

УДК 159.922–336.67:37

Зубіашвілі І.К.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОНЕТАРНОЇ КУЛЬТУРИ СТАРШОКЛАСНИКІВ

Зубіашвілі І.К. Дослідження психологічних особливостей монетарної культури старшокласників. У статті аналізуються результати емпіричного дослідження психологічних особливостей монетарної культури старшокласників, розглядаються різні типи ставлення до грошей; підкреслюється соціально-психологічна роль грошей у контексті становлення монетарної культури особистості. З метою аналізу впливу системних особливостей ставлення до грошей на монетарну культуру старшокласників проведено емпіричне дослідження особливостей їхньої психолого-економічної адаптивності як показника монетарної культури. На підставі кореляції виокремлених особливостей ставлення до грошей з «профілями» соціальної адаптивності виявлено рівні монетарної культури старшокласників.

Ключові слова: культура, монетарна культура, гроші, ставлення до грошей, старшокласники, психолого-економічна адаптація.

Зубіашвили И.К. Исследование психологических особенностей монетарной культуры старшеклассников. В статье анализируются результаты эмпирического исследования психологических особенностей монетарной культуры старшеклассников, рассматриваются разные типы отношения к деньгам; подчеркивается социально-психологическая роль денег в становлении монетарной культуры личности. С целью анализа влияния системных особенностей отношения к деньгам на монетарную культуру старшеклассников проведено эмпирическое исследование особенностей их психолого-экономической адаптивности как показателя монетарной культуры. На основе корреляции выделенных особенностей отношения к деньгам с «профилями» социальной адаптивности выявлены уровни монетарной культуры старшеклассников.

Ключевые слова: культура, монетарная культура, деньги, отношение к деньгам, старшеклассники, психолого-экономическая адаптация.

Постановка проблеми. У зв'язку із соціально-економічними змінами в сучасному суспільстві, ринковими відносинами, які визначають цікавість до опанування основами сучасних економічних знань, виникла об'єктивна потреба у формуванні монетарної культури учнівської молоді. Трансформації соціально-економічних відносин в українському суспільстві характеризуються не лише формуванням нових відносин власності, але й змінами в галузі ціннісних уявлень стосовно ролі грошей у життєдіяльності як окремих індивідів, так і соціальних груп. У сучасному суспільстві гроші виконують не лише економічні, але й соціальні та культурні функції, впливають на всі форми соціальної поведінки. Гроші впливають на формування моральних цінностей, перевтілюючись у мотиватор активної соціально-економічної діяльності, і є системостворюючим чинником монетарної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні основи вивчення монетарної культури представлені в працях російських та вітчизняних дослідників: філософів (О. Арнольдов, С. Анісімов, М. Бахтін, А. Здравомислов, Л. Коган, О. Уледов); економістів (Л. Абалкін, О. Лівшиц, Б. Райзберг); педагогів (А. Абрамова, А. Аменд, М. Владика, І. Сасова); психологів (В. Ананьєв, О. Дейнека, І. Кон, О. Кітов, А. Купрейченко, В. Москаленко, О. Петровський).

Метою цього дослідження є вивчення особливостей монетарної культури у зв'язку зі специфікою ставлення старшокласників до грошей.

Завдання дослідження:

1. Виявити групи старшокласників за типом ставлення до грошей.
2. Визначити рівні монетарної культури старшокласників.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження. Методологією емпіричного дослідження є інтеріндивідуальна парадигма, яка передбачає становлення монетарної культури індивіда як члена групи [3-5]. Ставлення до грошей як компонент монетарних репрезентацій, згідно з С. Московічі [2], народжується у повсякденному житті в ході міжособистісної комунікації. Суб'єктом монетарних репрезентацій є соціальна група, яка конструює їх. Індивід ідентифікує себе з групою.

