

УДК 338.22:330.16

О.О. Міщенко, канд. психол. наук, ст. наук. співроб. лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна

ОБРАЗ «ЛЮДИНИ ПІДПРИЄМЛИВОЇ» ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ

У процесі трансформації суспільства відбуваються радикальні зміни в економічному житті країни, які не можуть не позначитись на економічній культурі особистості. Психологічні якості особистості, які є втіленням нормативного образу homo economicus, є економічною культурою індивіда.

Ключові слова: економічна культура, економічна соціалізація, економічні цінності, нормативний образ, homo economicus.

В процессе трансформации общества происходят радикальные изменения в экономической жизни страны, которые не могут не отразиться на экономической культуре личности. Психологические качества, которые являются воплощением нормативного образа homo economicus, являются экономической культурой индивида.

Ключевые слова: экономическая культура, экономическая социализация, экономические ценности, нормативный образ, homo economicus.

In the process of transformation of society there are radical changes in economic life countries which affect economic culture of personality. Psychological qualities which are embodiment of normative appearance of «homo economicus» are the economic culture of individual.

Key words: an economic culture, economic socialization, economic values, normative appearance, homo economicus.

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю вирішення складних життєвих завдань, які особливо гостро постають перед молодістю під час всесвітньої фінансової кризи. Рано чи пізно кожна молода людина обирає подальший життєвий шлях, місце працевлаштування, визначає своє місце у новому економічному просторі. Саме економічна культура особистості, яка формується в процесі економічної соціалізації, повинна відіграти вирішальну роль в успішній соціальній адаптації молоді до нових умов життя.

Постановка проблеми. В часи трансформації суспільства змінюються звичні зразки поведінки людини. Старий образ людини традиційного типу не відповідає новим потребам суспільства, особливо в економічній сфері. Традиційний соціальний тип людини продовжує існувати, але нові економічні умови, що виникають, роблять колишні риси особистості непотрібними. Люди продовжують діяти відповідно до складу свого характеру, але їх поведінка або заважає досягненню економічних цілей, або вони просто не здатні діяти ефективно в нових економічних умовах. Отже, традиційні позитивні особистісні риси характеру, такі як обережність, довірливість, поміркованість, у сучасному економічному просторі втрачають свою цінність; важливими стають такі риси, як ініціативність, здатність до ризику, агресивність тощо. Особистісні якості, які свого часу допомагали пристосовуватися до соціальних умов у минулому, нині не відповідають потребам людини. Економічний розвиток суспільства відбувається швидше, ніж змінюється характер людини, її настанови, уподобання, особистісна система цінностей. Розрив між еволюцією економічною і еволюцією психологічною призводить до того, що в процесі звичайної економічної діяльності психологічні риси особистості не відповідають новим вимогам ринку. За таких умов виникають перехідні типи особистості.

Аналіз попередніх досліджень. Психосоціальний економічний тип сучасної особистості, особистості періоду трансформації суспільства, характеризується як перехідний, тобто як такий, що зумовлений, з одного боку, підсвідомим засвоєнням архетипів старого суспільства, а з іншого – новим суб'єктивним життєвим простором з його новими прагненнями, домінуючими інтересами, цінностями та їх значеннями [4].

Засвоєння економічних цінностей суспільства індивідом відбувається не механічно, а творчо, опосередковано через свій внутрішній світ, особистісні психологічні якості. Якщо виходити з того, що економічною культурою особистості є якості – носії економічного типу особистості, то дослідження економічної культури суспільства ринкової економіки потребує визначення нормативної моделі економічного типу людини цієї економіки.

