

**Sidorenko Z. The influence of gender factor to process of setting life's tasks by youth of reaching of the psychological health.** In the article, the gender particularities of the youth's process of construction of future in the direction to reaching the psychological health are considered.

The methodical tool of this research that included for itself methodology of determination of personality intentions, that was created by R. Emmons, adapted by M. – J. A. Chepa, authorial questionnaire "How I care of the psychological health?" and narrative analysis was determined.

The gender specific of young's orientation is analyzed to the different components of the psychological health, such as self-actualization, harmonization of relations, viability, and self-knowledge.

It was found out, that particularities of influence gender's factor on the process of task's setting of a psychological health appear the young people of tasks, foremost, in the conditionality of the rich in meaningfulness of life's tasks, in the breadth of their diapason and in prevailing of life's motive.

The stylish features of setting of life's tasks in the direction to a psychological health that inherent for youths and girls were educed.

There is some predominance of declarative and constructive styles among girls, and conformal and consumer-pessimistic among youths.

It was set that girls are in a greater directed to harmonization of inter-personality relations, on self-perfection and self-knowledge.

Youths in aspiring to the psychological health more directed to the increase of viability, in them also up to a point prevail to sense's orientation of altruistic kind. Gender differences are determined in prevailing of life's motive at setting of tasks of psychological health. Thus, the discourses of Alexander the Great and Columbus prevails for self-narrative of youths, though, girls rather have motives of love, contemplation, loss and the saving.

**Key words:** life tasks, psychological health, the styles of setting the tasks for psychological health.

Отримано: 20.07.2014 р.

УДК 159.923.25

Сімків М.В.

## СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ МОНЕТАРНИХ НАСТАНОВЛЕНЬ МОЛОДІ

*Сімків М.В. Соціально-демографічні чинники монетарних настановлень молоді. У статті представлені результати дослідження соціально-демографічних чинників монетарних установки української молоді. Здійснено порівняльний аналіз монетарних установок особистості за різними соціально-демографічними показниками. Виявлена залежність монетарних установок від таких характеристик, як стать, вік, освіта, місце проживання, місце роботи, посада та рівень доходу.*

**Ключові слова:** монетарні установки, вік, стать, освіта, дохід.

*Симкив М.В. Социально-демографические факторы монетарных настановлений молодежи. В статье представлены результаты ис-*

*следования социально-демографических факторов денежных установок молодежи. Осуществлен сравнительный анализ денежных установок личности по разным социально-демографическим показателям. Выявлена зависимость денежных установок от таких характеристик, как пол, возраст, образование, место жительства, место работы, должность и уровень дохода.*

**Ключевые слова:** денежные установки, возраст, пол, образование, доход.

**Постановка проблеми.** Актуальним сьогодні є дослідження грошей з точки зору їх психологічної сутності. Окрім того, що гроші є економічним явищем, у сучасному суспільстві вони набувають соціальних та психологічних рис. Гроші проникають у всі сфери життя суспільства і вносять у них свої корективи. Таким чином і особистість потрапляє під вплив грошей, оскільки гроші стають інструментом для задоволення власних потреб та досягнення цілей. Дослідження монетарних установок особистості є актуальними з огляду на те, що українське суспільство перебуває на шляху соціальних та економічних змін, що неодмінно позначається і на економічній свідомості людей, а особливо молоді.

**Аналіз досліджень та публікацій.** У західній Європі та північній Америці багато дослідників займаються вивченням цієї проблематики (А. Фернем та М. Аргайл [4], Т. Танг і П. Гілберт [10], П. Вернімонт та С. Фіцпатрік [11] та ін. [6, 7, 8, 9, 12]). В Україні також зростає інтерес психологів-дослідників до проблеми ставлення людини до грошей (І. Зубіашвілі, [1] В. Москаленко [2], В. Мьяленко [3] та ін.).

Монетарні установки особистості формуються в процесі накопичення особистого досвіду поведінки з грошима в умовах міжособистісної взаємодії. Ряд досліджень доводять, що на формування монетарних установок впливають психологічні особливості особистості (рівень самооцінки, локалізація контролю, задоволеність роботою та ін.) та соціально-демографічні характеристики, а саме: вік, стать, освіта, рівень доходу, місце проживання тощо (А. Фернем та М. Аргайл [4], Т. Танг і П. Гілберт [10], П. Вернімонт та С. Фіцпатрік [11] та ін.).

