

5. Skoryk Ju.M. Imidž pedahoha jak formujučý čynnýk stijkosti do profesijnoho vyhorannia majbutnich vykladačiv vyščoї školy / Ju.M. Skoryk // Visnyk Žytomyrského deržavnoho universytetu. Pedahohični nauky. – 2014. – Vyp. 4 (76). – S. 144-147.
6. Slovar psycholoaha-praktyka / [Sost. S.Ju. Holovyn]. – Mn.: Charvest, 2001. – 976 s.

Kryganovska Z. J., Mitlosh A. V. PSYCHOLOGICAL FEATURES OF PROFESSIONAL PERSONAL IMAGE OF FEMALE TEACHER PERCEPTION BY UNIVERSITY STUDENTS. The publication is devoted to analysis of theoretical and empirical research of psychological features of professional personal image of female teacher perception by university students. The basic concepts of the image, reputation and prestige are defined. The main components of the teacher's image and the differences between professional personal image perception of male and female are characterized. Empirical research was held in several stages. The first stage consisted in identifying signs, which consist the first impression about the teacher. In the second phase of the research questionnaire developed by the author was used and the assumption that the color of clothing is a significant element of the professional image of female teacher was confirmed. During the third stage a modified form of semantic differential developed on the basis of «classical» Differential by Charles Osgood was used making it possible to find semantic characteristics of each color in the perception of the subjects. At the final stage of the study projective technique developed by the authors was used. It was eight static images of women, dressed in a suit of the same classic style, but executed in different color solutions according to eight basic colors offered by Max Luscher. It was theoretically and empirically proved that the first impression influences the professional personal image of female teacher. During the research we found out that the color of female teacher clothes is one of the important components of its professional image.

Keywords: image, professional personal image, teacher image structure, features of image perception, female business image, methods of image psychodiagnosis.

Отримано 29.01.2015

УДК 159.922.27

Москаленко Валентина Володимирівна

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ТА МОРАЛЬНОГО В ЕКОНОМІЧНІЙ КУЛЬТУРІ ОСОБИСТОСТІ

Москаленко В. В. ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ТА МОРАЛЬНОГО В ЕКОНОМІЧНІЙ КУЛЬТУРІ ОСОБИСТОСТІ. В статті розглядаються деякі теоретичні підходи до аналізу співвідношення економічного і морального в свідомості суб'єкта економічної діяльності. Наголошується на необхідності уточнення змісту феноменів «економічність» та «моральність» як економіко-психологічних характеристик суб'єкта економічної культури. Виділено «раціональність» як ознаку економічності в економічній культурі особистості. Проаналізовано «моральність» в контексті культури. Доводиться, що ознакою економічної культури є моральність. Особливу увагу приділено проблемі співвідношення економічності та моральності у групах різного рівня економічної активності. Проаналізовано дослідження ставлення до дотримання моральних норм в групах підприємців державних та недержавних установ. Доводиться, що рівень економічної активності суб'єкта діяльності визначає особливості його уявлень про моральні якості, а також і ставлення до дотримання моральних норм.

Ключові слова: економічність, моральність, економічна культура особистості, раціональність, співвідношення економічності і моральності, економічна активність, ставлення до дотримання моральних норм.

Москаленко В. В. ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ПРАВСТВЕННОГО В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ ЛИЧНОСТИ. В статье рассматриваются некоторые теоретические подходы к анализу соотношения экономического и нравственного в сознании субъекта экономической деятельности. Акцентируется внимание на необходимости уточнения содержания понятий «экономическое» и «нравственное» в анализе экономической культуры личности. Выделено рациональность как характеристику «экономического» в экономической культуре личности. В контексте культуры анализируется «нравственность», показано, что нравственность является признаком экономической культуры. Особое внимание уделено проблеме соотношения экономического и нравственного в группах различного уровня экономической активности. Анализируются исследования отношения к соблюдению нравственных норм в группах предпринимателей государственных и негосударственных учреждений. Доказывается, что уровень экономической активности субъекта деятельности определяет особенности его представлений о моральных качествах и отношении к соблюдению нравственных норм.

Ключевые слова: экономическое, нравственное, экономическая культура личности, рациональность, соотношение экономического и нравственного, экономическая активность, отношение к соблюдению нравственных норм.

Актуальність проблеми. Зміни, які відбуваються в сучасному суспільстві за останні десятиліття, зокрема, зміна відносин суспільства і підприємництва, активізують особливий інтерес до проблеми співвідношення економіки і моралі як в суспільстві, так і в діяльності окремої особистості.