Різні системи економічних цінностей стимулюють створення різних моделей – нормативних типів особистості. Так, класична модель *homo economicus*, яка була створена ще у XVIII столітті А. Смітом, втілювала образ раціональної людини, незалежної від діючих на конкурентному ринку суб'єктів; людини, що володіє новою інформацією про ситуацію, в якій вона діє, задовольняючи свої потреби; людини, яка прагне до максимізації своєї вигоди. Відповідно до змін самого ринкового господарства еволюціонував і образ «економічної людини». Образ *homo economicus* змінювався в результаті суспільних змін. У дослідників цього образу зміни у його змісті відбувались відповідно зі змінами проблем економічної психології, які відповідали змінам суспільства. Економічні психологи підтвердили, що поведінка «економічної людини» не підпорядковується простим закономірностям максимізації вигоди та раціональних розрахунків, а значний вплив на економічне рішення здійснюють психологічні фактори. Чимало досліджень в американській психології присвячено особливостям економічної поведінки споживачів. Доводиться, що ядром моделей споживання є такі конструкти, як мотиви, установка, сприйняття, увага, наміри тощо. Суб'єкти економічної діяльності у виборі рішення керуються не об'єктивними економічними законами, а своїми уявленнями про них, які можуть відхилятися від економічної вигоди. Найважливішими особистісними особливостями, які впливають на економічну поведінку, є вольові, комунікативні, а також співвідношення раціонального й емоційного в профілі особистості. Отже, образ *homo economicus* в різні історико-культурні періоди суспільства має різний зміст, який залежить від соціально-економічних умов життєдіяльності суспільства. Зміни соціальних умов супроводжуються змінами економічних цінностей суспільства і, відповідно, змінами соціально-економічних типів людини, що знаходить відображення в змінах змісту, який вкладається в образ *homo economicus*. Цей образ, що втілено в економічній культурі суспільства, визначатиме особливості економічної соціалізації, а саме: чи буде підтримуватись різними агентами активність чи пасивність підростаючого покоління, його прагнення до індивідуального успіху, чи орієнтація на колективні досягнення, інтернальний чи екстернальний локус контролю, гармонійність чи структурна неузгодженість елементів «Я-концепції». Отже, образ-ідеал «людини економічної» регулюватиме поведінку і розвиток особистості відповідно до змісту моделі образу людини, який детерміновано її соціально-економічним простором.

Існує досить багата література, в якій економічним типом людини ринкової економіки (зокрема, капіталістичної) визначається підприємницький тип особистості як такий, на який спирається «дух капіталізму» (М. Вебер). М. Вебер вважав основними рисами підприємницького духу, такі як готовність до ризику, духовна свобода, воля і наполегливість, багатство ідей, уміння об'єднувати людей для спільної діяльності [2]. В. Зомбарт, який одним з перших створив психологічний портрет підприємця, стверджував, що дух підприємництва є головною характеристикою капіталістичного духу [3]. До важливих якостей психологічного портрета підприємливої людини належать: компетентність, комбінаторне обдарування, розвинута інтуїція, перспективне мислення, талант координатора зусиль співробітників, здібність і готовність до соціально-лояльного спілкування з іншими людьми і водночас уміння йти проти течії, схильність

до ризику, внутрішній локус контролю, прагнення боротися та перемагати, потреба в самоактуалізації і суспільному визнанні, переважання мотиву досягнення над мотивом запобігання невдачі [3].

Характеристику типу особистості ринкової економіки дав Е. Фромм у своєму аналізі типів соціального характеру [5]. За Е. Фроммом, «риннок» як соціально-економічна альтернатива старого світу породив психологічний феномен, відомий як «ринкова орієнтація характеру». Характеризуючи останню, вчений підкреслює значення в ній «особистісного ринку», який інтенсивно розвивається в нашій дійсності. Суть особистісного ринку полягає в тому, наскільки добре людина вміє продати себе на ринку, наскільки приваблива її «упаковка». Тепер, щоб досягти успіху, мало володіти умінням, розумом, майстерністю і порядністю. Успіх залежить від здатності вступати в конкурентну боротьбу з подібними собі.

Нова, ще не зовсім сформована економічна культура, народжується в надрах старого світу. Одночасне існування багатьох пластів цінностей, жоден з яких не являє собою чітко структурованої нормативної моделі, ускладнює процес економічної соціалізації. Говорячи про суперечливість цього процесу, К. Хорні відзначає два його показники: ригідність реагування і розрив між можливостями людини та їх реалізацією [6]. Ригідність реагування – це брак гнучкості, яка дозволяє людям реагувати різним способом на різні ситуації. Розбіжності між потенційними можливостями певної людини, її здібностями й життєвими досягненнями сприяють підтримці перехідного потребово-мотиваційного стану як захисного механізму в умовах несприятливого для неї способу життя. Цей стан Б. Братусь, наприклад, характеризує як такий, за якого є бажання, прагнення, потреба, але немає чітко визначеного предмета, що їх задовольняє, немає визначеного шляху життєдіяльності. Людина в такому стані може ще говорити про те, чого вона не хоче, але не про те, що їй справді потрібно [1].