Результати дослідження монетарних установок та демографічних особливостей особистості, проведене П. Вернімонт та С. Фіцпатрік [11], вказують на те, що чоловіки надають грошам більшого значення, порівняно з жінками. А. Фернем [5] у своєму дослідженні виявив, що жінки частіше відчують одержимість грошима. Вони більш консервативні у фінансових питаннях та схильні вважати, що вони гірше контролюють власне фінансове становище, ніж чоловіки. Результати дослідження М. Лінн [за 4] свідчать про те, що чоловіки наділяють гроші

більшою цінністю. М. Прінс [8] виявив, що жінки частіше дбають про фінансову безпеку та є менш впевненими при укладанні фінансових угод.

Такі дослідники, як М. Прінс [8], Т. Танг та П. Гілберт [10], В. Лім та Т. Тео [7], виявили, що жінки частіше використовують гроші в якості інструменту впливу на інших, тобто для досягнення влади та демонстрації власного престижу. Згідно з результатами дослідження Т. Танга [10], жінки частіше планують власний бюджет, ніж чоловіки. Схожі результати отримали К. Ямаучі та Д. Темплер [12], досліджуючи ставлення до грошей представників різних соціальних груп. Вони виявили, що існують статеві відмінності у плануванні та заощадженні коштів на майбутнє, а також схильність жінок частіше використовують гроші як засіб боротьби за владу.

Окрім статевих, існують також і вікові особливості ставлення особистості до грошей. Підтвердженням цього є результати численних досліджень в цій сфері наукових інтересів. А. Фернем [5] виявив, що молоді люди більш схильні використовувати гроші як засіб впливу на інших людей, в меншій мірі дбають за фінансову безпеку та менш стривожені питаннями фінансового майбутнього, порівняно із особами старшого віку. Схильність осіб старшого віку піклуватись про фінансове забезпечення у майбутньому підтверджують А. Хенлі та М. Вільгельм [6]. Т. Танг та П. Гілберт [10] зазначають, що старші люди більш ретельно планують власні витрати та вбачають у грошах символ власної успішності.

Взаємозв'язок монетарних установок з рівнем доходу підтверджують результати багатьох досліджень. Так П. Вернімонт та С. Фіцпатрік [11] виявили, що особи з вищим рівнем доходу акцентують свою увагу на можливості використання грошей з метою забезпечення матеріального комфорту та безпеки. Одержимість грошима частіше проявляється у людей з нижчим рівнем доходу, а також вони схильні використовувати гроші як засіб досягнення влади над іншими людьми [5]. Дослідження грошових установок американського населення показало, що людям з великими доходами притаманно бачити взаємозв'язок між грошима та власними досягненнями. Тобто гроші для них є своєрідним індикатором власної успішності. Погляд на гроші як на корінь всього зла для них є менш характерним, ніж для осіб з низьким рівнем доходу. Ретельне планування власного бюджету та ошадливе ставлення до грошей більш властиве особам з меншими доходами [10]. Проте Дж. Робертс та Ц. Сепулведа [9] досліддили, що особи з вищим рівнем доходу більш схильні до фінансового планування. Автори пояснюють це тим, що Т. Танг та С. Гілберт [10] досліджували осіб з нижчим середнім рівнем доходу. М. Лінн [за 4] було проведено крос культурне

дослідження в 43 країнах світу, з метою вивчення національних відмінностей монетарних установок. Для більшості національних груп виявлений статистично значущий зворотний кореляційний зв'язок між цінністю, якою люди наділяли гроші, та доходом. Отже, у більш економічно розвинутих країнах люди надають грошам меншого значення і, навпаки, чим бідніша країна, тим гостріше стає проблема грошей для кожної людини. Проте Ямаучі К. та Темплер Д. [12], провівши дослідження ставлення до грошей представників різних соціальних груп, виявили, що монетарні установки практично не залежать від рівня доходів.

Дослідження взаємозв'язку монетарних установок з рівнем освіченості людини показали, що менш освічені люди частіше переживають грошову одержимість та використовують гроші в якості інструменту впливу на інших. Особи більш освічені частіше стають "мисливцями за знижками" [5]. Також особи з вищим рівнем освіти більше уваги приділяють плануванню власних доходів, витрат та заощаджень [9].

Отже, монетарні установки особистості знаходяться у тісному взаємозв'язку не тільки з психологічними змінними, але і з соціально-демографічними. Проте на характер цього зв'язку очевидно впливає культурний та етнічний фактори. Тому метою нашого дослідження є виявлення соціально-демографічних чинників монетарних установок української молоді.

Процедура дослідження. Для визначення монетарних установок особистості було використано україномовний варіант методики Т. Танга під назвою "Шкала Монетарної Етики" (MAS) (адаптація М. Сімків) та україномовний варіант методики А. Фернема "Шкала Грошових Переконань та Поведінки" (MBBS) (адаптація М. Сімків).

