

Інститут психології імені Г.С. Костюка
Національної академії педагогічних наук України
Українська Асоціація організаційних психологів
та психологів праці

ОРГАНІЗАЦІЙНА ПСИХОЛОГІЯ ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ

Науковий журнал

№ 4 (21) / 2020

За науковою редакцією
С.Д. Максименка та Л.М. Карамушки

**Київ
2020**

DOI (Issue): <https://doi.org/10.31108/2.2020.4.21>

Рецензенти:

В.В. Турбан, доктор психологічних наук, професор, завідувач лабораторії загальної психології та історії психології ім. В.А. Роменця Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України;

А.В. Вознюк, доктор психологічних наук, доцент, завідувачка кафедри психології Комунального закладу «Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти».

Друкується за ухвалою Вченої ради
Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України
(Протокол № 13 від 26.11.2020 року)

За науковою редакцією
С.Д. Максименка та Л.М. Карамушки

Міжнародна редакційна колегія:

Максименко Сергій Дмитрович, дійсний член НАПН України, доктор психологічних наук, професор, директор Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України (*головний редактор*); **Карамушка Людмила Миколаївна**, член-кор. НАПН України, доктор психологічних наук, професор, заступник директора Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України (*заст. головного редактора*); **Чепелєва Наталія Василівна**, дійсний член НАПН України, доктор психологічних наук, професор, заступник директора Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України; **Кокун Олег Матвійович**, член-кор. НАПН України, доктор психологічних наук, професор, заступник директора Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України; **Креденцер Оксана Валеріївна**, кандидат психологічних наук, доцент, провідний науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України (*відповідальний секретар*); **Бондарчук Олена Іванівна**, доктор психологічних наук, професор, завідувачка кафедри психології управління Університету менеджменту освіти НАПН України; **Терещенко Кіра Володимирівна**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України (*координатор*); **Івкін Володимир Миколайович**, кандидат психологічних наук, доцент, старший науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України (*координатор*); **Кожушнік Барбара**, доктор психологічних наук, професор Сілезького університету в Катовіце (Республіка Польща); **Коростеліна Карина Валентинівна**, доктор психологічних наук, професор Школи аналізу та розв'язання конфліктів Університету Джорджа Месона (США); **Латам Гері**, доктор психологічних наук, професор Університету Торонто (Канада); **Тейхманн Марк**, доктор психологічних наук, професор Талліннського технічного університету (Естонія); **Фурманов Ігор Олександрович**, доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри психології факультету філософії та соціальних наук Білоруського державного університету (Республіка Білорусь); **Янчук Володимир Олександрович**, доктор психологічних наук, професор, декан факультету професійного розвитку спеціалістів освіти Академії післядипломної освіти (Республіка Білорусь).

Засновники: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, Українська Асоціація організаційних психологів та психологів праці.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 9340 від 15.11.2004 р.

Журнал внесено до Переліку наукових фахових видань України з психології (категорія Б)
(Наказ № 409 МОН України від 17 березня 2020 р.)

Науковий журнал «Організаційна психологія. Економічна психологія» проіндексовано в міжнародних наукометричних базах: INDEX COPERNICUS (IC) (з 2015 р.), Academic Resource Index (ResearchBib) (з 2016 р.), GOOGLE SCHOLAR (з 2016 р.), World Catalogue of Scientific Journals (since 2019).

Веб-сайт журналу <http://orgpsy-journal.in.ua/>

© Організаційна психологія.
Економічна психологія, 2020

G. S. Kostiuk Institute of Psychology
of National Academy of Educational Sciences of Ukraine
Ukrainian Association of Organizational and Work
Psychologists

**ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY
ECONOMIC PSYCHOLOGY**

SCIENTIFIC JOURNAL

№ 4 (21) / 2020

**Scientific editors:
S. D. Maksymenko and L. M. Karamushka**

**Kyiv
2020**

DOI (Issue): <https://doi.org/10.31108/2.2020.4.21>

Reviewers:

Turban, V.V., Dr., Prof., Head, Laboratory of General Psychology and History of Psychology, G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine;

Voznuk, A.V., Dr, Assoc. Prof., Head of the Department of Psychology, Sumy Regional Institute of Postgraduate Pedagogical Education.