У моделі підприємливого типу людини втілено вимоги суспільства на конкретні економіко-психологічні якості особистості, на певну міру її економічної культури. У різних індивідів міра економічної культури має різний ступінь наповнення, проте кожне суспільство прагне до найбільш повного її втілення в кожній особистості.

Згідно з нашою концепцією, економічна культура особистості детермінується образом «людини економічної», ядром якого є підприємливість як нормативний канон людини ринкової економіки. З цього можна зробити висновок, що рівень економічної культури студентів вимірюватиме втіленням в образі «людини економічної» якостей підприємливості. Виходячи з цього, своїм завданням ми визначили проаналізувати образ підприємливої людини у свідомості студентів.

Отже, щоб з'ясувати, як студенти уявляють підприємливу людину, якими суттєвими характеристиками її описують, чи можливо виявити її узагальнений типовий образ, нами було використано метод незавершеного речення. Контент-аналіз того, як досліджувані закінчують проєктивне незавершене речення анкети: «Я вважаю, що підприємлива людина – це...», дає змогу відповісти на зазначені питання.

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

Результати дослідження та їх обговорення. Якою уявляють підприємливу людину опитувані, якими суттєвими характеристиками її описують? Чи можливо виявити її узагальнений типовий образ? Контент-аналіз того, як досліджувані закінчують проєктивне

SOCIAL WORK PROBLEMS

незавершене речення анкети: «Я вважаю, що підприємлива людина – це...», дає змогу відповісти на зазначені питання.

Завдання осмислено завершити речення про підприємливу людину змогли виконати 79,4 % досліджуваних. Серед 15-17-річних більше, ніж 18-21-річних тих, хто не впорався із завданням ($p \leq 0,05$). Всього опитуваними було використано 790 визначень підприємливої людини, в середньому кожен опитуваний дав по 2 визначення. Весь масив характеристик підприємливої людини був нами кластеризований на 19 тем (класів). Назви дефінітивних тем у послідовності від найбільш до найменш поширених представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Характеристики підприємливої людини, n=398

№з/п	Підприємлива людина	Частота відповідей	%
1	Досягає успіху	244	31
2	Цілеспрямована, має мету, планує	213	27
3	Знайде вихід із складної ситуації, творчо мислить	173	22
4	Наполеглива, вперта, працелюбна	118	15
5	Знаходить вигоду, заробляє гроші, досягнула матеріального благополуччя	86	11
6	Розумна, інтелектуальна	86	11
7	Моральні якості	86	11
8	Спеціаліст, професіонал, освічена	79	10
9	Комунікабельна	71	9
10	Приймає рішення, рішуча	63	8
11	Здатна до ризику	63	8
12	Самостійна, незалежна людина	55	7
13	Впевнена у собі	55	7
14	Інше	40	5
15	Адаптивна, вміє пристосовуватись	40	5
16	Має власну справу, бізнес	32	4
17	Лідер, веде за собою інших	24	3
18	Емоційні характеристики	24	3
19	Відповідальна	24	3

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

характеристики. На різні емоційні характеристики як на визначальні для підприємливої людини вказали 3 % досліджуваних. Лише 4 % респондентів пов'язують образ підприємливої людини з наявністю у неї власної справи, бізнесу, тобто ототожнюють її із підприємцем, бізнесменом.

У типового образу підприємливої людини є певні статеві, вікові та фахові особливості. Статистично значущі статеві, вікові та фахові відмінності подані відповідно у табл. 2, 3, 4.

За ϕ^* -критерієм кутового перетворення Фішера, юнаки частіше, ніж дівчата вказують на розум, інтелектуальність як на суттєві риси підприємливої людини. Дівчата, на відміну від юнаків, частіше виокремлюють успішність та комунікабельність (табл. 2).