Україномовний варіант даної методики "Шкала Монетарної Етики" містить наступні шість шкал: 1) гроші як благо; 2) гроші як зло; 3) гроші як засіб досягнення та демонстрації успіху; 4) гроші як чинник поваги до людини; 5) планування витратків; 6) гроші як засіб досягнення свободи та влади. Україномовний варіант методики "Шкала Грошових Переконань та Поведінки" включає чотири шкали: 1) грошова одержимість; 2) влада; 3) економічність; 4) неадекватна поведінка з грошима.

До соціально-демографічних показників було віднесено: стать, вік, рівень освіти, місце проживання, рівень доходу, місце праці та посада.

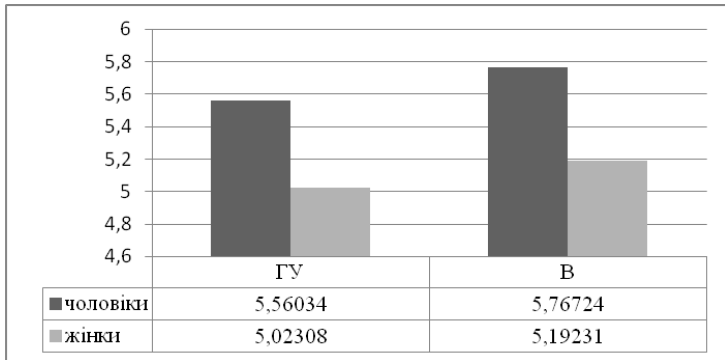
У дослідженні взяло участь 246 осіб віком від 20 до 35 років. Вибір цього вікового періоду пояснюється найбільшою професійною та економічною активністю людей. З них 52,8 % (130 осіб) – це жінки та 47,2 % (116 осіб) – чоловіки. На момент дослідження 44,3 % (109 осіб) досліджуваних були віком від 20 до 25 років та 55,7 % (137 осіб)

– від 26 до 35. Такий віковий поділ спричинений тим, що особи до 25 років завершують навчання та розпочинають професійну діяльність, отже, тільки включаються в економічну систему, а особи старшого віку в повній мірі є професійно та економічно активні. Розподіл групи досліджуваних за рівнем освіти має такий вигляд: 15 % (37 осіб) – це люди з середньо спеціальною освітою, 21,5 % (53 особи) мають базову вищу освіту (бакалавр), 63,5 % (156 осіб) – повну вищу освіту (магістр, спеціаліст). За місцем проживання досліджувані розподілились наступним чином: 76,8 % (189 осіб) проживають у великих містах (обласних центрах) та 23,2 % (57 осіб) – у малих містах та селах (районні центри, селища міського типу та села). 53,3 % (131 особа) – це особи, що перебувають у шлюбі, 43,5 % (107 осіб) – неодружені та 3,2 % (8 осіб) – розлучені. За місцем праці група складається: 46% (113 осіб) досліджуваних є працівниками державних організацій та підприємств, 39,4 % (97 осіб) – працівники комерційних організацій, 7,3 % (18 осіб) – це приватні підприємці та 7,3 % (18 осіб) – безробітні. З них 81,6 % (186 осіб) людей є підлеглими та 18,4 % (42 особи) займають керівну посаду. Рівень доходу досліджуваних становить: 48 % (118 осіб) – це люди з низьким рівнем доходу, що відповідає менше однієї та 1-2 мінімальним заробітним платам (від менше 744 до 1488 грн.); 30 % (74 особи) – люди з середнім рівнем доходу, що знаходиться в межах від 2 до 5 мінімальних заробітних плат (від 1489 до 3720 грн.); 20 % (51 особа) – досліджувані з високим рівнем доходу, що становить від 5 і більше мінімальних заробітних плат (від 3721 грн.).

Для обробки результатів дослідження були використані методи математичної статистики за допомогою програми STATISTICA Six Sigma, а саме: кореляційний аналіз, порівняльний аналіз за t-критерієм Стьюдента та однофакторний дисперсійний аналіз (аналіз варіацій та тест Шеффе).