*Published by the decision of the Scientific Council of G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine
(Proceedings № 13 of 26.11.2020)*

Scientific editors: S. D. Maksymenko and L. M. Karamushka

International Editorial Board:

Maksymenko, Sergiy, academician of the NAES of Ukraine, Dr., Prof., Director, G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine (editor-in-chief); **Karamushka, Liudmyla**, corresponding member of the NAES of Ukraine, Dr., Prof., Deputy Director, G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine (deputy editor-in-chief); **Chepeleva, Natalia**, academician of the NAES of Ukraine, Dr., Prof., Deputy Director, G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine; **Kokun, Oleg**, corresponding member of the NAES of Ukraine, Dr., Prof., Deputy Director, G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine; **Kredentser, Oksana**, PhD, Assoc. Prof., senior researcher, Laboratory of organizational and social psychology, G.S. Kostiuk Institute of Psychology of NAES of Ukraine (executive secretary); **Bondarchuk, Olena**, Dr., Prof., Head, Department of Psychology of management, University of Educational Management of NAES of Ukraine; **Tereshchenko, Kira**, PhD, senior researcher, Laboratory of organizational and social psychology, G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine (*coordinator*); **Ivkin, Volodymyr**, PhD, Assoc. Prof., senior researcher, Laboratory of organizational and social psychology of G.S. Kostiuk Institute of Psychology of NAES of Ukraine (*coordinator*); **Kozusznik, Barbara**, Dr., Professor of Work and Organizational Psychology, University of Silesia in Katowice (Poland); **Korostelina, Karina**, Dr., Prof., School for Conflict Analysis and Resolution, George Mason University (USA); **Latham, Gary**, Dr., Professor, University of Toronto (Canada); **Teichmann, Mare**, Dr., Professor, Tallinn University of Technology (Estonia); **Furmanov, Igor**, Dr., Prof., Head, Department of psychology, Faculty of Philosophy and Social Sciences, Belarusian State University (Belarus); **Yanchuk, Vladimir**, Dr., Prof., Dean, Department of professional development of educators, Academy of Postgraduate Education (Republic of Belarus).

Founders: G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Ukrainian Association of Organizational and Work Psychologists.

*Certificate of State Registration of the Mass Media Publication
KB № 9340 of 15.11.2004*

*The Journal is on the List of specialized scientific editions of Ukraine on psychology
(Order № 408 of the Ministry of Education and Science of Ukraine, 17 March, 2020)*

Scientific Journal «Organizational Psychology. Economic Psychology» is indexed in International scientometric bases: INDEX COPERNICUS (IC) (2015), Academic Resource Index (ResearchBib) (2016), GOOGLE SCHOLAR (2016), World Catalogue of Scientific Journals (since 2019)

The Journal's website: <http://orgpsy-journal.in.ua/>

© Organizational psychology.
Economic psychology, 2020

ЗМІСТ

Бондарчук Олена, Пустовалов Іван. Психологічні особливості орієнтації учнів підліткового віку на лідерство залежно від типу закладу загальної середньої освіти	7
Брюховецька Олександра. Комунікативна толерантність як складова лідерських якостей керівників освітніх організацій	18
Горішня Катерина. Дослідження досвіду соціально-психологічної реадаптації українських ветеранів: повернення до мирної професії	28
Довгань Наталія. Методи і організація емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь	39
Карамушка Людмила, Креденцер Оксана, Паршак Олександр. Основні тенденції розвитку психології грошей у зарубіжній та вітчизняній психології	49
Клименко Наталія. Комплекс методик для дослідження особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей	60
Клочко Алла. Типи менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін: зв'язок із характеристиками організації	73
Паршак Олександр. Тренінгова програма «Психологія ставлення до грошей персоналу комерційних організацій»	82
Савченко Олена, Хтей Софія. Методика діагностики аспектів споживацької поведінки студентів	96
Снігур Юлія. Зв'язок активності та оптимізму керівників закладів середньої освіти з копінг-стратегіями	110
Чаусова Тетяна. Внутрішня свобода як ціннісна основа розвитку здатності до лідерства майбутніх психологів	118

