

УДК 159.923.32

О. Лавренко, канд. філос. наук, доц.
Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, Київ

МОРАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

У статті розглядаються поняття моралі, моральності, "людини економічної", економічної культури, її зв'язок з моральністю особистості. Представлено дані емпіричних досліджень з даної проблеми.

Ключові слова: мораль, моральність, особистість, "людина економічна", економічна культура.

Актуальність дослідження. Суспільство, індивід, що соціалізується в ньому, втрачають надто багато у всіх сферах людської діяльності, відкинувши на задній план духовність, моральність людини. Соціальні, економічні реалії сьогодення неможливо правильно оцінити і осмислити без урахування їхнього соціокультурного та етичного аспектів. 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 різко актуалізували потребу в усебічному аналізі культурної, моральної складової в усіх сферах суспільного життя.

Суттєвою стороною моральної проблематики на сучасному етапі соціально-економічного розвитку є та особливість, що сфера застосування моралі в житті людини і суспільства в цілому розширюється. Особливо стрімко це розширення відбувається протягом останніх десятиліть. Дедалі чіткіше і гостріше постає морально-етична проблематика політики, економіки, медицини, природоохоронної діяльності, інформаційно-інтенсивних технологій тощо.

Моральна проблематика життя окремої особистості та суспільства доволі добре розроблена в соціальній психології, в психології особистості. Загальні тенденції засвоєння моральних норм, перетворення їх у "свої" детально розглянуті в роботах психологів (Л. Божович, О. Кульчицька, В. Мухіна, Є. Субботський, С. Якобсон та ін.). У працях А. Бандури, І. Беха, М. Боришевського, І. Булах, З. Карпенко, Л. Колберга, Д. Леонтьєва, С. Максименка, В. Москальця, Ж. Піаже, С. Рубінштейна, Н. Чепелевої, С. Якобсон та ін. відстежена логіка переходу зовнішнього морально-етичного припису в особисту норму.

Дедалі більше уваги приділяється економічній культурі у сучасних наукових дослідженнях. В межах західної економічної соціології нині формуються великі напрями, що акцентують свою увагу на культурних складових: культурно-історичній (В. Зелізер) і культурно-орієнтованій (Н. Біггарт, П. Дімаджіо). На пострадянському просторі розробку проблем економічної культури активно здійснюють А. Ахієзер, І. Діскін, Т. Заславська, Я. Кузьмінов, О. Морозов, Р. Ривкіна, Г. Соколова, А. Л. Журавльов, Н. А. Журавльова, А. Б. Купрейченко та ін. Серед українських учених економічна культура перебуває в центрі уваги як соціологів, економістів (Д. Богині, В. Врублевського, Є. Головахи, Т. Єфременко, В. Пилипенка, Н. Приходько, М. Семикіної, Є. Суїменка тощо), так і психологів (Л. М. Карамушка, О. А. Філь, О. В. Креденцер, Ю. М. Швалб, В. В. Москаленко, Г. В. Ложкін, Н. М. Дембицька, І. К. Зубіашвілі, І. В. Білоконь, Т. В. Петровська, Н. Ю. Воляннюк, О. О. Міщенко тощо). Ґрунтовне комплексне теоретичне та емпіричне дослідження морально-психологічної регуляції економічної активності представників різних соціальних груп РФ було здійснено психологами РАН під керівництвом А. Л. Журавльова та А. Б. Купрейченко. Однак проблема моральності як складової економічної культури української молоді взагалі та студентської зокрема не знайшла ще достатнього відображення в наукових вітчизняних та зарубіжних дослідженнях.

Основний матеріал та результати досліджень.

Мораль, моральність – ці слова 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 для кожного окремого індивіда. Моральності особистість не можна навчити, як навчають, наприклад, правильно говорити, правильно поводитися за столом. Моральність – це межі, які особистість встановлює сама собі, і чим більше обмежень, тим людина є більш моральною. Моральність є однією із самих позитивних якостей у людини, вона повинна допомагати їй добиватися своїх цілей. Мораль, на відміну від моральності (російської "нравственности"), – це передусім певна форма свідомості, тобто сукупність вироблених і усвідомлюваних людьми принципів, правил, норм поведінки. Мораль, як імперативно-оцінний спосіб ставлення людини до дійсності, є регулятором поведінки людей з точки зору принципового протиставлення добра і зла, справедливості і несправедливості.