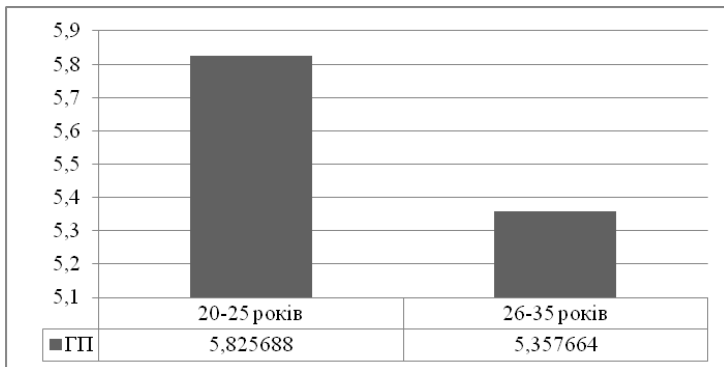
**Результати дослідження.** Порівняльний аналіз за t-критерієм Стьюдента виявив статистично значимі відмінності у чоловіків та жінок за шкалами "Гроші як засіб досягнення та демонстрації успіху" ( $p=0.006$ ) та "Влада" ( $p=0.002$ ). Також кореляційний аналіз підтвердив прямий кореляційний зв'язок між статтю досліджуваних та шкалами "Гроші як засіб досягнення та демонстрації успіху" ( $r=0.17$ , при  $p < 0.05$ ) та "Влада" ( $r=0.19$ , при  $p < 0.05$ ) (рис. 1). Отож, для чоловіків більш характерним є ставлення до грошей як до засобу демонстрації власного успіху, ніж жінкам. Гроші для них у більшій мірі символізують успіх та стають індикатором особистої успішності у житті загалом. Також чоловіки у більшій мірі схильні використовувати гроші як засіб впливу на інших

людей та досягнення, таким чином, власних цілей. Вони частіше використовують гроші для того, щоб керувати, залякувати та "купувати" людей власною щедрістю.



*Рис. 1. Статистично значущі відмінності монетарних установок чоловіків та жінок (ГУ – "Гроші як засіб досягнення та демонстрації успіху", В – "Влада")*

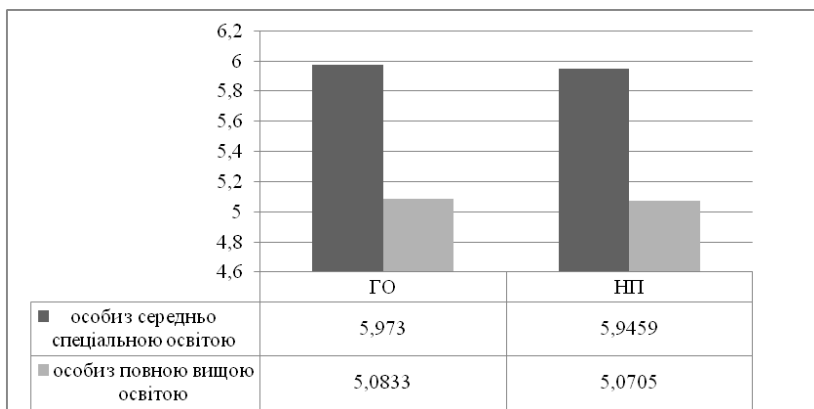
Результати порівняльного та кореляційного аналізу виявили вікові відмінності монетарних установок у даної групи досліджуваних. Особи, вік яких знаходиться в діапазоні від 20 до 25 років, частіше вбачають у грошах чинник поваги до людини ( $p = 0.02$ ), порівняно з особами віком від 26 до 35 років (рис. 2).



*Рис. 2. Статистично значуща відмінність монетарної установки в осіб різного віку (ГП – "Гроші як чинник поваги до людини")*

Також виявлений зворотній кореляційний зв'язок між віком та шкалою "Гроші як чинник поваги до людини" ( $r = -0.14$ , при  $p < 0.05$ ). Тобто досліджувані старшого віку рідше вважають гроші засобом досягнення поваги у суспільстві. Особи молодшого віку частіше вважають гроші хорошим засобом для примноження друзів та досягнення поваги у спільноті. На їхню думку, гроші допомагають краще виражати власні здібності та компетентність.

Застосування однофакторного дисперсійного аналізу (аналізу варіацій та тесту Шеффе) дало змогу виявити відмінності за показниками шкал "Грошова одержимість" та "Неадекватна поведінка з грошима" в осіб з різним рівнем освіти. У групи досліджуваних з середньою спеціальною освітою виявлений вищий рівень прояву грошової одержимості ( $F = 5.848$ ,  $p = 0.003$ ,  $M = 5.9730$ ), ніж в осіб з повною вищою освітою ( $F = 5.848$ ,  $p = 0.003$ ,  $M = 5.0833$ ). Також вищий рівень прояву монетарної установки, що свідчить про неадекватну поведінку з грошима ( $F = 6.048$ ,  $p = 0.003$ ,  $M = 5.9459$ ), порівняно з досліджуваними з повною вищою освітою ( $F = 6.048$ ,  $p = 0.003$ ,  $M = 5.0705$ ). Проте, у групи осіб з базовою вищою освітою не виявлено статистично значущих відмінностей від інших груп досліджуваних за показниками шкал, що відображають монетарні установки (рис. 3).