Дослідження проводилося в середніх навчальних закладах м. Києва та м. Білої Церкви. У загальну вибірку ввійшли 162 учні 10-х і 11-х класів, з яких – 78 дівчат і 84 юнаків. Дослідження проводилось в гімназії №59 ім. М. О. Бойченка м. Києва та ЗОШ №16 ім. О. М. Кириленка м. Білої Церкви.

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

1. Опитувальник «Ставлення до грошей» (А. Фернама, модифікація М. Семенова) [7].
2. «Методика виміру соціальної адаптивності» (О. Посипанова) [6].

Опитувальник «Ставлення до грошей» (А. Фернама), який ми використовуємо в модифікації М. Семенова, дозволив виявити групи старшокласників за типом ставлення до грошей.

У результаті факторного аналізу було виокремлено 5 груп (*рис. 1*), в яких переважають наступні типи ставлення старшокласників до грошей: «Монетарна тривожність», «Гроші – можливості», «Планування», «Заробіток» та «Гроші – зло».

Найвагомішим є фактор, який отримав назву «Монетарна тривожність» **F1**. Він пояснює 30% дисперсії. Цей фактор містить 31 твердження, серед яких найбільше факторне навантаження мають твердження стосовно роздумів та тривоги з приводу свого фінансового становища (0,64). Монетарну тривожність можна пояснити тим, що трансформація економічного середовища, відчуття економічної нестабільності, фінансове розшарування суспільства викликають у свідомості підлітків суперечності, які й спричиняють тривогу. Це явище в соціальній психології називають «когнітивним дисонансом». Монетарна тривожність пов'язана також із недовірою до фінансового ринку.

Другий фактор **F2**, що пояснює 15% дисперсії, містить 14 тверджень. Цей фактор отримав назву «Гроші – можливості». Він об'єднує ознаки, які вказують на гроші як на засіб влади та засіб керування людьми (0,58), як на еквівалент інтелекту та гідності людини (0,4).

Третій фактор **F3** (пояснює 12% дисперсії) містить 12 тверджень. Цей фактор отримав назву «Планування». Його складають твердження стосовно економії (0,59), обізнаності про своє фінансове становище (0,56), зберігання грошей (0,41). Цей фактор демонструє схильність старшокласників до заощадження грошей, до контролю витрат.

Четвертий фактор **F4** (пояснює 11% дисперсії) містить 10 тверджень. Цей фактор отримав назву «Заробіток».

П'ятий фактор **F5** містить 10 тверджень та пояснює 10% дисперсії. Він отримав назву «Гроші – зло». Найбільші значення за цим фактором отримали твердження, які демонструють негативне ставлення до грошей (0,51) та до багатих людей (0,49).

Виявлена нами п'ятифакторна структура ставлення школярів до грошей дозволяє зробити висновок, що вона є диференційованою. Ставлення до грошей у повсякденній свідомості досягло певного рівня когнітивної складності.

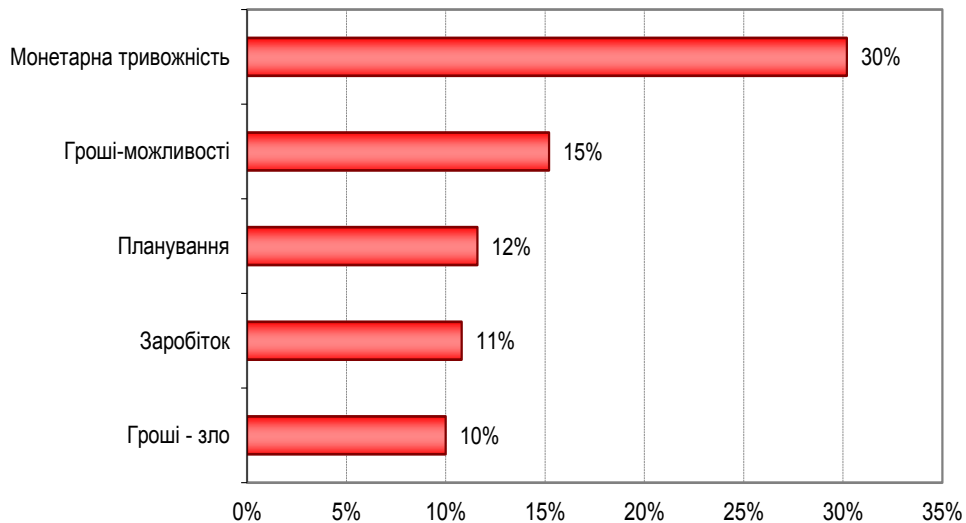


Рис. 1. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей за всією вибіркою (дисперсія)