Слова "мораль", "етика", "моральність" сприймаються в наш час неоднозначно. Зазначимо, що із соціально-економічними змінами в нашому суспільстві змінювалося і саме розуміння моралі. Так, в 1920-х рр. вважалося, що нове суспільство взагалі може обійтися від моралі; в 1930-1950 рр. мораль отожднювалася з політичною доцільністю, практичними потребами Радянської держави; в 1960-1970 рр. вона розглядалася в якості відносно самостійного духовного феномену, який визначається економічними інтересами, класовими цілями і включає деякі загальнолюдські елементи; в період Перебудови їй була відведена роль загальної програми життя. З утворенням незалежної Української держави моральні аспекти в суспільстві відійшли на задній план. На початку 2000-х рр. соціологи фіксували навіть аномічну деморалізованість в українському суспільстві як переважаючий фон масових настроїв у всіх вікових групах; а у 87 % молодих респондентів був виявлений різний ступінь деморалізованості [1, с. 21].

Сила моральних вимог, завжди безумовних за формою, строгих за змістом, полягає в тому, що суб'єкт повинен звертати їх до себе і лише через досвід власного життя пред'являти іншим. Для моральності внутрішньої (виходячи з власних настановлень особистості) важливою виявляється проблема тієї "орієнтації на поведінку інших", у якій класик німецької соціології М. Вебер вбачав суть соціальної дії. Категорію соціальної дії він розглядав "вихідною клітинкою" соціального життя. Виділяючи чотири види економічної поведінки, він акцентує, що ціннісно-раціональна дія базується на свідомій вірі у етичну, естетичну, релігійну чи іншу безумовно власну самоцінність певної поведінки, взятої незалежно від успіху [2]. М. Вебер дослідив, яку роль відіграла зміна релігійної етики, обумовлена виникнен-

ням і розвитком протестантизму, у становленні економіки сучасного капіталізму та проведенні в життя принципу раціоналізму.

Моральність поведінки людини, включеної у ринкову конкуренцію, повинна визначатися не мотивами, які передбачають бажання наживи, безощадність, хитрість та інше з "букету" егоїзму, а тим, що вона обмежує свій егоїзм заданими суспільними рамками, морально санкціонованими правилами.

Одним із перших в економіці та філософії взаємопов'язаність економічної та моральної свідомості розглянув А. Сміт [3]. Він сформулював концепцію "економічної людини" та "природного порядку". Сміт вважав, що основою суспільства є людина, і досліджував поведінку людини з її мотивами і прагненням до особистої вигоди. Природний порядок у нього – це ринкові відносини, в яких кожна людина засновує свою поведінку на особистих і корисливих інтересах, сума яких утворює інтереси суспільства. За уявленнями Сміта, саме такий порядок забезпечує багатство, благополуччя і розвиток як окремої людини, так і суспільства в цілому. Для існування природного порядку потрібна "система природної свободи", основу якої Сміт вбачав в існуванні приватної власності. У нього це поняття має подвійний смисл. З одного боку, це принцип і мета економічної політики, тобто політики *laissez faire*, з іншого – це теоретична конструкція, "модель" для вивчення економічної дійсності. Для мислителя *homo economicus* – це вираження відвічної людської природи, а сама політика *laissez faire* прямо витікає з його поглядів на людину і суспільство. Якщо економічна діяльність кожної людини в кінці кінців приводить до блага суспільства, то цю діяльність нічим не треба обмежувати. Головну причину спотворення моральних почуттів він вважав у готовності людей захоплюватися багатими і знатними людьми і презирливо ставитися до людей бідних. Люди співпереживають radoшам правителів і багатіїв, вважаючи, що їх життя є суцільним щастям. Сміт стверджує, що існування таких людей є необхідністю, так як вони є втіленням ідеалів пересічних людей.

За радянської доби поняття "**людини моральної**" і "**людини економічної**" набувало різних значень і відтінків: а) як людини, яка має доступ до матеріальних благ, бюрократичної кнопки, незвичайної професії; б) як односторонньої, однобічної людини, яка втратила повноту людських інтересів і можливостей (у побуті – це хапуга, барига, шахрай, користолюбець); в) як продукту нерівності і несправедливості; г) як "підпільної економічної людини" 1970-х рр., яка діє переважно не в сфері виробництва (де вона незаконно, нелегально щось виробляє), а в сфері розподілу і бюрократії, де вона має доступ до предметів розподілу, до дефіцитних речей – книжок, спектаклів, виставок, концертів; її паразитична діяльність підкреслювалася місцем проживання; д) як трудової "економічної людини" – тямущого, дбайливого господаря, що знається у своїй справі, любить землю не пасивно-споглядалю любов'ю туриста чи поета, а активно-діяльно, зрощуючись з працею, господарством, природою. Насаджуваний ідеологією образ "економічної людини" Заходу, яка включена в гонку споживання, викликаною гонкою капіталіста за прибутком, безперервного відтворення виробництва заради виробництва, був мало схожий на образ "економічної людини" як в його "підпільному", так і в трудовому варіанті.