*Рис. 3. Статистично значимі відмінності у показниках монетарних установок у осіб з різним рівнем освіти ( $p < 0.05$ ) (ГО – "Грошова одержимість", НП – "Неадекватна поведінка з грошима")*

Кореляційний аналіз підтвердив взаємозв'язок між рівнем освіти та вище зазначеними монетарними установками для даної групи

досліджуваних. Виявлений зворотній кореляційний зв'язок між освітою та шкалами "Грошова одержимість" ( $r = -0.21$ , при  $p < 0.05$ ) і "Неадекватна поведінка з грошима" ( $r = -0.21$ , при  $p < 0.05$ ).

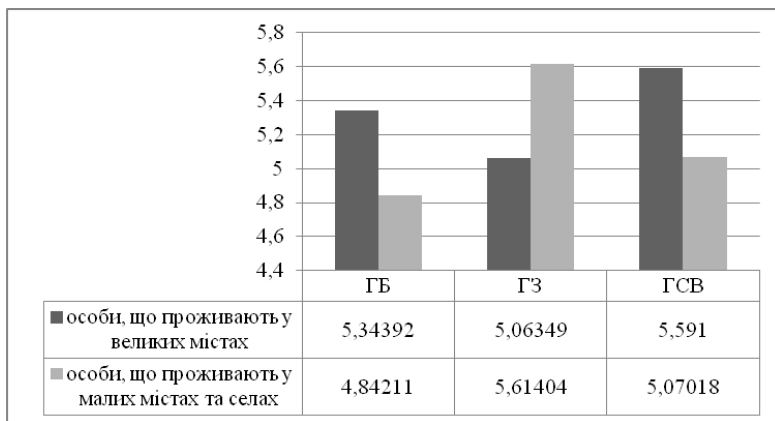
Отже, досліджувані менш освічені частіше відчують потребу у грошах і готові на все в рамках закону заради їх примноження. Частіше хвилюються за своє фінансове становище та фантазують про те, що можна придбати за гроші. Вважають, що їхній дохід менший, ніж вони заслуговують на своїй роботі. У більшій мірі схильні вважати, що гроші – це єдине, на що можна розраховувати, і вони можуть вирішити усі проблеми. Також для осіб з нижчим рівнем освіти більш характерним є купівля непотрібних речей тільки тому, що на них є знижка чи вони є модними. Їм дещо важче приймати рішення стосовно покупок, і вони частіше витрачають гроші на інших людей проте, дуже неохоче на себе. Вони більш схильні до відчуття провини, коли витрачають гроші, проте не комфортно себе почувають, доки все не витратять. Вважають, що погано контролюють своє фінансове становище та відчують неможливість його змінити.

Залежність між ставленням до грошей та місцем проживання досліджуваних вдалось виявити з допомогою порівняльного аналізу за t-критерієм Стьюдента. Виявлена статистично значуща відмінність за показниками шкал "Гроші як благо", "Гроші як зло" та "Гроші як засіб досягнення свободи та влади" у осіб, які проживають у великих та малих містах. Досліджувані, що проживають у великих містах, проявляють вищий показник за шкалою "Гроші як благо" ( $p = 0.03$ ) та "Гроші як засіб досягнення свободи та влади" ( $p = 0.03$ ), порівняно з особами, які проживають у малих містах та селах. Проте, група осіб, що проживає у малих містах та селах, характеризується вищим показником за шкалою "Гроші як зло" ( $p = 0.02$ ), ніж особи, що проживають у великих містах (рис. 4). Результати кореляційного аналізу свідчать про зворотний кореляційний зв'язок між місцем проживання та шкалою "Гроші як благо" ( $r = -0.15$ , при  $p < 0.05$ ) та прямий кореляційний зв'язок зі шкалою "Гроші як зло" ( $r = 0.14$ , при  $p < 0.05$ ).

Отже, група осіб, що проживає у великих містах у більшій мірі наділяє гроші великою цінністю та вважає їх важливим фактором у своєму житті. На їхню думку, гроші – це добро, яке допомагає людині покращити якість життя, наприклад, придбати предмети розкоші. Для таких осіб гроші є більш привабливими та цінними, порівняно з особами, які проживають у малих містах. В той час як молодь, що проживає у малих містах частіше проявляє монетарну установку з негативним емоційним значенням та вважає гроші коренем всього зла. На їхню