Розглянемо, як на ставлення до грошей впливає адміністративно-територіальний чинник. Як показано на рис. 2, в результаті факторного аналізу відповідей старшокласників м. Києва нами було виокремлено також 5 незалежних компонент.

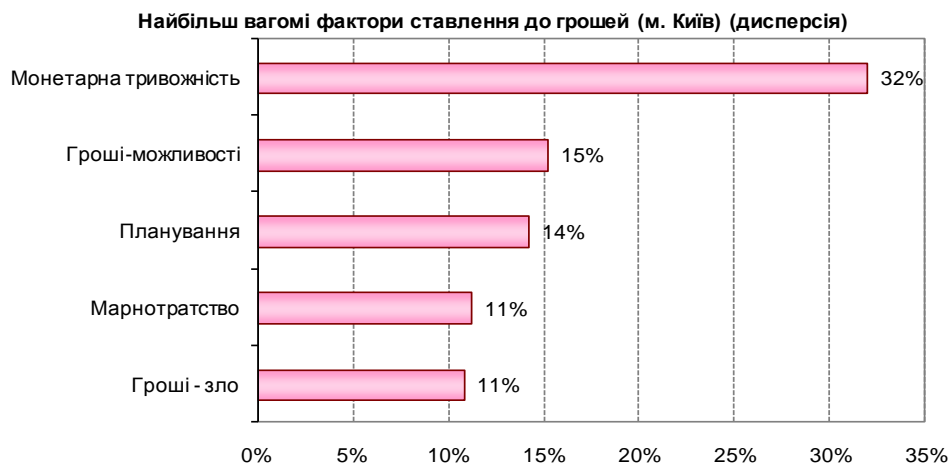


Рис. 2. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей (м. Київ) (дисперсія)

Найбільш вагомим, як і за всією вибіркою, є фактор «Монетарна тривожність» F1, дисперсія 32%. Він містить 21 твердження, серед яких найбільше факторне навантаження мають твердження стосовно хвилювання про своє фінансове становище (0,77), негативних емоцій, пов'язаних із власним фінансовим становищем (0,65).

Порівнюючи фактори, отримані за всією вибіркою та за вибіркою м. Києва можна визначити відмінності в отриманих факторах. У київській вибірці відсутній фактор «Заробіток», замість нього ми отримали фактор «Марнотратство» (F4). Отримані дані за цим фактором демонструють легке ставлення до грошей у досліджуваних. Схильність українських старшокласників до марнотратства можна пов'язати з інфляцією. Також легке ставлення до грошей пояснюється й посиленням тиском реклами, яка вдосконалює засоби впливу на людину «в обхід» свідомості, стимулює появу нових потреб.

Як це видно з рис. 3, в результаті факторного аналізу відповідей білоцерківських старшокласників було виділено знову ж таки 5 незалежних компонент: «Монетарна тривожність» F1 (дисперсія – 33%), «Гроші – можливості» F2 (дисперсія – 23%), «Планування»

F3 (дисперсія – 20%), «Заробіток» F4 (дисперсія – 15%), «Гроші – зло» F5 (дисперсія – 14%). Отримані дані показали відсутність фактора «Марнотратство» (який було виявлено в дослідженні київських учнів), його місце посідає фактор «Заробіток».