На наш погляд, сьогодні в українському суспільстві існують два полюси, дві системи моральних цінностей і норм. Одна базується на загальнолюдських гуманістичних началах, де домінуючими виступають принципи свободи, особистої автономії, поваги до прав інших

людей, самореалізації особистості. В основу іншої системи поставлені матеріальні блага, авторитет в суспільстві, досягнення престижу в очах інших, споживання і придбання, незалежно від того, якими засобами здійснюється досягнення мети. Відповідно до цієї системи моральних цінностей формується економічна культура особистості, започаткована на Заході в середині ХХ ст., яка тепер набуває дедалі більшого поширення на теренах нашої країни. Вона пов'язана з тим, що людство відкинуло на периферію суспільної свідомості питання духовності, моралі, натомість спрямувало свої помисли і сили на підвищення матеріального благополуччя, опинившись у його тенетах.

Соціалізованість сучасної молоді людини, її моральність треба аналізувати в поняттях певної системи цінностей. Під впливом західного суспільства у систему цінностей всіма інформаційними засобами насаджуються три наступних системи: індивідуалізм, гедонізм та конс'юмеризм. На наш погляд, українській молоді бракує економічної культури для належної оцінки з точки зору моралі цих систем.

Радикальний індивідуалізм став знаком сучасної системи цінностей. Його настановами є: "займайся своєю справою", "шукай свою вигоду", "плюй на закон і мораль", "захищай свої права і свою власність", "люби себе", "будь самодостатнім" тощо. Ці настанови заставляють людей думати, що вони можуть знайти своє щастя і реалізувати себе поза суспільством, замість того, щоб шукати його всередині суспільства.

Другою складовою нової системи цінностей є **гедоністична складова** сучасної моралі, в основу якої покладена концепція, що самодостатність і щастя людини базуються на задоволенні. Зовнішня привабливість, юність стають важливими цінностями. Споживання товарів також є джерелом задоволення, гарантом щастя на протипагу традиційній моралі, яка наполягає на виконанні обов'язків, на відповідальності, на роботі, конструктивних цінностях.

Третьою важливою складовою сучасної західної моралі є **конс'юмеризм**, який дедалі більше поширюється серед усіх верств нашого суспільства. Це ідеологія, яка стверджує вірність постійному споживанню товарів і послуг, мотивує нездорове задоволення від придбання предметів матеріальної культури. Найважливішими його механізмами є контроль над іншими через процеси володіння, панування і спокуси. Володіння матеріальними благами чи багатством вважається природною метою людських дій, єдиним джерелом престижу, поваги і становища у суспільстві. Все це насаджується з допомогою гучних рекламних кампаній, соціальних сіток, "універсальних посібників" успішних бізнесменів тощо. Особлива ставка у просуванні конс'юмеризму робиться на молодь, у руках якої майбутнє країни.

Сьогодні ми, як і весь світ, зіштовхнулися з настирливими спробами нав'язати одноманітну, стандартизовану глобальну культуру західного походження (переважно англо-американську) зі своїми стандартами. Поширюються не лише елементи матеріальної культури споживання, а й універсального образу життя, мислення, світогляду, соціальної поведінки (комп'ютерні і комунікаційні технології, торговельні сітки і тренди, телепрограми, популярна музика, література, кінофільми, ігрові заклади, заклади сфери послуг і т. п.), розраховані на різну вікову категорію. Перш за все ці елементи культури стають привабливими для дітей, юнацтва, студентської молоді, оскільки сприймаються ними некритично, без урахування нашої ментальності, культури, моралі.