CONTENTS

Olena Bondarchuk, Ivan Pustovalov. Psychological features of adolescent students' orientation towards leadership in relation to the type of general secondary education institution	7
Oleksandra Bryukhovetska. Communicative tolerance as a component of educational organization heads leadership qualities	18
Kateryna Horishnia. Social and psychological readaptation of Ukrainian ex-combatants: return to a civilian profession	28
Natalia Dovgan. Methods and design of empirical research into inter-generational socio-cultural interaction	39
Karamushka, Liudmyla, Kredentser, Oksana, Parshak, Olexander. The main trends in the development of psychology of money in foreign and Ukrainian psychology	49
Nataliia Klymenko. A set of instruments to study women's personal and professional behavioral styles as factors in their attitudes towards money	60
Alla Klochko. Types of educational organization managers in relation to their attitudes towards change: the relationship with the organization's characteristics	73
Olexander Parshak. Training Program "Psychology of the Commercial Organization Staff's Attitude Towards Money"	82
Olena Savchenko, Sofiia Khtei. An instrument to diagnose different aspects of students' consumer behavior	96
Yulia Snihur. The relationship between the secondary education institution principals' activity and optimism and their coping strategies.	110
Tetiana Chausova. Internal freedom as a value basis for the development of future psychologists' leadership skills	118

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.1>

УДК 159.92: 316.663:371

Бондарчук Олена

Пустовалов Іван

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРІЄНТАЦІЇ УЧНІВ ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ НА ЛІДЕРСТВО ЗАЛЕЖНО ВІД ТИПУ ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Бондарчук Олена, Пустовалов Іван. Психологічні особливості орієнтації учнів підліткового віку на лідерство залежно від типу закладу загальної середньої освіти.

Вступ. В умовах сьогодення особливого значення набуває проблема вивчення організаційно-психологічних чинників, що зумовлюють орієнтацію підлітків на лідерство, зокрема, типу закладу освіти.

Мета дослідження: емпірично дослідити психологічну специфіку орієнтації на лідерство підлітків залежно від типу закладу освіти.

Методи. Для проведення дослідження використані методи тестування та математичні методи статистики.

Результати дослідження. Доведено, що тип закладу освіти, як організаційно-психологічний чинник, специфічним чином позначається на психологічних характеристиках учнів підліткового віку, орієнтованих на лідерство.

Висновки. Отримані результати можуть бути використані у підготовці персоналу освітніх організацій до психологічного супроводу підлітків, орієнтованих на лідерство.

Ключові слова: лідерство, лідерські якості, учні підліткового віку, освітні організації, інноваційні та традиційні заклади загальної середньої освіти.

Бондарчук Елена, Пустовалов Иван. Психологические особенности ориентации учащихся подросткового возраста на лидерство в зависимости от типа заведения общего среднего образования.

Введение. В современных условиях особое значение приобретает проблема изучения организационно-психологических факторов, обуславливающих ориентацию подростков на лидерство, в частности, типа учебного заведения.

Цель исследования: эмпирически исследовать психологическую специфику ориентации на лидерство подростков в зависимости от типа учреждения.

Методы. Для проведения исследования использованы методы тестирования и математические методы статистики.

Результаты исследования. Доказано, что тип учебного заведения, как организационно-психологический фактор, специфическим образом сказывается на психологических характеристиках учащихся подросткового возраста, ориентированных на лидерство.

Выводы. Полученные результаты могут быть использованы в подготовке персонала образовательных организаций к психологическому сопровождению подростков, ориентированных на лидерство.

Ключевые слова: лидерство, лидерские качества, ученики подросткового возраста, образовательные организации, инновационные и традиционные заведения общего среднего образования.

Вступ. В умовах постійних соціальних трансформацій, властивих сьогоденню, особливого значення набуває проблема розвитку лідерських якостей особистості, завдяки яким вона зможе приймати своєчасні самостійні рішення, ефективно взаємодіяти з іншими людьми, за потреби вести їх за собою на шляху до досягнення мети, самореалізуватися в обраній сфері діяльності.

Особливої ваги набуває дана проблема для учнів підліткового віку, в яких актуалізується потреба в автономії в різних сферах свого життя – фізичній, емоційній, суспільній, інтелектуальній (Чепмен, 2002), набуття здатності приймати незалежні рішення і діяти на основі власного вибору (Козак, 2019), здобуття визнання й підтримки з боку дорослого світу та однолітків тощо. Домінування цих потреб може вказувати на значущість, референтність об'єкта взаємин, прийняття норм поведінки і прагнення до оволодіння цінностями певної групи людей

(І. Пустовалов, 2015). Фактично, йдеться про оволодіння підлітками лідерськими якостями, які дозволяють їм відігравати авторитетну роль в організації спільної діяльності й регулюванні певним чином взаємин між учасниками освітнього процесу.