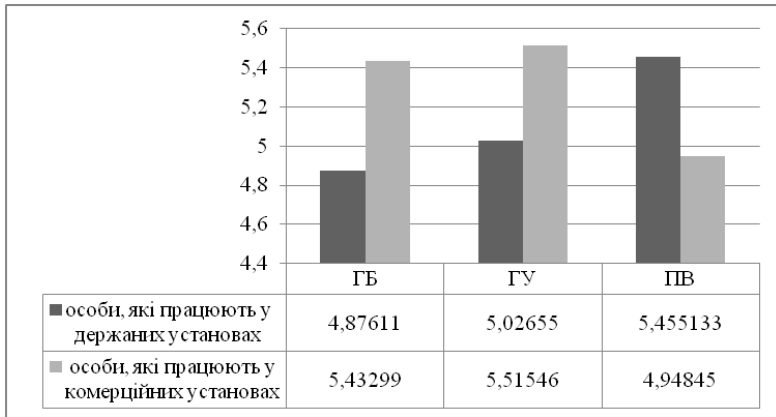


думку, гроші є абсолютно непотрібними та соромними. Для них більш характерним є відчуття втрати у випадку витрати коштів. Ще однією особливістю осіб, які проживають у великих містах, є схильність до збереження коштів у банку, оскільки, на їхню думку, банк – знак надійності. Також вони вважають, що гроші дають можливість людям здобути особисту незалежність та владу над іншими людьми.



*Рис. 4. Статистично значимі відмінності у показниках монетарних установок у осіб з різним місцем проживання (ГБ – "Гроші як благо", ГЗ – "Гроші як зло", ГСВ – "Гроші як засіб досягнення свободи та влади")*

Згідно з результатами порівняльного аналізу існує статистично значуща відмінність між групами осіб, що працюють в державних та комерційних установах, за такими шкалами монетарних установок: "Гроші як благо" ( $p = 0.007$ ), "Гроші як засіб досягнення та демонстрації успіху" ( $p = 0.02$ ), "Планування видатків" ( $p = 0.01$ ) та "Неадекватна поведінка з грошима" ( $p = 0.03$ ) (рис. 5). Частина досліджуваних, які зайняті власною підприємницькою діяльністю, не були враховані в даному виді аналізу, оскільки їхня частка склала 7,3 % від загальної кількості досліджуваних. Особи, що працюють в комерційних установах, демонструють вищі показники за шкалами "Гроші як благо" та "Гроші як засіб досягнення та демонстрації успіху", а особи, що працюють у державних установах, мають вищий показник за шкалою "Планування видатків". Також наявний прямий кореляційний зв'язок між місцем праці та шкалою "Гроші як благо" ( $r = 0.15$ , при  $p < 0.05$ ) та зворотний зв'язок зі шкалою "Гроші як зло" ( $r = - 0.16$ , при  $p < 0.05$ ).



*Рис. 5. Статистично значущі відмінності у показниках монетарних установок у осіб з різним місцем праці (ГБ – "Гроші як благо", ГУ – "Гроші як засіб досягнення та демонстрації успіху", ПВ – "Планування витатків")*

Отож, молодь, місцем праці якої є комерційна організація, виявляє схильність до виключно позитивного ставлення до грошей, тобто наділяє гроші великою цінністю. Більш схильні вважати гроші добром, що приносить людям тільки користь. Гроші, на їхню думку, символізують, демонструють особистий успіх та відображають їхню компетентність та досягнення. А особи, що працюють у державних установах, більш ретельно планують свій бюджет, передбачаючи всі доходи та витрати, намагаються вчасно оплачувати всі рахунки задля уникнення фінансового покарання та обережно і обдуманно витратити гроші загалом. Взнявши до уваги результат кореляційного аналізу, можемо припустити, що для державних службовців гроші у більшій мірі мають негативне емоційне забарвлення, символізують зло, що приносить людям більше поганого, ніж корисного.

Порівнюючи групи осіб, що займають керівні та некерівні посади, було виявлено відмінність в емоційному ставленні до грошей. Особливістю керівників є вищий показник за шкалою "Гроші як благо" ( $p = 0.006$ ), а підлеглих – вищий показник за шкалою "Гроші як зло" ( $p = 0.02$ ). Тобто особи, що займають керівні посади, більш позитивно ставляться до грошей та надають їм більшого значення. А особи без керівних повноважень у більшій мірі виявляють негативне ставлення до грошей.

Порівняльний аналіз за t-критерієм Стьюдента дав можливість виявити статистично значущі відмінності у монетарних установках осіб з різним

рівнем доходів. З метою зрівняння груп, групи досліджуваних з середнім та високим рівнем доходу були об'єднані в одну. Оскільки близько половини загальної групи (48 %) становлять особи з низьким рівнем доходу. Результати свідчать про статистично значущу відмінність за шкалами "Гроші як благо" ( $p = 0.01$ ), "Гроші як зло" ( $p = 0.000$ ), "Влада" ( $p = 0.000$ ) та "Неадекватна поведінка з грошима" ( $p = 0.01$ ). Досліджувані з середнім та високим рівнем доходу отримали вищі показники за такими монетарними установками, як "Гроші як благо" та "Влада", а особи з низьким рівнем доходу – "Гроші зло" та "Неадекватна поведінка з грошима". Прямий кореляційний зв'язок наявний між доходом та шкалами "Гроші як благо" ( $r = 0.17$ , при  $p < 0.05$ ) і "Влада" ( $r = 0.19$ , при  $p < 0.05$ ); зворотний кореляційний зв'язок виявлений між доходом та шкалами "Гроші як зло" ( $r = -0.25$ , при  $p < 0.05$ ) та "Неадекватне ставлення до грошей" ( $r = -0.14$ , при  $p < 0.05$ ).