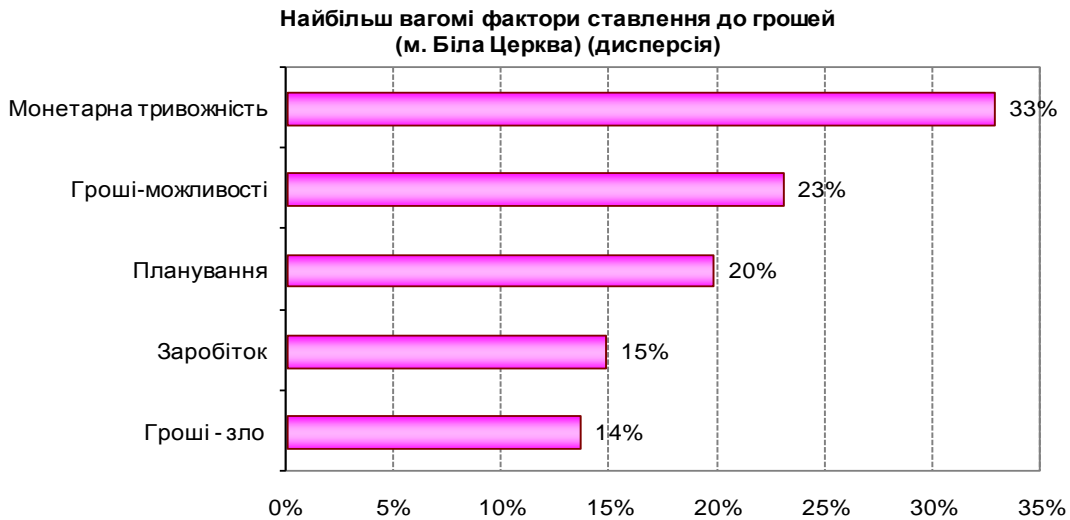


Рис. 3. Найбільш вагомі фактори ставлення до грошей (м. Біла Церква) (дисперсія)

Отримані дані викликані об'єктивними обставинами. Нерівномірність соціально-економічного розвитку, нестабільність ситуації в різних регіонах України обумовлюють регіональну диференціацію рівня життя населення країни. Високий рівень безробіття в регіонах примушує докладати зусиль для заробляння грошей, постійно шукати заробіток.

Отримані п'ять факторів відображають суперечливе ставлення старшокласників до грошей: досліджувані ототожнюють гроші зі злом і владою, відповідальне ставлення до грошей поєднується з марнотратством. Таким чином, на ставлення старшокласників до грошей впливає адміністративно-територіальний чинник.

Гроші як економіко-психологічне явище, як соціальне уявлення і вербалізований символ – суперечливі і багатолікі. Ставлення до них – явище складне і неоднозначне. Ставлення до грошей старшокласників за всією вибіркою характеризується високою афективною напруженістю, що виражається в переважанні у структурі ставлення до грошей фактора «Монетарна тривожність».

Слід зазначити, що опитувальник «Ставлення до грошей» (А. Фернама) містить запитання, які стосуються різних компонентів ставлення старшокласників до грошей. Нами було виявлено, що в структурі цих компонентів домінує афективний компонент, який виражається в переважанні у структурі ставлення до грошей фактора «Монетарна тривожність». Це вказує на стихійність процесу формування монетарної культури старшокласників, недостатній рівень розвитку когнітивного та конативного компонентів, що негативно впливає на процес монетарної культури.

Зазначимо, що монетарна культура формується в процесі економічної соціалізації. Суть економічної соціалізації в перехідний період розвитку суспільства розкрила О. Дейнека, означивши її як економіко-психологічну адаптацію. Автор має на увазі адаптацію суб'єкта господарювання до економічних умов, що змінюються. Вона проявляється в бідності або матеріальному благополуччі, тобто в економічному статусі і якості життя людини, в її очікуваннях і ставленні до економічних реформ, ринку, грошей [1].