Основний принцип конс'юмеризму – твердження, що успішна людина весь час щось споживає, що всім ін-

шим для досягнення успіху треба робити так само ("бути такими, як усі"). На просування цього принципу активно працюють нові інформаційні технології, засоби масової інформації. Для обробки масової свідомості виробники товарів та послуг створюють і фінансують наукові школи, розробляють методики реклами і просування товарів. Сучасним споживачам навіюється переконаність у тому, що для того, щоб відповідати вимогам часу, вони повинні у заданому виробниками темпі купувати не лише предмети, а набувати навичок заробляння грошей; навичок переконувати роботодавців у тому, що вони вміють працювати; мати модний імідж; способи переконувати оточуючих у тому, що вони дійсно є такими, якими тепер виглядають; способи набуття нових потрібних друзів і позбавлення від старих, небажаних; способи отримання максимального задоволення від любові і уникнення залежності від коханого чи люблячого партнера [4, с. 78].

Особливих обертів набуває інформаційний консюмеризм, який став культурним трендом сучасності. Рівень якості життя став визначатися наявністю у людини певного набору засобів для комунікації з іншими людьми. Така парадигма формує нову людину – "людину сітьову", залежну від постачальників інформаційних послуг. Сьогодні у молодій людині немає потреби тримати в голові великий обсяг інформації, яку можна легко і просто отримати із Інтернету, з мобільних телефонів, телевізорів, радіо, яка не завжди підлягає моральній цензурі.

На наш погляд, високий рівень економічної культури, наповнення її моральною складовою, сформоване економічне мислення надають молодій людині можливість уникнути тенет вище вказаних ціннісних систем.

Поняття "економічна культура" крім якісної характеристики соціальності, вкоріненої в економічних процесах, характеризує також здатність людини до трудової діяльності, без якої неможливе саме відтворення людського життя, особистості. Як зазначає Т. Єфременко, економічна культура людини базується на трьох "китах": знаннях і цінностях, ґрунтованих на моральних, духовних засадах, та естетичних, що виявляються у розумінні й сприйнятті краси, почутті прекрасного. Знання як результат освоєння буття визначають предметний зміст і рівень культури; духовні засади – інтенціональність, спрямованість, вищу мету культури та діяльності, в якій вона опредмечується; а естетичні цінності – форми її вияву. [5, с. 129]. Економічна культура має підносити її носія – людину, вона повинна ґрунтуватися на гуманістичних, моральних основах і нести з собою конструктивне функціональне начало, а не деструктивне.

Науковцями лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України в рамках науково-дослідницької теми "Соціально-психологічні засади становлення суб'єкта економічної соціалізації" (2008-2011 рр.) встановлена певна взаємопов'язаність моральності та економічної культури у учнівської та студентської молоді. Так, Н. М. Дембицька, виділила три типи економічної суб'єктності. Перший тип (вчинковий; зріла суб'єктність), зорієнтований на моральні принципи справедливості при розподілі матеріальних благ та практикування чесних, суспільно прийнятних способів оперування власністю; цей тип характеризується відповідальністю, соціальною творчістю, моральністю; має зрілу ціннісну позицію у відносинах власності, прагне самореалізуватися в економічній сфері, самоствердитися, самовдосконалитися, підвищити самоповагу.

Другий тип (передвчинковий; раціональна суб'єктність) характеризується прагматичною ціннісною позицією у відносинах власності, заснованою на розвитку

раціонального, поміркованого ставлення до об'єктів і суб'єктів привласнення та поціновування економіко-психологічних наслідків, ефектів привласнення, а також стратегії адаптивної стабілізуючої поведінки у ситуаціях економічних взаємин.

Третій тип (компенсаторний), егоїстичний перетворювач економічної реальності, характеризується суперечливим ставленням до власності, що ґрунтується на нормах подвійної моралі; на допущенні поряд із суспільно прийнятними способами оперування власністю також і аморальних засобів, пов'язаних із бандитизмом, обманом, здирицтвом; на безвідповідальності, прагненні виглядати сучасною людиною, швидко і безтурботно, навіть з певним ризиком отримувати матеріальні блага, зазначаючи при цьому переважно негативних переживань (сором, заздрість) [6].

О. О. Міщенко, досліджуючи у студентській молоді образ "людини економічної", як фактору, що детермінує зміст і розвиток економічної культури особистості, виділила типи "Культура економічної пасивності" і "Культура економічної активності". Тип з порівняно високими оцінками власної економічної успішності, умінням йти на розумний ризик, допускає готовність заради великих грошей переступити закон або взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства, тобто аморальні засоби досягнення цілей [7, с. 354-363].