Отже, можемо стверджувати, що чим вищий дохід отримує людина, тим більшу цінність набуватимуть для неї гроші. Особи, що мають середній та високий рівень доходу, частіше вбачають у грошах інструмент впливу та засіб досягнення влади над іншими людьми. Особи, що отримують низьку заробітну плату, навпаки, оцінюють гроші більш негативно, вважають їх швидше злом, аніж добром, та відчувають слабкий контроль над своїм фінансовим становищем.

**Висновки.** В результаті дослідження виявлено такі соціально-демографічні чинники монетарних установок молоді, як стать, вік, рівень освіти, місце роботи, посада та розмір доходу. Позитивне ставлення до грошей для даної групи досліджуваним більш притаманне особам, що проживають у великих містах, працюють в комерційних організаціях, займають керівні посади та мають середній та високий рівень доходу. Негативне ставлення до грошей, навпаки, більш характерне для осіб, що проживають в малих містах та селах, не займають керівних посад та отримують низьку заробітну плату. Оскільки місце проживання, місце роботи та посада у великій мірі визначають рівень доходу людини, можемо зробити висновок, що для фінансово "благополучних" осіб гроші здаються більшим благом та наділяються більшою цінністю, аніж для осіб з меншими статками.

Ставлення до грошей як до засобу досягнення та демонстрації власного успіху більш характерне для чоловіків та для осіб, що працюють в комерційних установах. Для них гроші – це символ їхнього успіху, що відображає та демонструє особисті досягнення. Також чоловіки частіше використовують гроші в якості засобу впливу на інших людей, аніж жінки.

Часте хвилювання за своє фінансове становище, фантазії про те, що можна купити за гроші, та постійна потреба у них більш притаманна особам менш освіченим. Також для них властиве почуття провини за витрачені кошти, купівля непотрібних речей та гірший контроль над своїми фінансами, порівняно з особами більш освіченішими.

### **Список використаних джерел**

1. Зубіашвілі І. К. Ставлення до грошей як фактор економічної соціалізації старшокласників: автореф. дис. канд. психол. наук: 19.00.05/Зубіашвілі І. К. ; Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – К., 2009. – 16 с.

2. Москаленко В. В. Сучасні напрямки досліджень в економічній психології / В. В. Москаленко // Соціальна психологія. – 2004. – № 3(5). – С. 3-21.

3. М'яленко В. В. Соціально-психологічні механізми фінансової поведінки молоді : автореф. дис. канд. психол. наук : 19.00.05 / М'яленко В. В. ; Інститут соціальної та політичної психології АПН України. – К., 2008. – 20 с.

4. Furnham, A. The psychology of money / A. Furnham, M. Argyle. – New York: Routledge, 1998. – 324 p.

5. Furnham, A. Many sides to the coin: the psychology of money usage / A. Furnham // Personality and Individual Differences. – 1984. – V. 5. – № 5. – P. 501-509.

6. Hanley, A. Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes / A. Hanley, M. S. Wilhelm // Journal of Economic Psychology. – 1992. – № 13. – P. 5-18.

7. Lim, V. K. Sex, money and financial hardship: an empirical study of attitudes towards money among undergraduates in Singapore / V. K. Lim, T. S. Teo // Journal of Economic Psychology. – 1997. – № 18. – P. 369-386.

8. Prince M. Gender and money attitude of young adults / M. Prince // Proceedings of the Conference on Gender and Consumer Behavior. – 1991. – P. 284-291.

9. Roberts, J. A. Demographics and money attitudes: a test of Yamauchi & Templer's (1982) money attitude scale in Mexico / J. A. Roberts, C. J. Sepulveda // Personality and Individual Differences. – 1999. – № 27. – P. 19-35.

10. Tang T. L. Attitude toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress and work-related attitudes / T. L. Tang, P. R. Gilbert / Personality and Individual Differences. – 1995. – V. 19. – № 3. – P. 327-332.

11. Wernimont P. F. The meaning of money / P. F. Wernimont, S. Fitzpatrick // Journal of Applied Psychology. – 1972. – № 56. – P. 218-226.

12. Yamauchi K. T. The development of a money attitudes scale / K. T. Yamauchi, D. I. Templer // *Journal of Personality Assessment*. – 1982. – № 46. – P. 522-528.

