благополуччя чи невдоволення життям), яка освоює ази своєї професії, визначається зі своїм майбутнім матеріальним статусом. Індикаторами його теперішнього а головне майбутнього психологічного благополуччя можуть виступати показники «кола фортуни» Селідмана, а саме впевненість в слушності зробленого професійного самовизначення і його особистісна значущість, узгодженість обраного шляху з власними життєвими цінностями, переконаність у власній спроможності повноцінно реалізувати свій потенціал з максимальною самовіддачею і в гармонічних стосун-

ках з оточуючими людьми.

Теоретичні засади позитивної психології спонукали нас до пошуку адекватних її концептуальним положенням психодіагностичних методик. Окрім традиційних опитувальників на виявлення рівня економічних знань та гендерних орієнтацій студентської молоді, її ставлень до економічних реалій в сучасній Україні, нашим завданням був пошук стандартизованих психологічних методик, спрямованих на поглиблену рефлексію юнаками та дівчатами своїх психічних станів, пов'язаних з оцінкою здатності налагоджувати соціальні зв'язки з іншими людьми, включатись в професійну діяльність, вдосконалюватись в ній в сьогоденні та майбутньому, реалізувати свої життєві погляди, смисложиттєві орієнтації, досягати успіхів.

Пілотажна апробація низки опитувальників дала змогу виявити найбільш адекватні структурним складовим особистісного благополуччя і водночас спрямовані на діагностику можливостей економічного самоствердження молоді людини в обраній професійній діяльності. Всі вони в прямий чи опосередкований спосіб діагностували ступінь задоволення собою і взаєминами з оточуючими у виконанні професійної праці, її досягненнями, її відповідністю власній системі цінностей. Їх застосування буде спрямоване на перевірку головної гіпотези:

Система егалітарних цінностей студентської молоді корелює з особистісною конгруентністю як досягнутим рівнем задоволення відчуттям узгодженості між захопленням улюбленою професійною діяльністю, її досягненнями та значущістю реалізованих в ній життєвих цінностей та смислів, а також позитивних взаємин з оточуючими людьми. Ступінь конгруентності визначається особистісною значущістю її складових, які диференціюються за статевою належністю. Відчуття браку економічної ефективності, індивідуальної самоспроможності та самодостатності більшою мірою притаманний жіночій статі, в той час як чоловічій ідеології фінансового контролю та здатності вирішувати поточні екзистенційні проблеми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования. - М: Изда.-во „Институт психологии РАН„ 2007. - 480 стр.
2. Максименко С.Д. Особистість у вимірі економіки // Соціальна психологія. – 2004. - № 4(6), с. 184-186.
3. Максименко С.Д. Генезис существования личности. – К.: Издательство ООО «КММ», 2006. – 240 с.
4. Москаленко В.В. Економічна соціалізація особистості: концептуальна модель // Соціальна психологія, 2006. - №3 (17). – с. 3-17.
5. Москаленко В.В. Особливості соціально-психологічних чинників економічної культури особистості // психологія, 2006 №5 (19), с. 26-38.
6. Lopus J.S., Morton J.S., Reinke R., Schug M.C., Wentworth D.R. Exemplary Lessons for High School Economics. Student Activities. // New York - National Council on Economic Education, 1989. – 125 p.
7. Positive Psychology. A practical guide. London: Icon Books Ltd, 2012. - 216 p.
8. Tyszka Tadeusz Psychologia ekonomiczna – Gdansk GWP, 2004. – 613 str.
9. Tyszka Tadeusz Psychologia zachowani ekonomicznych – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWW, 1997. – 182 str.
10. Fiske Susan T. Social Beings – a core motives approach to Social Psychology. – Danvers: John Wiley and Sons, 2004.

Т.В. Говорун

ЭМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В ГЕНДЕРНОМ ИЗМЕРЕНИИ

Анализируются причины дифференциации экономического статуса мужчин и женщин. На основе результатов пилотажного исследования студенческой молодежи показана ориентация девушек на экономическое самоутверждение в микроэкономической среде, а юношей в макросоциуме, а также приверженность обоих традиционным половым стереотипам. Низкий уровень материальных притязаний женщин, включая профессиональных, мотивирован социализированной установкой на финансовое верховенство мужчин. Развитие рыночной экономики ставит задачу большего вовлечения молодежь, и в первую очередь девушек, в профессиональное предпринимательство, используя потенциальные возможности основ позитивной психологии.

Ключевые слова: гендерный аспект, экономическая культура, материальный статус, микроэкономическая среда, макрообщество.

T. V. Hovorun

ECONOMIC CULTURE IN GENDER ASPECT

The article deals with the reasons of economical female and male status differentiation. On the basis of pilot study of students women's orientation on economic self-affirmation in the microeconomic environment and men's orientation in the macrosociety, and also the adherence of both to traditional gender stereotypes is demonstrated. According to the focus-group results and the content-analysis of studies on the topic "My material status in ten years" we discovered some causes of traditional gender role expectation. They are connected with strong mass-media influence from one side and low economical culture level, violence of moral principles of business conducting in contemporary Ukraine, from the other. The low level of material status of women is explained by socialized pattern about the financial supremacy of men. The development of market economy sets a task for modern youth and especially for young women to be involved in professional entrepreneurship and business, using potential abilities of foundations of positive psychology. The usefulness of the concept of positive psychology goes beyond the motivational issues recognized as traditional and egalitarian self system.

Keywords: gender aspect, economic culture, material status, microeconomic environment, macrosociety.

Подано до редакції 11.05.2013