Як відомо, ще М. Вебер, визначаючи етичний кодекс протестантизму, підкреслював важливість і необхідність для «людини економічної» моральних рис. Підкреслюючи головну роль людського менталітету в розвитку духу капіталізму, основними рисами якого є наполегливість, поміркованість, пунктуальність і справедливість у всіх справах, він наголошував на важливості обов'язків, що полягають у систематичному і раціональному прагненні до законного прибутку в рамках своєї професії. Він підкреслював, що необхідною умовою існування людини ринкового типу є не тільки сама справа з її постійними вимогами, але й невід'ємність таких рис як скромність, неприйняття показної розкоші і марнотратства. Перехід від опікуючого суспільства з мінімальними соціальними гарантіями до суспільства ринкових відносин вимагає від особистості високої економічної культури, яка означає, перш за все, її ініціативність та відповідальність в економічній діяльності. В останні роки в нашій країні з'явився принципово новий погляд на взаємозв'язок економіки і етики. Суспільна думка надає все більшого значення моральності економічних суб'єктів. Це пов'язано із захистом благополуччя, безпеки і здоров'я великих груп людей. В результаті цього в наукових дослідженнях, які є відображенням існуючої економічної і соціальної реальності, відбувається зміна наголосів у співвідношенні економіки і моралі: підкреслюється, що економічна діяльність не може бути етично нейтральною. Економічна діяльність повинна сприяти процвітанню суспільства. Науковці в своїх дослідженнях підкреслюють, що економічна ціль (задоволення потреб людини) є в тій же мірі

моральною, що й економічно вигідною. Проголошуючи необхідність жорсткого контролю над бізнесом, вони доводять, що в умовах гострої конкуренції це сприяє тому, що порушення моральних норм стає економічно недоцільним [4]. Дослідження сутності економічної культури особистості, закономірностей її становлення, зокрема й аналіз співвідношення економічності і моральності в культурі, є важливим у створенні практик економічного виховання громадян і є вельми актуальною проблемою сьогодення.

Ступінь дослідження проблеми. Погляд на духовну, етичну регуляцію економічної активності завжди існував у суспільній свідомості людства. З середини ХХ ст. проблема етичного і економічного стає однією з актуальніших в наукових дослідженнях. Новий погляд в суспільній думці на співвідношення економіки і моралі, який зумовлено зростаючим впливом великого бізнесу на благополуччя людей, мав своїм наслідком зміну законодавчої бази багатьох розвинутих країн, яка жорстко встановлює контроль за дотриманням моральних норм в економічній сфері суспільства. В зарубіжній літературі дослідження з проблеми етичності бізнесу почали здійснюватись в 60-х роках, а в 80-і рр. набули значних поширень. Результатом наукових дискусій стало прийняття в багатьох країнах Заходу етичних кодексів, введення учбових програм та створення спеціальних комітетів по додержанню етичних норм у великих компаніях. В деяких з них було введено в штат уповноважених з корпоративної етики, однією з функцій яких передбачено нагляд за здійсненням в корпораціях програм з етики.

Усвідомлення значення моральних норм у здійсненні економічної діяльності сучасною вітчизняною бізнесовою елітою, можна сказати, тільки-но починається. Причиною початкового, недостатньо сформованого етапу становлення етичного бізнесу в нашій країні є невеликий за проміжком період існування ринкової економіки, протягом якого, по-перше, ще не склались в економічній сфері сприятливі умови для розвитку підприємництва (податкові, законодавчі тощо), а, по-друге, у самої бізнесової еліти в результаті недостатнього у неї досвіду підприємництва, ще не сформувалось розуміння довгострокової економічної вигоди етичного бізнесу а також потреби у позитивній груповій ідентифікації та позитивній самооцінці, проте переважає прагнення до отримання термінової максимальної вигоди. Між тим, проблеми моральності в економічній культурі суспільства, окремих спільнот та в економічній діяльності особистості є надзвичайно актуальними в сучасних умовах нашого суспільства. Сьогодні у відповідності з теоретичними моделями моральної регуляції економічної активності, етика визнається однією з її важливих детермінант.

Найбільш розробленою галуззю знань, в якій вивчається питання зв'язку економічної діяльності з моральністю її суб'єкта є ділова етика. Ділова етика, традиційно зосереджує увагу на особливостях регуляції економічної активності, що має відношення до бізнесу.

Основою сучасних теорій ділової етики можна вважати концепцію соціальної відповідальності бізнесу. В роботі американського економіста Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953) сформульовано

доктрину соціальної відповідальності як обов'язку бізнесменів проводити ту політику, приймати ті рішення і відповідати тим напрямкам діяльності, які є бажаними з точки зору цілей і цінностей суспільства [9]. На сьогодні більшість теорій етики бізнесу є подальшим розвитком ідей Г. Боуена.

Цілком зрозуміло, що економічна сфера суспільства не обмежена діяльністю людей в сфері бізнесу, а охоплює багато інших видів економічної активності в широкому колі суспільних відносин, які відбуваються в різних сферах життєдіяльності людини. Це потребує активізації досліджень етико-економічних проблем, які здійснюються на межі економічної психології та психології моральності. До таких суміжних галузей знань відноситься дослідження економічної культури особистості, в якій єдність «економічності» і «моральності» забезпечують ефективність існування суб'єкта економічної діяльності. Дослідження сутності економічної культури особистості, закономірностей її становлення вимагає чіткого визначення його категоріального апарату, зокрема, таких понять як «економічність» та «моральність».