### **Spisok vikoristanix dzherel**

1. Zubiashvili I. K. Stavlennja do groshej jak faktor ekonomichnoï socializaciji starshoklasnikiv: avtoref. dis. kand. psihol. nauk: 19.00.05/ Zubiashvili I. K. ; Institut psihologiji im. G. S. Kostjuka APN Ukrajini. – K., 2009. – 16 s.

2. Moskalenko V. V. Suchasni naprjamki doslidzen' v ekonomichnij psihologiji / V. V. Moskalenko // *Social'na psihologija*. – 2004. – № 3(5). – S. 3-21.

3. Mjalenko V. V. Social'no-psihologichni mehanizmi finansovoji povedinki molodi : avtoref. dis. kand. psihol. nauk : 19.00.05 / Mjalenko V. V. ; Institut social'noji ta politichnoï psihologiji APN Ukrajini. – K., 2008. – 20 s.

4. Furnham, A. *The psychology of money* / A. Furnham, M. Argyle. – New York : Routledge, 1998. – 324 p.

5. Furnham, A. Many sides to the coin: the psychology of money usage / A. Furnham // *Personality and Individual Differences*. – 1984. – V. 5. – № 5. – P. 501-509.

6. Hanley, A. Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes / A. Hanley, M. S. Wilhelm // *Journal of Economic Psychology*. – 1992. – № 13. – P. 5-18.

7. Lim, V. K. Sex, money and financial hardship: an empirical study of attitudes towards money among undergraduates in Singapore / V. K. Lim, T. S. Teo // *Journal of Economic Psychology*. – 1997. – № 18. – P. 369-386.

8. Prince M. Gender and money attitude of young adults / M. Prince // *Proceedings of the Conference on Gender and Consumer Behavior*. – 1991. – P. 284-291.

9. Roberts, J. A. Demographics and money attitudes: a test of Yamauchi & Templer's (1982) money attitude scale in Mexico / J. A. Roberts, C. J. Sepulveda // *Personality and Individual Differences*. – 1999. – № 27. – P. 19-35.

10. Tang T. L. Attitude toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress and work-related attitudes / T. L. Tang, P. R. Gilbert // *Personality and Individual Differences*. – 1995. – V. 19. – № 3. – P. 327-332.

11. Wernimont P. F. The meaning of money / P. F. Wernimont, S. Fitzpatrick // *Journal of Applied Psychology*. – 1972. – № 56. – P. 218-226.

12. Yamauchi K. T. The development of a money attitudes scale / K. T. Yamauchi, D. I. Templer // *Journal of Personality Assessment*. – 1982. – № 46. – P. 522-528.

*Simkiy M. Social and demographic factors of money attitudes of young people. The article provides the results of research on social and demographic factors of Ukrainian youth money attitudes. The aim of the research is to identify dependency between money attitudes of the young people and such social and demographic characteristics as sex, age, education, place of residence, place of employment, employment position and level of income. The research required application of survey and questionnaire methods as well as statistical methods of results processing. The result of the research of money attitudes of the Ukrainian youth have shown that there is dependency between attitude to money and such social and demographic characteristics as gender, age, level of education, place of employment, position and level of income.*

*Positive attitude to money for this group of respondents is characteristic of people who live in big cities, work in commercial organizations and occupy senior positions and have average and high levels of income. In contrast, people who live in small towns and villages, occupy subordinate positions and have low income show negative attitudes to money. As place of residence, employment and position to a great extent determine level of income of a person, it is possible to conclude that financially "happy" people consider money to be good and of more value than people with lower income.*

**Key words:** money attitude, age, gender, education, income.

Отримано: 25.08.2014 р.

УДК 159.923

Слободяник Н.В.

## **ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ, ЯК ЧИННИК СТАНОВЛЕННЯ ЇХ ДІЯЛЬНІСНОЇ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ**

*Слободяник Н.В. Ціннісні орієнтації сучасної молоді, як чинник становлення їх діяльнійсної самореалізації. У статті розкривається суть ціннісних орієнтацій сучасної молоді, як чинника становлення діяльнійсної самореалізації особистості. Проведене нами теоретико-прикладне дослідження дає підстави говорити про визначальний вплив матеріальних цінностей та цінностей здоров'я на формування мотиваційного компоненту діяльнійсної самореалізації.*

**Ключові слова:** мотивація, діяльнійсна самореалізація, ціннісні орієнтації.

*Слободяник Н.В. Ценностные ориентации современной молодежи как фактор становления их деятельностной самореализации. В статье раскрывается сущность ценностных ориентаций современной молодежи, как фактора становления деятельностной самореализации личности. Проведенное нами теоретико-прикладное исследование дает основания говорить об определяющем влиянии материальных ценнос-*