З метою аналізу впливу системних особливостей ставлення до грошей на монетарну культуру старшокласників ми провели емпіричне дослідження особливостей їхньої психолого-економічної адаптивності як показника монетарної культури. Для виміру адаптивності

старшокласників була застосована «Методика виміру соціальної адаптивності особистості» (О. Посипанова) [6].

У результаті нашого дослідження (рис. 4) було виявлено, що процес соціальної адаптації в досліджуваних старшокласників проходить досить успішно, респонденти з низьким рівнем адаптивності («профіль» найменшої адаптивності) виявлені не були. «Профіль» конформності переважає у школярів м. Києва – 59% (показник цього «профіля» у школярів м. Білої Церкви – 31%, він посідає серед інших «профілей» друге місце). Цей «профіль» передбачає пасивний вид адаптації – прийняття вимог без включення процесів саморозвитку, активності. Конформна людина побоюється порушити встановлену групою норму.

«Профіль» лабільності переважає у старшокласників м. Білої Церкви – 41%. Цей «профіль» посідає у київських старшокласників друге місце – 29% і передбачає готовність індивіда змінювати поведінку залежно від ситуації, однак це відбувається за відомими стандартами і правилами.

«Профіль» креативності виявився лише у 12% київських старшокласників та у 28% старшокласників м. Білої Церкви. Саме цей «профіль» відповідає вимогам монетарної культури ринкової економіки, оскільки передбачає поведінку, яка дає можливість орієнтуватися в ситуації, що змінюється, виходити з кризових ситуацій.

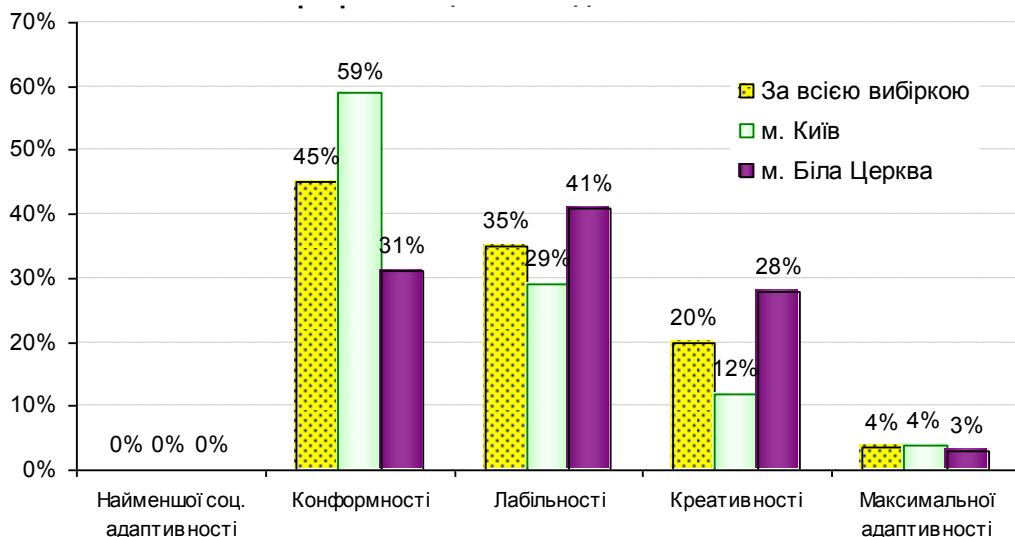


Рис. 4. «Профілі» соціальної адаптивності

За результатами дослідження було встановлено зв'язок між «профілями» адаптивності та факторами, отриманими за методикою «Ставлення до грошей» (А. Фернама). Ми отримали результати, що демонструють значущий кореляційний зв'язок типу ставлення до грошей і адаптивності, що дозволяє стверджувати: в сучасному суспільстві гроші виконують не лише економічні, але й соціальні функції і є засобом формування монетарної культури підростаючого покоління.

На підставі кореляції визначених особливостей ставлення до грошей з «профілями» соціальної адаптивності, виявлено три рівні монетарної культури старшокласників.