«Економічність» як сторона економічної культури особистості. Почнемо з визначення поняття «економічність». Оскільки феномен економічної культури стосується системи відносин «Людина – економічний світ», то його особливості визначаються системою відносин економічного простору. Зокрема, соціально-психологічні властивості особистості в умовах економічного простору можуть виявлятися через таку особливість як «економічність». В літературі йдеться про такі характеристики особистості як економічна спрямованість, ставлення до власності, «економічне Я», економічна ідентичність особистості тощо, які характеризують людину як суб'єкта економічної діяльності. В сучасній соціальній та економічній психології «економічність» виступає не тільки ознакою людини як суб'єкта економічної діяльності, але й одночасно як інституційна цінність, завдяки якій люди підтверджують прихильність до економічної сфери.

Важливим питанням у визначенні «економічності» психологічних якостей особистості є характер відображення економічної реальності в свідомості людини, який визначається не тільки особливостями економічних об'єктів, але й особливостями суб'єкта відображення. В зв'язку з цим виникає питання: чим відрізняється економічне відображення від нейтрального (якщо таке може бути)? Питання ставиться так: від чого залежить «економічність» відображення? Чи визначається «економічність» відображення об'єктами відображення (економічними об'єктами – гроші, майно, власність), або когнітивні феномени, зміст яких є «економічним», не тільки відображають реальність, породжуючись у цьому відображенні, але й продукують цю реальність. Тобто, «економічність» створюється самим відображенням? І в процесі створення саме економічної реальності самі когніції стають економічними? Ці питання обговорюються в науковій літературі.

Існують різні точки зору на специфічність економічного відображення. Згідно з першою, специфічність економічного відображення визначається економічними об'єктами відображення (речі, власність, майно, гроші тощо). Так, О. Дейнека, спираючись на принципи, проголошені в психології

Л.С. Виготським, вважає, що економічне у особистості формується об'єктним, «речовим» середовищем, детермінація якого опосередковується установками, особистісними смислами і мотивами, і як результат цього – установки, особистісні смисли і мотиви набувають економічного акценту[2]. Згідно з другою точкою зору, специфічність економічного відображення визначається економічними ознаками діяльності, яка за своєю сутністю (походженням) є економічною. Взаємодія з об'єктивним світом виходить за рамки економічної діяльності, але дозволяє засвоювати економічний досвід опосередковано. У взаємодії з об'єктивним світом перш за все відображається праця, що вкладена в ці об'єкти, а також їх ціна і вартість, суб'єктивна корисність, функціональність, престижність, духовність, символізм. Тому відображення (свідомість) імпліцитно наділено економічним змістом, оскільки воно виводиться з процесу праці (О.М. Леонтьєв) [5]. Третя точка зору полягає в тому, що відображення набуває економічної якості завдяки формуванню економічного смислу, який дозволяє породжувати економічне значення у первинно нейтральних об'єктах і соціальних ситуаціях (Д.О. Леонтьєв) [6]. Ця точка зору на сутність економічного відображення спирається на положення про те, що для економічної свідомості є характерним рух від значення предмета діяльності до її економічного смислу, в якому й виявляється економічність. Тобто в цьому разі «економічність» в економіко-психологічних характеристиках особистості, які визначають її економічну культуру, визначається внутрішніми детермінантами особистості. Суть цих детермінант в тому, що відображення набуває економічної якості завдяки формуванню економічного смислу, який дозволяє породжувати економічне значення у первинно нейтральних об'єктах і соціальних ситуаціях.

Оскільки сутністю економічного смислу є орієнтація на особисту вигоду і оптимізацію корисності, то ця сутність економічного смислу може вважатись критерієм «економічності». Наприклад, на кристал алмазу (брільянту) можна дивитись з різних сторін: як на художній витвір і як на товар, який оцінюється каратами. На гроші можна дивитись з точки зору їх колекційної значимості і з точки зору вартості, яку можна збільшувати. Отже, економіко-психологічні якості людини залежать від її здатності бачити економічний смисл у об'єктах, які самі по собі є нейтральними.

Диференціація значень і смислів дозволяє визначити специфіку виявлення «економічності» особистості на відміну від виявлення «економічності» свідомості. Для економічної свідомості є характерним рух від значення предмета діяльності до його економічного смислу. Для економічного виявлення особистості економічний смисл передує економічному значенню діяльності. Для особистості економічне значення об'єкта немов «впливає» із економічного смислу. В економічній свідомості первинно нейтральне значення об'єкта втілюється в економічний його смисл, а у особистості – економічний смисл є первинним і знаходить своє втілення в економічних значеннях реальності, а потім і в самій реальності.

Розуміння сутності економічної культури особистості передбачає визначення не тільки «економічності», але й другої сторони феномену економі-

чної культури, а саме «культурного», яке в цій зв'язці єдиного феномену отожднюється нами як «моральне». Спробуємо пояснити це наступним чином.