Таблиця 2

Статева специфіка уявлень про характеристики підприємливої людини (%)

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

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

Молодші, 15-17-річні досліджувані частіше, ніж старші, 18-21-річні, схильні приписувати підприємливій людині освіченість та професійність. Серед молоді старшого віку більше, ніж серед 15-17-річних, тих, хто вважає ознакою підприємливості цілеспрямовану активність, планомірне досягнення мети (табл. 3).

Таблиця 3

Вікова специфіка уявлень про характеристики підприємливої людини (%)

Підприємлива людина	15-7-річні, n = 69	18-21-річні, n = 330	Значення ϕ^* -критерію
Цілеспрямована, має мету, планує	14	32	3,0**
Спеціаліст, професіонал, освічена	15	6	1,9*

Студенти-економісти, на відміну від студентів інших спеціальностей, частіше акцентують у підприємливої людині здатність до ризику та здатність приймати рішення, рішучість. А студенти інших спеціальностей частіше згадують про те, що підприємлива людина знаходить вигоду, заробляє гроші, досягнула матеріального благополуччя (табл. 4).

Таблиця 4

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

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

За результатами контент-аналізу того, як досліджувані закінчують проективне незавершене речення анкети: «Я вважаю, що підприємлива людина – це...», вдалося виявити індикатори підприємливості, які складають ядро образу «людини економічної». Аналіз студентських «імпліцитних теорій» підприємливої особистості, тобто буденних

уявлень про сутність такої особистості, що функціонують переважно на рівні неусвідомлюваних, інтуїтивних установок або очікувань дав змогу виявити узагальнений студентський образ підприємливої людини. Це винахідлива, творча, цілеспрямована людина, що діє за планом і досягає успіху. Досить часто вона керується пошуком вигоди, досягненням матеріального благополуччя. Найбільш характерні її риси – вольові: наполегливість, впертість, працелюбність, рішучість, здатність до ризику. Підприємливість асоціюється із професійним інтелектом і сильним «Я». Підприємлива людина комунікабельна, має лідерські якості, морально ставиться до інших. Типовий образ підприємливої людини має деякі статеві, вікові та навчально-фахові особливості, а також залежить від самооцінки економічної успішності.

Молодші, 15-17-річні досліджувані частіше, ніж старші, 18-21-річні, схильні приписувати підприємливій людині освіченість та професійність. Серед молоді старшого віку більше, ніж серед 15-17-річних, тих, хто вважає ознакою підприємливості цілеспрямовану активність, планомірне досягнення мети. Студенти-економісти, на відміну від студентів інших спеціальностей, частіше акцентують у підприємливої людини здатність до ризику та здатність приймати рішення, рішучість. Студенти інших спеціальностей частіше згадують про те, що підприємлива людина знаходить вигоду, заробляє гроші, досягнула матеріального благополуччя.

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

Дослідження показало, що студенти уявляють образ підприємливої людини відповідно до нормативного типу людини ринкової економіки, який склався у суспільній свідомості і відображений у спеціальній літературі. Серед величезної кількості ознак, які називались опитуваними, домінуючими характеристиками визначились мотиваційно-вольові якості особистості, які є основними індикаторами підприємливості, як системної властивості економічного типу людини ринкової економіки.

Як уже зазначалось, дослідження образу «людини економічної» як детермінанта культури потребує розгляд його структури. Саме тому наступним кроком нашого дослідження є вивчення особливостей структурних компонентів образу «людини підприємливої».

Висновки. Нормативний образ «людини економічної» виявляється у функціонуванні економічного типу людини як втіленні рис особистості, що відповідають вимогам економічної системи суспільства.

У моделі підприємливого типу особистості втілено вимоги суспільства до конкретних економіко-психологічних якостей особистості, на певну міру її економічної культури.

За результатами контент-аналізу того, як досліджувані закінчують проективне незавершене речення анкети: «Я вважаю, що підприємлива людина – це...», вдалося виявити узагальнений типовий образ підприємливої людини.