1. «Індиферентний» – не проявляє активності, недооцінює значущість грошей, ставиться до них нераціонально. Індиферентний рівень виявлено у 59% досліджуваних старшокласників м. Києва та у 31% досліджуваних м. Білої Церкви.

2. «Креативний» – емоційний, схильний до грошових ризиків, приймає нестандартні рішення, не дотримується соціальних стереотипів. Креативний рівень виявлено у 12% досліджуваних старшокласників м. Києва та у 28% досліджуваних м. Білої Церкви.

3. «Мотиваційний» – емоційно лабільний, психічно стійкий, ефективно використовує гроші для досягнення поставленої мети, легко адаптується в нестабільній ситуації.

Мотиваційний рівень виявлено серед 29% досліджуваних старшокласників м. Києва та 41% досліджуваних старшокласників м. Білої Церкви.

У проблемі дослідження монетарної культури старшокласників важлива роль відводиться формуванню рівнів монетарної культури. Наше дослідження виявило перевагу креативного рівня. Люди цього рівня чітко визначають мету, наполегливі в її досягненні, результати їхньої діяльності затребувані суспільством. Креативність передбачає активізацію творчого потенціалу людини, який прагне оволодіти наукою фінансової успішності та грамотності.

Аналіз взаємозв'язку ставлення старшокласників до грошей з соціальною адаптацією дозволив зробити висновок про потребу формування креативного рівня особистості та створення навчальної програми для формування цього рівня.

Висновки. Монетарна культура, включаючи в себе феномен грошей, уявляє собою цілісність, в якій розгортається історія саморозвитку людських сутнісних сил. У сучасному суспільстві гроші виконують не лише економічні, але й соціальні функції і є засобом формування монетарної культури підростаючого покоління.

Без знання особливостей сприйняття грошей і ставлення до них з боку їхніх суб'єктів важко зрозуміти сутність процесу формування монетарної культури особистості. Ставлення до грошей старшокласників характеризується високою афективною напруженістю, що виражається в переважанні в структурі ставлення до грошей фактора «Монетарна тривожність».

Виявлено рівні монетарної культури старшокласників: індивідуальний, креативний, мотиваційний.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці тренінгових програм для розвитку монетарної культури старшокласників.

Список використаних джерел

1. Дейнека О. С. Экономическая психология в российской политике переходного периода : дисс... доктора психол. наук : 19.00.12 / Ольга Сергеевна Дейнека. – СПб, 1999. – 266 с.
2. Московичи С. Социальные представления: исторический взгляд / С. Московичи // Психологический журнал. – 1995. – №2. – Т. 16. – С. 3–14.
3. Москаленко В. В. Соціальна психологія : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Москаленко. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 624 с.
4. Москаленко В. Сучасні напрямки досліджень в економічній психології / В. Москаленко // Соціальна психологія. – 2004. – №2(4). – С. 18–34.
5. Москаленко В. Сучасні напрямки досліджень в економічній психології / В. Москаленко // Соціальна психологія. – 2004. – №3 (5). – С. 3–21.
6. Посыпанов О. Г. Методика изучения социальной адаптивности личности / О. Г. Посыпанов // Современная психология : состояние и перспективы исследования. – М : ИП РАН, 2002. – Ч. 2. – С. 93–112.
7. Семенов М. Ю. Типология материально удовлетворенных и материально неудовлетворенных людей / М. Ю. Семенов // Омский научный вестник. – 2002. – Вып. 15. – С. 142–145.