«Моральність» як сутнісна характеристика економічної культури особистості. Як відомо, культура взагалі – це те, що створено людиною і є основою її існування. Виникає питання: чи все те, що створено людиною, є культурою, або – чим відрізняється поняття «культура» від поняття «суспільство», адже культура – це теж суспільство? Є багато визначень поняття «культура». Ми виходимо з того, що в понятті «культура» акцент зроблено на історичності суспільства, на тому, що воно у своєму статичному зрізі є певним конкретно-історичним етапом розвитку людства, в якому «напрацювання» людства представлено у формах, які втілюють узагальнену діяльність людей, завдяки чому здійснюється зв'язок поколінь і зберігається історія. Таку діяльність об'єктивовано лише в тих суспільних формах, які слугують збереженню людської спільноти а також зв'язкам з людьми наступних поколінь. Якщо б це було не так, то історія людства обірвалася б. Тому ми пов'язуємо з культурою все те, що є найкращим і прогресивним у діяльності людей. В зв'язку з цим виникає питання про критерій оцінки найкращих форм людської діяльності. На нашу думку, цей критерій можливо визначити за умов спрацювання «ефекту історичної дистанції» (факт оцінюється в історичній перспективі). Стосовно культури і суспільства це розуміється наступним чином: суспільні явища стають явищами культури тільки тоді, коли вони оцінюються наступними поколіннями. Можливо цивілізація майя зникла тому, що якісь феномени суспільства не стали тими всезагальними формами діяльності, що змогли забезпечити суспільний зв'язок не тільки всередині самого суспільства, але й з наступним поколінням? А стародавніх винахідників суспільство могло «не зрозуміти» тому, що їх винаходи не стали всезагальними формами діяльності, які забезпечили б загальний зв'язок всієї людської спільноти. Через сотні років ці відкриття були повторені іншими винахідниками, і вже за інших умов увійшли в суспільство як його культурна сторона.

Отже, найважливішою складовою економічної культури, її основним джерелом є мораль. Це пов'язано з тим, що в культурі, яка за своєю сутністю є всезагальними формами діяльності, втілюється не всякий зміст діяльності, а той, що сприяє єднанню і розвитку людської спільноти. Саме тому «культура» означає моральне, гуманне, те, що спрямовано на розвиток сутнісно людського, родового. Культура за своїм призначенням об'єктивно втілює в собі можливість прогресивної діяльності. Тому важливо підкреслити, що в самих предметах економічної культури, які привласнює особистість в процесі економічної соціалізації, втілено не всякі можливості, а ті, що мають прогресивну спрямованість. Це пов'язано з тим, що історичний досвід, який існує в формах загальної діяльності (формах культури), втілює в собі прогресивний зміст. «Самі по собі, – пише В.Г. Табачковський, - функційні характеристики предмета культури, що репрезентують його «специфічне практичне призначення», не є антигуманними завдяки своїй орієнтації на «зручне буття», бо в них «згасає» не всякий, а позитивний зміст попереднього досвіду людської діяльності з перетворення природи, суспільних структур і відносин і самого

суб'єкта діяльності, той зміст, що набуває статусу загальності» [3]. Інша справа у тому, що реалізація можливостей прогресивного змісту предметів економічної культури, їх перетворення у реальність індивідуального буття залежить як від конкретно-історичних форм діяльності людини, яка засвоює культуру, так і від індивідуально-психологічних особливостей людини, яка здійснює цю діяльність.

Існують єдині моральні принципи, які зумовлюють поведінку людей як у сфері господарювання, так і в сфері людських відносин в цілому. Соціально-економічні умови суспільства віддзеркалюються у відповідному економічному типі особистості. Зокрема, підприємницький тип особистості, що детерміновано сучасними умовами ринкової економіки, в ідеалі вимагає таких економіко-психологічних властивостей особистості, в яких «економічність» гармонічно поєднується з «моральністю». Провідні цінності ринкової ідеології полягають у знятті багатьох обмежень для активної і підприємливої особистості. Свобода – важливий ресурс особистості. Щоб забезпечити цей ресурс потрібна також інша сторона людських відносин – норми і обов'язки, що реалізуються завдяки відповідальності. Істинна моральність починається тоді, коли людина, відчуваючи в собі силу, енергію, надлишок розуму і волі, починає діяти на благо суспільства і людей. Саме такі дії захищають суспільство і окремого індивіда від виродження людського роду і ведуть до позитивних наслідків [10].