Підприємлива людина винахідлива, творча, цілеспрямована, що діє за планом і досягає успіху. Досить часто вона керується пошуком вигоди, досягненням матеріального благополуччя. Найбільш характерні її риси – вольові: наполегливість, впертість, працелюбність, рішучість, здатність до ризику. Заповзятливість асоціюється із професійним інтелектом і сильною особистістю. Підприємлива людина комунікабельна, має лідерські якості, морально ставиться до інших. Типовий образ підприємливої людини має деякі статеві, вікові та навчально-фахові особливості, а також залежить від самооцінки економічної успішності.

Список використаних джерел

1. Братусь Б. С. Психология. Нравственность. Культура / Б. С. Братусь. - М. : Менеджер, Роспедагенство, 1994. – 60 с.

2. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения / М. Вебер ; [пер. с нем. Ю. Н. Давыдова]. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с. – (Социологич. мысль Запада).

3. Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории развития современного экономического человека / В. Зомбарт ; [пер. с нем.]. – М. : Наука, 1994. – 443 с.

4. Москаленко В. В. Економічна культура особистості як міра визначення її економічної соціалізованості / В. В. Москаленко, О. О. Міщенко // Культура в сучасному українському суспільстві: стан і проблеми : зб. наук. праць за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 6-7 черв. 2008 р.). – К. : Видавн. центр «КНУКіМ», 2008. – С. 330-337.

5. Фромм Э. Бегство от свободы / Э. Фромм ; [пер. с англ. П. С. Гуревича]. – М. : Прогресс, 1990. – 272 с.

6. Хорни К. Невротическая личность нашего времени: Самоанализ / К. Хорни ; [пер. с англ. под ред. А. Боковикова]. – М. : Прогресс-Универс, 1993. – 480 с.

УДК 316.42:37.015.311

Є.В. Миронюк, ст. викладач

Чернігівський державний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СТРУКТУРІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ

У статті обговорюється проблема компетентності соціального працівника та форм розвитку соціального інтелекту як процесів самореалізації людини в сучасному соціальному просторі.

Ключові слова: компетентність, соціальний працівник, соціальний інтелект, особистісний розвиток, емпатія, особистість, міжособистісна взаємодія, соціалізація, соціальна адаптація.

В статье рассматривается проблема компетенции социального работника и форм развития социального интеллекта как процесса самореализации человека в современном социальном пространстве.

Ключевые слова: компетентность, социальный работник, социальный интеллект, личностное развитие, эмпатия, личность, межличностное взаимодействие, социализация, социальная адаптация.

The article reveals the problem of personal and social self-identification and forms of social intellect development (social intellect is studied here as a process of personal self-realization in a modern social area).

Key words: competence, social worker, social intellect, personal development, empathy, personality, interpersonal interaction, socialization, social adaptation.

Актуальність теми дослідження. Політичні і соціально-економічні зміни в нашій країні призвели до необхідності відродження ціннісних орієнтирів суспільства, до збільшення впливу соціальної політики на рівень життя населення, до розширення соціальної сфери обслуговування населення і, відповідно, до підвищення значущості соціальної освіти, основним завданням якої стала підготовка фахівців із соціальної роботи.

Як показує аналіз діяльності молодих фахівців, потребується немало часу, аби вони адаптувалися на робочому місці, усвідомили особливості своєї професії. Фахівцеві соціальної сфери доводиться працювати з людьми, чиїх можливостей, ресурсів недостатньо для вирішення їх проблем. Різноманіття цих проблем, життєвих ситуацій, неповторність особистості кожного клієнта вимагають від фахівця з соціальної роботи не лише певного рівня знань і умінь застосовувати їх на практиці, але й наявності професійно важливих особистісних якостей. Тому в практиці професійної підготовки соціальних працівників досі існують невирішені проблеми, які пов'язані одночасно з двома аспектами формування особистості фахівця. Перший – становлення професійно значимих якостей особистості, другий – формування психологічної готовності до професійної діяльності соціального працівника в межах соціальної компетенції.

Аналіз наукової літератури вказує на те, що залежно від того, як проблема формування психологічної готовності студента до професійної діяльності соціального працівника