Spysok vykorystanykh dzherel

1. Dejneka O. S. Jekonomicheskaja psihologija v rossijskoj politike perehodnogo perioda : diss... doktora psihol. nauk : 19.00.12 / Ol'ga Sergeevna Dejneka. – SPb, 1999. – 266 s.
2. Moskovichi S. Social'nye predstavlenija: istoricheskij vzgljad / S. Moskovichi // Psihologicheskij zhurnal. – 1995. – №2. – Т. 16. – С. 3–14.
3. Moskalenko V. V. Sotsial'na psykholohiya : pidruch. [dlya stud. vishch. navch. zakl.] / V. V. Moskalenko. – K. : Tsentr navch. literatury, 2005. – 624 s.
4. Moskalenko V. Suchasni napryamky doslidzen' v ekonomichnij psykholohiji / V. Moskalenko // Sotsial'na psykholohiya. – 2004. – №2(4). – С. 18–34.
5. Moskalenko V. Suchasni napryamky doslidzen' v ekonomichnij psykholohiji / V. Moskalenko // Sotsial'na psykholohiya. – 2004. – #3 (5). – С. 3–21.
6. Posypanov O. G. Metodika izuchenija social'noj adaptivnosti lichnosti / O. G. Posypanov // Sovremennaja psihologija : sostojanie i perspektivy issledovanija. – M : IP RAN, 2002. – Ch. 2. – S. 93–112.
7. Semenov M. Ju. Tipologija material'no udovletvorenyh i material'no neudovletvorenyh ljudej / M. Ju. Semenov // Omskij nauchnyj vestnik. – 2002. – Vyp. 15. – S. 142–145.

Zubiashvili, I.K. *Analysis of the psychological peculiarities of senior pupils' monetary culture.* In the article, the results of empirical research of the psychological peculiarities of senior pupils' monetary culture are analyzed, different types of attitude to money, their dependence on administrative and territorial factor and factor of sex are considered; social and psychological role of money in the person's monetary culture becoming is emphasized. It is empirically determined that senior pupils' attitude to money is differentiated and achieved a certain level of the cognitive complicity in the everyday consciousness as well as characterized by high affective tenseness appearing in the predominance of the factor "Monetary anxiety" in the structure of attitude to money. It points out a spontaneity of the process of senior pupils' monetary culture formation that influences negatively on that process. For the purpose of analysis of system peculiarities of attitude to money influence on the monetary culture of senior pupils, the empirical research of peculiarities of their psychological and economic adaptability as an indicator of the monetary culture is conducted. Based on correlation between defined peculiarities of attitude to money and "profiles" of social adaptability the levels of senior pupils' monetary culture are determined: indifferent, creative, motivational. The research revealed advantages of the creative type of the monetary culture and necessity of its formation in young generation.

Keywords: culture, monetary culture, money, attitude to money, economic-psychological adaptation.

Відомості про автора

Зубіашвілі Ірина Костянтинівна, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник, старший науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Zubiashvili, Iryna Kostiantynivna, PhD, senior researcher, Laboratory of organizational and social psychology, G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: mrs_ira@i.ua

Отримано 1 грудня 2016 р.
Рецензовано 8 грудня 2016 р.
Прийнято 15 грудня 2016 р.

УДК 159.9:005.73:378–057.875

Ishchuk, O.V.

THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION: PSYCHOLOGICAL RESEARCH

Ishchuk, O.V. *The Organizational Culture Of The Institution Of Higher Education: Psychological Research.* The article presents psychological study of the organizational culture of the institution of higher education. Analyzed the current state of Ukrainian universities, the relevance of fundamental research of organizational culture and phenomena that it produces. Indicated names of both – Western and Ukrainian researchers engaged or studying of organizational culture, theoretical and practical aspects. For the attention proposed study of the organizational culture of higher education institutions of various forms of ownership – public and private. The author of the article reveals the differences and similarities vision of students concerning the dominant type of organizational culture in their own universities and on key parameters for each type of culture. Reveals the essence of each type of the organizational culture and its main characteristics.

Keywords: organizational culture, the institution of higher education, clan type, market type, adhocracy type, hierarchical type, psychological characteristics.

Ищук О.В. *Организационная культура высшего учебного заведения: психологическое исследование.* В статье представлено психологическое исследование организационной культуры высшего учебного заведения. Проанализировано современное состояние высших учебных заведений Украины, актуальность фундаментальных исследований организационной культуры и феноменов,