Отже, визначення сутності економічної культури особистості вимагає аналізу особливостей таких її сторін як «моральність» та «економічність» а також дослідження співвідношення цих сторін в економіко-психологічних характеристиках особистості, в яких виявляється її економічна культура. Саме таке співвідношення може бути визначеним як критерій рівня економічної культури особистості

Співвідношення економічного і морального в економічній культурі особистості. Проблема співвідношення економічного і морального в економічній культурі особистості пов'язана, в першу чергу, з дослідженнями чинників виникнення «внутрішнього морального конфлікту» суб'єкта економічної діяльності в умовах ринкової економіки сучасного суспільства. Російський соціальний психолог О.П. Вяткін, досліджуючи трансформацію «Я-концепції» в умовах ринкової економіки, виявив існування дисонансу між етичним і економічним в актуальному «Я» суб'єктів економічної діяльності [1].

Науковцями Інституту психології Російської академії наук в результаті дослідження у представників бізнесу особливостей образів морального «Я-ідеального» і «Я-реального» було доведено, що існує яскраво виражений дисонанс між етичним і економічним в актуальному «Я» особистості. Про це, зокрема, засвідчила виявлена ними невідповідність когнітивного і поведінкового компонентів відносин моральності особистості [4, с. 348]. Ця невідповідність була визначена як «внутрішній моральний конфлікт», який розуміється як різниця між отриманими показниками «Я-реальне» і «Я-ідеальне». Підтвердили також існування дисонансу між етичним і економічним у свідомості підприємців А. Л. Журавльов та А. Б. Купрейченко. Ними проводилось

опитування серед підприємців з метою виявлення того, яке значення вони надають етичним проблемам в своїй діяльності. В ході опитування респондентам потрібно було оцінити, які саме етичні проблеми ділової взаємодії є для них найбільш актуальними. Встановлено, що основні проблеми стосуються відносин всередині організації, відносин із партнерами і державою. Кількість згадувань про моральні конфлікти у взаємодії з державними структурами, конкурентами, споживачами є незначними. Повністю відсутні згадування про проблеми моральності, що виникають у взаємодії бізнесу і суспільства, бізнесу і оточуючого середовища, бізнесу і місцевого співтовариства, бізнесу і ЗМІ. Було відмічено, що сучасні підприємці мало задумуються про моральну сторону взаємовідносин зі споживачами, представниками суспільства та оточуючого середовища.

В результаті цього дослідження було зроблено висновок, що моральні конфлікти згадуються підприємцями рідко тому, що конфлікти сприймаються як вимушений, постійно діючий негативний фактор із-за занадто великої психологічної дистанції з представниками суспільства, місцевого співтовариства, представниками ЗМІ [4, с. 336]. Крім того, відносини з цими спільнотами здійснюються як міжгрупова взаємодія, яка є знеособленою. Для такого рівня відносин є характерним психологічне явище, що називається «дифузійною відповідальністю». Це явище виникає у разі колективного прийняття рішення і розподіленої відповідальності (менеджер може порушити власні моральні норми, виконуючи розпорядження директорів або діючи у відповідності з етичною політикою конкретної фірми), коли особистість діє від імені та за дорученням і в інтересах деякої групи. Загалом, для підприємців більш значимими є моральні проблеми на рівні міжособистісних відносин. Між тим, вони часто опиняються у ситуації, коли їх економічна діяльність розходиться з власними моральними переконаннями, що спричиняє стресогенний фактор. Ці стресогенні фактори визначаються особливостями економічної діяльності, пов'язані з великою відповідальністю за прийняті рішення і з ситуацією невизначеності.

На думку дослідників, дисонанс між етичним і економічним в свідомості суб'єктів економічної діяльності зумовлено, в першу чергу, новими економічними реаліями – новими цінностями, пріоритетами поведінки, новими економічними ролями. Ці нові реалії випереджають розвиток особистості, зокрема й свідомість. Як індивідуальна, так і суспільна свідомість зберігає старий світогляд, цінності і пріоритети, що призводить до когнітивного дисонансу.

Питання зв'язку «економічності» і «моральності» в поведінці сучасних суб'єктів економічної діяльності має широкий аспект вивчення. Співробітниками Інституту психології Російської академії наук було розроблено методику вивчення змістовної сторони відношень суб'єктів економічної активності з групами їх соціального оточення [4]. Справа в тім, що суб'єкти економічної активності в процесі своєї діяльності взаємодіють з представниками різних соціальних груп (сім'я, родичі, друзі, колеги, клієнти, представники державних структур і суспільства в цілому, а у етиці бізнесу їх називають «зацікавленими сторонами»), які розрізняються соціально-економічним становищем і

статусно-рольовими характеристиками. Для визначення сукупності цих відмінностей соціологи та психологи використовують поняття «соціальна дистанція». Психологія має справу з відображенням цих відмінностей у свідомості особистості і для суб'єктивного сприймання соціальних, економічних і статусно-рольових характеристик використовує поняття «психологічна дистанція». На основі теоретичного та експериментального дослідження російські науковці довели, що саме ця психологічна дистанція визначає особливості відношення до представників різних соціальних категорій і, зокрема, особливості дотримання моральних норм. Зокрема, було доведено, що моральних норм, здебільше, дотримуються по відношенню до тих, хто знаходиться до більш близької психологічної дистанції.