Водночас в інших дослідженнях зафіксована тенденція відходження на задній план моральних основ буття, які виконують функцію життєвого орієнтира, підґрунтя для вибору діяльності та субординації цілей. Так, число українців, в тому числі і молоді, які вважають мораль важливою життєвою цінністю, важливим регулятором життя, за останні роки зменшилось. Це засвідчили результати дослідження Інституту Горшеніна "Моральні орієнтири українців", проведеного серед населення у жовтні 2011 р.: 52,3 % опитаних вважає, що притримуватись у житті моральних норм треба через внутрішню переконаність (в 2007 р. так вважали 56 %). Третина респондентів вважає за потрібне дотримуватись моральних норм з мотивів "гарно виглядати в очах оточуючих людей", а не власних переконань. Більшість респондентів (83,2 %) головним носієм моральних цінностей вважає сім'ю, на другому місці церква (37,2 %), на третьому – школа чи інший навчальний заклад, далі – література та кінематограф. Держава знаходиться лише на 6-му місці, як вважає кожен п'ятий із опитаних (в 2007 р. державу вважали носієм моральних цінностей біля третини опитаних) [8].

Ринкова економіка спрямована переважно на інноваційність, свободу вибору, культура – визначає стабільність, визначеність соціальних норм. Зовнішні умови соціуму з їх незадовільним рівнем соціальної захищеності, бідність уповільнюють особистісний розвиток молоді, не дають їй можливості створити свій унікальний життєвий світ, життєвий шлях через оволодіння обставинами, контроль над собою, через власну активність і креативність. Щоб цей розвиток не гальмувався, особистості потрібне так зване традиційне середовище з його усталеністю, передбачуваністю, непорушні духовні і моральні цінності, а також сформована економічна культура.

Висновки. Сучасний етап розвитку нашої країни викликає особливий інтерес до проблеми морально-психологічної регуляції економічної активності молоді.

Моральний компонент особистості є її важливим стрижнем. Моральність особистості проявляється не лише в тому, що вона узгоджує свою поведінку з іншими людьми в суспільстві, не лише в здатності регулювати свої вчинки, діяльність, а в тому, що вона є способом духовного буття людини, єдино можливим способом бу-

ти людиною, реалізувати свою людську сутність. Нехтування мораллю згубно позначається на всіх сферах діяльності особистості, зокрема, на її економічній культурі.

Моральність є важливим компонентом і чинником економічної культури особистості. Особистісна економічна культура залежить від стану економіки, економічної культури всього суспільства. За своєю структурою економічна культура особистості являє собою систему психологічних знань і здатності їх використовувати відповідно до властивостей особистості, високих морально-етичних норм і духовних цінностей, психологічних відносин.

Економічна культура особистості вбирає в себе різноманітні моральні, релігійні, естетичні цінності, переломлює їх у просторі соціально-економічних відносин, пов'язаних із виробництвом, розподілом, обміном і споживанням матеріальних благ і послуг, "переплавляючи" у цілісну економічну свідомість, що є ядром цієї культури.

Список використаних джерел

1. Панина Н. Молодежь Украины: структура ценностей, социальное самочувствие и морально-психологическое состояние в условиях тотальной аномии / Панина Н. // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2001. – № 1. – С. 5-26.
2. Вебер М. Избранные произведения : Пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова. / М. Вебер; [пер. с нем. Ю. Н. Давыдова]. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
3. Смит А. Теория нравственных чувств / А. Смит. – М. : Республика, 1997. – 351 с.
4. Билан Н. И. Консьюмеризм как проблема этики и экономики в эпоху постмодернизма / Н. И. Билан // Філософсько-антропологічні виміри глобальних трансформацій : Монографія колективу авторів / Наук. ред. Т. І. Власова / Т. І. Власова, І. М. Грабовська, В. П. Кравець, О. М. Кікінежді, Т. В. Філат. – Дн-ськ : Вид-во Маковецький, 2012. – С. 77-84.
5. Ефременко Т. Економічна культура як соціологічне поняття / Тетяна Ефременко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. – № 3. – С. 123-141.

О. Лавренко, канд. филос. наук, доц.
Институт психологии НАПН Украины, Киев

НРАВСТВЕННОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В статье рассматриваются понятие морали, нравственности, "человека экономического", экономической культуры, ее связь с нравственностью личности. Представлено данные эмпирических исследований по данной проблеме.

Ключевые слова: мораль, нравственность, личность, "человек экономический", экономическая культура.