Слід зазначити, що інтерес до проблеми лідерства й розвитку лідерських якостей особистості неухильно зростає, а її дослідження відбувається в різних галузях знань (філософії політології; соціології, менеджменту, педагогіки, психології) тощо. В останніх із них значну увагу приділено аналізу різноманітних підходів до лідерства та умов його становлення – теорій рис, ситуативного й інтеракційного підходів, трансформаційного й етичного лідерства (Khan, 2014; Morgan, C. Lynch & S. Lynch, 2017; Northouse, 2016; Pyke, 2018 та ін.). Не менш актуальним залишається й дослідження лідерських якостей та лідерського потенціалу особистості загалом (Романовський, Михайличенко & Гура, 2019; Spector, 2016; Zaccaro, Kemp & Bader, 2004 та ін.) і в різних сферах суспільного життя (Ануфрієва, 2019; Карамушка & Фелькель, 2011; Менегетті, 2004 та ін.).

Попри практично одностайне підтримання науковцями думки про гуманістичні атрибути сучасного лідера (DuBrin, 2009; Khan, 2014; Reicher, Platow & Haslam, 2007 та ін.), має місце, як зауважує О. Тихомирова (2009), розподіл таких осіб на лідерів-творців, які працюють в інтересах групи та всіх її членів, яких ведуть за собою, і лідерів-руйнівників, які діють у рамках власних інтересів та егоїстичних бажань, використовуючи для цього справу й оточуючих людей (Тихомирова, 2009:20).

Саме тому серед якостей лідера особливу увагу дослідників привертає його потребово-мотиваційна сфера, адже, на думку Л. Б. Лук'янової, І. М. Андрощук & О. В. Баніт (2019), лідер мотивує, працює з цілями очолюваної ним групи, надихає, довіряє, надає імпульс руху та ін. (Лук'янова, Андрощук & Баніт, 2019). Не менш важливим для нашого дослідження є думка науковців про те, що кожній людині притаманне так зване «персональне (внутрішнє) лідерство», яке характеризує наявність активної життєвої позиції, уміння справляти гідне враження, ініціювати й розвивати контакти з людьми, переконувати. Воно досягається за рахунок орієнтації на глибоке самопізнання, управління змінами, знаходження рівноваги, вміння діяти та ін. (Карабущенко, 2019; Кучер, 2018; Blanchard, Fowler & Hawkins, 2005 та ін.).

Солідарною з цією думкою є позиція В. Міляєвої (2014), за якою лідерство може розглядатися як процес впливу особистості чи на власну діяльність або діяльність інших на основі особистих якостей (лідерських компетенцій) (Міляєва, 2014:48).

Відповідно актуалізується проблема пошуку та аналізу організаційно-психологічних та інших груп їх чинників. При цьому попри велику кількість досліджень, присвячених аналізу сутності, чинників, умов розвитку лідерських якостей загалом і учнівської та студентської молоді зокрема (Козак, 2019 та ін.), організаційно-психологічні чинники феномену лідерства учнів підліткового віку (зокрема, інноваційний чи традиційний тип освітньої організації) досліджено фрагментарно. Чи не єдиним дотичним до цього контексту є дослідження впливу інноваційного шляху розвитку школи порівняно з традиційним на феномен спільного лідерства (Burgaz & Turan, 2015). Водночас порівняльний аналіз освітніх організацій традиційного та інноваційного типів (Карамушка, 2011) свідчить про специфічні напрямки, ресурси та умови організаційного розвитку таких закладів освіти і, як наслідок, відповідний вплив на учасників освітнього процесу.

Мета дослідження – емпірично дослідити психологічну специфіку орієнтації на лідерство підлітків, які навчаються в інноваційних і традиційних закладах освіти.

Завдання дослідження:

- 1) дослідити ієрархію потреб підлітків та місце в цій ієрархії потреб у лідерстві й досягненні;
- 2) проаналізувати специфіку орієнтації підлітків на лідерство, які навчаються в інноваційних і традиційних закладах освіти.