Одним із аспектів вивчення співвідношення економічності і моральності в свідомості суб'єктів економічної діяльності є змістовний аналіз моральних норм у представників різного рівня і форм економічної активності. В цьому ключі Л.А. Журавльовим та А.Б. Купрейченко здійснено дослідження ставлення до дотримання моральних норм представниками груп, які мають різний рівень економічної активності [4]. В якості груп високого рівня економічної активності було виділено групи підприємців недержавних установ, а в якості менш економічно активних – підприємці державних підприємств. Такий розподіл зумовлено припущенням, що підприємці недержавного сектору більшою мірою втілюють в собі характеристики типу особистості ринкової економіки, тобто рівень «економічності» у них є вищим порівняно з підприємцями державних установ. Це припущення було підкріплено даними індивідуально-психологічних характеристик, отриманими за методикою Р. Кеттела. До уваги брались фактори F,G,N,I,Q2,Q3, які за T-критерієм Стьюдента значно відрізнялись у двох груп підприємців. За показниками цих факторів отримано наступні психологічні портрети двох груп підприємців.

Особистість керівника державних підприємств є контрольованою, соціально пунктуальною, владною (переважання фактора Q3); у професійній діяльності виявляє обережність (фактор N – переважає); самовпевнена, спокійна, до всього ставиться серйозно і обережно, відчуває себе в більшій безпеці, ніж керівники недержавних підприємств. Проте, ця особистість менш активна і енергійна порівняно з керівниками недержавних підприємств (відмінності за фактором F – серйозність – імпульсивність).

Особистість керівника недержавних підприємств характеризується незалежністю, агресивністю, завзятістю, відповідальністю, терпимістю.

Порівняння соціально-психологічних портретів підприємців державних і недержавних установ дає підстави стверджувати про вищий рівень економічної активності (підприємливості) у підприємців недержавних установ.

Особливо цікавим є аналіз відмінностей між групами державних та недержавних підприємців за фактором G. В літературі цей фактор називають «моральна нормативність» або «впливовість почуттям – висока нормативність поведінки», «групова конформність», «сила Супер-Его». Частіше людина з високими оцінками за фактором G характеризується як високоморальна, традиційна, ригідна. Переважання цього фактору показує демонстрацію прихи-

льності до дотримання моральних норм. У дослідженні А.Б. Купрейченко цей фактор є вищим у представників державних підприємств, що дає підстави стверджувати, що «моральність» у керівників державних підприємств відповідає рівню їх економічної активності («економічності») [4].

Керівники недержавних підприємств відчувають внутрішній моральний конфлікт. Про це свідчить співіснування показників низького рівня факторів G (демонстрація дотримання моральних норм) та високого показника фактору O (відчуття провини). Такі висновки показують відносність категорій «моральність» та «економічність» і ставлять завдання змістовного дослідження цих феноменів.

Для змістовного дослідження ставлення суб'єктів економічної активності до дотримання моральних норм співробітниками Інституту психології Російської академії наук розроблено методику, яка оцінює відношення респондентів різних груп до дотримання норм *правдивості, справедливості, відповідальності, принципності, терпимості* [4, с. 406-411].

За допомогою цієї методики здійснено дослідження особливостей ставлення керівників державних і недержавних підприємств до дотримання норм правдивості, справедливості, відповідальності, принципності, терпимості.

Встановлено, що представники групи керівників недержавних підприємств порівняно з представниками державних підприємств більшою мірою прагнуть дотримуватись таких етичних якостей як справедливість, відповідальність і терпимість. Це пояснюється тим, що у сфері бізнесу досягнення високого економічного ефекту передбачає глибоку залученість керівника у відносини всередині організації і за її межами, а без дотримання моральних норм можна втратити довіру, що негативно вплине на економіку. Отже, представники недержавних підприємств у ділових стосунках пред'являють більш високі вимоги до дотримання норм відповідальності, справедливості і терпимості. В той же час у існуючих умовах економічної діяльності такий високий рівень дотримання норм досягти неможливо. Ця невідповідність призводить до виникнення «внутрішнього морального конфлікту».

Представники груп керівників державних підприємств більш прагнуть дотримуватись норм принципності, вони частіше проявляють такі якості як дисциплінованість, обов'язковість, прагнення до дотримання соціальних норм. Цим пояснюється більш високий рівень ставлення до дотримання норм принципності у керівників державних підприємств. Між тим, принципність означає деяку жорсткість, ригідність у прагненні до дотримання норм.