O. Lavrenko, Ph.D., Assoc. Prof.
Institute of Psychology of NAPS Ukraine

MORALITY AS A PART OF ECONOMIC CULTURAL IDENTITY OF STUDENTS

In the article such terms as morality, moral behavior, "the economical human being", economical culture and its connection with personality morality are described. The research data on this problem have been analyzed.

Keywords: moral, morality, personality, "economic person", economic culture.

УДК 316.614

В. Лазаренко, канд. соціол. наук, доц., К. Луб'яна, студ.
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ПОТРЕБИ ДІТЕЙ-СИРИТ В СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ

В статті презентовані результати дослідження потреб дітей-сиріт у соціальній інтеграції та працевлаштуванні, а також форм роботи соціальних інститутів, які надають допомогу громадянам в скрутних життєвих ситуаціях.

Ключові слова: діти-сироти, соціалізація, соціальна інтеграція, працевлаштування.

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Проблема сирітства є споконвічною. В усі часи були діти, яким випадала доля рости без батьків. Сиріт всиновлювали, брали у монастирі, створювали притуки. Час появи таких закладів відомі чеські дослідники проблеми сирітства Й. Лангмейєр та З. Матейчек називають IV ст. н. е. (335 р., Цар-місто). У Російській педагогічній енциклопедії згадується відкритий в 787 р. в Мілані перший дім для виховання дітей. Початок наукового осмислення проблеми розвитку дітей, що залишилися

6. Дембицька Н. М. Психологічні особливості становлення суб'єктивності студентів у просторі відносин власності / Н. М. Дембицька // Проблеми сучасної психології : Зб. наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – Кам'янець-Подільський : Аксиома. – 2011. – Вип. 14. – С. 35-43.

7. Міщенко О. О. Економічна культура особистості як соціально-психологічний феномен / О. О. Міщенко // Проблеми загальної та педагогічної психології : Зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / За ред. С. Д. Максименка. – К., 2008. – Т. X, ч. 2. – С. 354-363.

8. Моральность украинского общества: нравственные ориентиры украинцев // Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://institute.gorshenin>.

1. Panina N. Youth of Ukraine: the structure of values, social well-being and morale in terms of total anomie / N. Panina // Sociology: Theory, Methods, Marketing. – 2001. – № 1. – P. 5-26.

2. Weber M. Selected Works / Max Weber; [transl. by N. Davydov]. – Moscow : Progress, 1990. – 808 p.

3. Smith A. Theory of Moral Sentiments / A. Smith. – M. : Respublica, 1997. – 351 p.

4. Bilan N. I. Consumerism as a problem of ethics and economics in the era of postmodernism / N. I. Bilan // Philosophical and anthropological dimensions of global transformations : Monograph by group of authors / T. I. Vlasova, I. Hrabovska, V. Kravets, A. Kikinezhdi, T. Filat. – Dnepropetrovsk : Makovetskiy, 2012. – P. 77-84.

5. Efremento T. Economic culture as a sociological concept / Tatiana Efremento // Sociology: Theory, Methods, Marketing. – 2005. – № 3. – P. 123-141.

6. Dembitskaya N. Psychological characteristics of students' subjectivity becoming in spacious of property relations / N. M. Dembitskaya // Problems of modern psychology : Coll. scientific papers. – Ivan Ogienko National University of Kamenets-Podolsky, GS Kostyuk Institute of Psychology NAPS of Ukraine. – Kamenets-Podolsky : Axioma. – 2011. – Vol. 14. – P. 35-43.

7. Mishchenko A. A. Economic Culture as individual socio-psychological phenomenon / A. A. Mishchenko // Problems of General and Educational Psychology : Coll. sciences. works of G. S. Kostyuk Institute of Psychology NAPS of Ukraine / Ed. by S. D. Maksymenko. – K., 2008. – Vol. X, p. 2. – P. 354-363.

8. Morality of Ukrainian society: moral orienteer for Ukrainians // Electronic resource. – Mode of access: <http://institute.gorshenin>.

Надійшла до редколегії 18.09.14

без батьківського піклування відноситься до початку ХХ ст. [1]. Але, незважаючи на те, що в останній час проблема сирітства привернула увагу науковців різних сфер, в ній залишається значна частка проблем, які потребують наукового вирішення. До однієї з найбільш актуальних проблем вихованців дитячих будинків дослідники відносять труднощі в соціалізації дітей-сиріт.

Ступінь розробленості проблеми. Під соціалізацією розуміють сукупність всіх соціальних процесів, завдяки яким індивід засвоює певну систему норм і цінно-