Методи та організація дослідження. Дослідження орієнтації підлітків на лідерство і досягнення відбувалося з урахуванням ієрархічності структури домінуючих потреб, притаманних цьому віковому періоду, за допомогою методики «Вивчення мотиваційно-потребової сфери особистості» (Кухарчук & Лях, 2009). Дана методика призначена для

вивчення домінуючих потреб підлітків та юнаків і встановлює оцінювальну значущість ієрархічної підпорядкованості зазначених потреб. Методика побудована таким чином, що зміст кожної потреби (у фізичному вдосконаленні; в духовному самовдосконаленні; у трудовій діяльності; у дружбі; в емоційній близькості; повазі й підтримці з боку дорослих, батьків, однолітків, у розвагах, комфорті, у пізнанні, у протилежній статі, в наданні допомоги оточуючим, у лідерстві, досягненнях, автономії, престижі) описаний і поданий як коротко сформульоване судження, де основою є принцип «примусового» порівняння, обов'язкового альтернативного вибору, з двох пропонованих суджень. Отже, методика складена так, що кожна з потреб порівнюється з усіма іншими. Потреби, які оцінені респондентами від 11 до 16 балів, вважаються домінуючими. Потреби, які оцінені від 1 до 5 балів, свідчать про низьку мотиваційну значущість, що може означати їх задоволеність або неактуальність їх реалізації на даний час (Кухарчук & Лях, 2009).

У дослідженні також використано «Тест смисложиттєвих орієнтацій» (СЖО) Д. Леонтьєва (2000), спрямований на дослідження смислових орієнтирів, що презентовані у свідомості особистості й відтворюють життєвий смисл певних об'єктів і зв'язків зі світом (Леонтьєв, 2000).

За допомогою проєктивної методики «Незакінчені речення» Сакса-Сіднея у варіанті М. Алексєєвої & М. Дригус (1994), з-поміж іншого, певною мірою можна охарактеризувати оцінку респондентом системи взаємовідносин з оточуючими як позитивну, негативну чи нецікаву для нього (Алексєєва & Дригус, 1994).

Крім того, у контексті дослідження конструктивної чи деструктивної спрямованості лідера використано методику «Вивчення схильності до поведінки, що відхиляється» (Фетискін, Мануйлов, Козлов, 2005).

Вибірка дослідження. У дослідження взяли участь 574 підлітки зі шкіл м. Києва і м. Вінниці, з яких 53,0% навчалися у традиційних закладах загальної середньої освіти, а 47,0% – у закладах інноваційного типу (ліцєях, гімназіях) тощо.

Результати дослідження та їх обговорення. На першому етапі емпіричного дослідження визначено ієрархію потреб досліджуваних підлітків (табл. 1).

Таблиця 1

Ієрархія потреб досліджуваних підлітків, в балах, у середньому

Потреби	М	σ
у дружбі	11,1	3,2
у досягненнях	11,0	2,6
в автономії	9,3	3,9
у пізнанні	9,2	2,8
в емоційній близькості	9,0	3,1
у розвагах	8,6	2,9
у фізичному вдосконаленні	8,5	3,7
у духовному вдосконаленні	8,3	3,1
у повазі та підтримці з боку батьків	8,3	3,9
у допомозі оточуючим	7,7	4,3
у протилежній статі	7,3	3,5
у трудовій діяльності	7,2	3,4
у повазі та підтримці з боку дорослих	6,6	2,8
у лідерстві	6,6	4,6
у престижі	6,5	4,0
у комфорті	5,8	3,1
у повазі та підтримці з боку однолітків	5,6	3,2

Як видно з табл. 1, у підлітків, які взяли участь у дослідженні, можна в цілому констатувати сформованість потреб, які відповідають віковій специфіці: потреби у дружбі (11,1 бала в середньому), автономії (9,3 бала в середньому), емоційній близькості (9,0 бала в середньому). Високу значущість мають потреби в досягненнях (11,0 бала) та пізнанні (9,3 бала).

Примітно, що попри поширене уявлення про значущість для підлітків потреби в повазі та підтримці з боку однолітків одержані результати свідчать про її доволі низьку мотиваційну значущість (5,6 бала в середньому). У поєднанні з високою значущістю потреби в дружбі (11,1 бала в середньому) це може підкреслювати вибірковість стосунків і ставлень підлітків, для яких більш значущими є ті однолітки, з якими вони вступають у дружні стосунки.