Керівники державних підприємств «Я-ідеальне» і «Я-реальне» за фактором правдивість оцінюють дуже близько, тобто моральний конфлікт за якістю «правдивість» у них відсутній. У керівників недержавних підприємств за якістю «правдивість» рівень ідеального значно нижче. Можливо це тому, що керівники недержавних підприємств мають уявлення про нечесний бізнес, бо вважають, що у ділових відношеннях допускається низький рівень правдивості, але себе вони оцінюють досить високо. У них теж є відсутнім внутрішній моральний конфлікт, але він має негативне значення («Я-Реальне» перевершує «Я-ідеальне»). Ставлення до дотримання норм правди-

вості і принциповості вписується у існуючі у керівників уявлення про нечесний бізнес. Це впливає з таких даних. Правдивість у керівників недержавних підприємств «Я-реальне» перевершує «Я-ідеальне». Вони вважають, що у ділових відносинах може бути достатньо низький рівень правдивості. Однак власний рівень «реальної правдивості» керівники недержавних підприємств оцінюють досить високо, як і представники другої групи [4, с. 351].

Виходячи із представлених досліджень, можна представити наступні психологічні портрети «моральності» особистості підприємців різних форм власності.

Особистість керівника державних підприємств можна охарактеризувати як особистість контрольовану, соціально пунктуальну і успішну в професіях, що пред'являють високі вимоги обережності, таку, що виявляє прихильність до сильної влади. Вони є більш самовпевненими, спокійними, відчують себе у більшій безпеці, ніж бізнесмени. Керівники державних підприємств мають більш чітко виражені моральні переконання. В той же час вони менш активні і енергійні, менш винахідливі і ініціативні.

Керівників недержавних підприємств можна охарактеризувати як більш незалежних, агресивних і хватких, і в той же час вони більш схильні до почуття провини. Для них є характерним внутрішній моральний конфлікт.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

1. Порівнюючи психологічні портрети підприємців різного рівня економічної активності з результатами дослідження ставлення ними до дотримання моральних норм, можна зробити висновок про взаємозв'язок моральності та рівня економічності в економічній культурі особистості.

2. Підприємці недержавних підприємств (бізнесмени) в соціально-психологічних характеристиках мають більш високий рівень «економічності» (підприємливості) порівняно з підприємцями державних установ. У ділових стосунках недержавні підприємці пред'являють більш високі вимоги до дотримання норм відповідальності, справедливості, терпимості. В той же час вони мають внутрішній моральний конфлікт, що свідчить про дисгармонійність у співвідношенні «економічності» і «моральності» в їх економічній культурі.

Підприємці державних установ характеризуються меншим рівнем «економічності» (підприємливості) порівняно з підприємцями недержавних форм власності. Такий рівень (неринковий) «економічності» співвідноситься з типом «моральності», який характеризується прагненням до дотримання норм принциповості, обов'язковості, дисциплінованості, колективістських соціальних норм. Такі норми більш відповідають недемократичним стратегіям керівництва.

3. Провідні цінності ринкової ідеології полягають у свободі як важливого ресурсу суб'єкта економічної діяльності. В сучасних умовах трансформації суспільства в результаті існування багатьох обмежень для активної і підприємливої особистості спостерігається дисонанс між етичним і економічним у підприємців, які представляють ринковий тип особистості.

Зняття цього дисонансу можливе за умови змін економічної свідомості громадян суспільства в процесі їх економічної соціалізації, результатом якого

є формування економічної культури як гармонійного поєднання економіко-психологічних характеристик «економічності» та «моральності» особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Вяткин А. П.* Экономическая социализация личности в условиях изменяющегося общества. / А.П. Вяткин // Дис...докт. психол. наук. – Санкт-Петербург, 2011. – 420 с.
2. *Дейнека О. С.* Экономическая психология : учебное пособие / О.С. Дейнека. – СПб.: Питер. изд. С.-Петерб. ун-та. – 2000. – 160 с.
3. *Диалектика деятельности и культура* / Отв. ред. В.Г. Табачковский, А.И. Яценко. – К.: Наук. думка, 1983. – 296 с.
4. *Журавлёв А. Л.* Нравственно-психологическая регуляция экономической активности / А.Л. Журавлёв, А.Б. Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003. – 436 с.
5. *Леонтьев А. Н.* Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М.: Политиздат, 1975. – 305 с.
6. *Леонтьев Д. А.* Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности / Д.А. Леонтьев. – М.: Смысл, 2007. – 511 с.
7. *Москаленко В.* Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект : монографія / В. Москаленко, Ю. Шайгородський, О. Міщенко. – К.: Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2012. – 348 с.
8. *Москаленко В. В.* Соціалізація особистості : монографія / В.В.Москаленко. – К.: Фенікс, 2013. – 540 с.
9. *Петрунин Ю. Ю.* Этика бизнеса : учебное пособие / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. – М.: Дело, 2000. – 280 с.
10. *Шадриков В. Д.* Происхождение человечности / В.Д. Шадриков. – М.: Логос, 2004. – 296 с.

REFERENCES TRANSLITERANED

1. *Viatkyn A. P.* Ekonomycheskaia sotsyalyzatsiya lychnosty v uslovyakh yzmeniaiushchehosia obshchestva. / A.P. Viatkyn // Dys...dokt. psykhol. nauk. – Sankt-Peterburh, 2011. – 420 s.
2. *Deineka O. S.* Ekonomycheskaia psykholohyia : uchebnoe posobye / O.S. Deineka. – SPb.: Pyter. yzd. S.-Peterb. un-ta. – 2000. 160 s.
3. *Dyalektyka deiatelnosty y kultura* / Otv. red. V.H. Tabachkovskiy, A.Y. Yatsenko. – K.: Nauk. dumka, 1983. – 296 s.
4. *Zhuravlev A. L.* Nravstvenno-psykholohycheskaia rehulyatsyia ekonomycheskoi aktyvnosty / A.L. Zhuravlev, A.B. Kupreichenko. – M.: Yzd-vo «Ynstytut psykholohyyu RAN» 2003. – 436 s.
5. *Leontev A. N.* Deiatelnost. Soznanye. Lychnost / A.N. Leontev. – M.: Polytyzdat, 1975. – 305 s.
6. *Leontev D. A.* Psykholohyia smysla: pryroda, stroenye y dynamyka smyslovoi realnosty / D.A. Leontev. – M.: Smysl, 2007. – 511 s.
7. *Moskalenko V.* Ekonomichna kultura osobystosti: sotsialno-psykholohichnyi aspekt : monohrafiia / V. Moskalenko, Iu. Shaihorodskiy, O. Mishchenko. – K.: Vyd-vo «Tsentr sotsialnykh komunikatsii», 2012. – 348 s.
8. *Moskalenko V. V.* Sotsializatsiia osobystosti : monohrafiia / V.V.Moskalenko. – K.: Feniks, 2013. – 540 s.
9. *Petrunyin Iu. Iu.* Etyka byznesa : uchebnnoe posobye / Iu.Iu. Petrunyn, V.K. Borysov. – M.: Delo, 2000. – 280 s.
10. *Shadrykov V. D.* Proyskhozhdnyye chelovechnosty / V.D. Shadrykov. – M.: Lohos, 2004. – 296 s.

Moskalenko V. V. FEATURES OF "ECONOMICAL" AND "CULTURAL" IN THE ECONOMIC CULTURE OF THE PERSONALITY. This article discusses some of the theoretical approaches to the analysis of correlation between economic and moral in the senses of the subject of economic activity. It proves, that economic culture phenomenon is determined by the features of economic space and reveals through the economic-psychological peculiarities of "economy" and "morality». The article focuses on the need to clarify the concept of "economic" and "moral" in the analysis of the economic culture of the person. Rationality as a characteristic of "economic" in personality economic culture is defined. In the context of culture the "morality" is analyzed, it is shown that morality is a sign of economic culture. It is shown that "economy" in economic-psychological personality characteristics, determining its culture, is defined by the ability of personality to see economic sense in the objects that are natural per se. Particular attention is paid to the relationship between economic and moral in groups of different levels of economic activity. Study analyzed the attitude to the compliance with ethical standards in business groups of government and non-government institutions. It is proved that the level of economic activity of the subject determines his understanding of moral qualities and to compliance with ethical standards.

Keywords: economic, moral, economic culture of the person, the relationship between economic and moral, economic activity, to compliance with ethical standards, the inner moral conflict.

Отримано 23.12.2014

УДК 159.9.075

Мул Сергій Анатолійович

ДИФЕРЕНЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОФІЦЕРА ПРИКОРДОННОГО КОНТРОЛЮ

Мул С. А. ДИФЕРЕНЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОФІЦЕРА ПРИКОРДОННОГО КОНТРОЛЮ. В статті через аналіз оперативно-службової діяльності підрозділів прикордонного контролю розкриваються диференційні характеристики професійної діяльності офіцера прикордонного контролю. Враховано, що виокремлені характеристики офіцера прикордонного контролю мають важливе прикладне значення у практиці підготовки, вихованні, визначенні професійної придатності здійснювати прикордонний контроль конкретним прикордонним офіцером, при чому якість виконання посадових обов'язків офіцерами прикордонного контролю є наслідком готовності офіцера до прикордонної служби взагалі, як специфічного виду діяльності. Визначена готовність досягається психологічною, фізичною, професійною підготовкою і є результатом всебічності розвитку особистості з урахуванням вимог, які висуваються прикордонною службою до офіцера-прикордонника. Визначальною особливістю морально-психологічного розвитку та професійної підготовки офіцерів прикордонного контролю Державної прикордонної служби України є здійснення цілеспрямованої психологічної підготовки до дій в екстремальних умовах. Обов'язковою характеристикою офіцера прикордонного контролю є наявність стійких морально-психологічних якостей. Перш за все, як старший прикордонних нарядів у пункті пропуску через державний кордон, він є керівником ввіреного йому складу прикордонних нарядів і пункту пропуску. Комунікативність офіцера прикордонного контролю має неабияке значення для його професійної діяльності. Диференційність у підході до спілкування з різними категоріями громадян забезпечує офіцеру прикордонного контролю результативність виконання покладених на нього завдань.

Ключові слова: прикордонний контроль, діяльність, офіцер, характеристики, пункт пропуску.