Також привертає увагу доволі низький середній бал потреби в лідерстві (6,6 бала в середньому) і престижі (6,5 бала) за доволі великого стандартного відхилення (4,6 і 4,0 відповідно), що свідчить про досить різну мотиваційну значущість даних феноменів для досліджуваних підлітків.

За результатами факторного аналізу з використанням процедури Varimax обертання виявлено латентні зв'язки між домінуючими потребами підлітків, які представлені у 6 факторах (5 двополюсних та 1 однополюсному), що охоплюють 61,5% сумарної дисперсії й свідчать, на наш погляд, про певну амбівалентність розвитку потребової сфери підлітків (табл. 2).

Так, на позитивному полюсі фактора 1 (14,8% сумарної дисперсії) представлена потреба у духовному вдосконаленні (0,517), а на негативному – потреби у престижі (-0,786), лідерстві (0,720), протилежній статі (-0,507). Тим самим йдеться про протиставлення престижу й лідерства духовному самовдосконаленню.

Таблиця 2

Результати факторного аналізу домінантних потреб підлітків

Потреби	Фактори					
	1	2	3	4	5	6
у фізичному вдосконаленні			,708			
у духовному вдосконаленні	,517					
у трудовій діяльності					,778	
у дружбі				,673		
в емоційній близькості				,780		
у повазі та підтримці з боку дорослих		-,579				
у повазі та підтримці з боку батьків					-,548	
у повазі та підтримці з боку однолітків		-,670				
у розвагах						,670
у комфорті						,554
у пізнанні		,667				
у лідерстві	-,720					
у протилежній статі	-,507					
у допомозі оточуючим			-,741			
у досягненнях		,779				
в автономії						-,641
у престижі	-,786					

Фактор 2 (11,8% сумарної дисперсії) на позитивному полюсі містить: потребу в досягненнях (0,779), у пізнанні (0,667), а на негативному – потребу в повазі та підтримці з боку однолітків (-0,670) та дорослих (-0,579). Тобто й тут йдеться про амбівалентність ставлень підлітка, який, прагнучи бути самостійним у своїх досягненнях, практично відкидає підтримку оточуючих людей.

Позитивний полюс фактора 3 (9,1% сумарної дисперсії) представлений потребою у фізичному вдосконаленні (0,708), а негативний – потребою у допомозі оточуючим (-0,741).

Єдиний фактор 4 (9,0% сумарної дисперсії) є однополюсним і складається з потреб в емоційній близькості (0,780) та дружбі (0,673), що підтверджує, на наш погляд, важливість зазначених потреб для переважної більшості підлітків.

На позитивному полюсі фактора 5 (8,7% сумарної дисперсії) міститься потреба у трудовій діяльності (0,778), а на негативному – потреба в повазі та підтримці з боку батьків (-0,548), що підкріплює попередній висновок про орієнтацію підлітків на відносну самостійність і дистанціювання від батьків.

Фактор 6 (8,1%) на позитивному полюсі містить: потреби у розвагах (0,670) і комфорті (0,554), а на негативному – потребу в автономії (-0,641), що, на наш погляд, може свідчити про значущість для підлітків прагнення спільного проведення вільного часу.

За результатами кластерного аналізу на основі факторного виокремлено 4 типи підлітків залежно від їх домінуючих потреб (табл. 3)

Таблиця 3

**Типи підлітків залежно від домінуючих потреб
(за результатами кластерного аналізу)**

	Кластери			
	1	2	3	4
Фактор 1	,64585	-,38241	-,80877	-,18624
Фактор 2	-,19390	,11181	,18932	,11615
Фактор 3	,45023	-,95698	,99824	-,45640
Фактор 4	-,20491	-,20404	,25958	,65500
Фактор 5	-,11691	-,63932	,49788	,97859
Фактор 6	,19149	-,29614	-,99350	,74525

До першого кластера віднесено підлітків (40,8%), які переважно орієнтовані на позитивний полюс фактора 1, тобто на духовне вдосконалення, що дає підстави означити даний тип підлітків як «Орієнтовані на самовдосконалення».

Другий кластер склали підлітки (28,27%), які орієнтовані на негативні полюси третього та п'ятого факторів, а саме потреби в допомозі іншим й в повазі та підтримці з боку батьків, що дає підстави інтерпретувати цей тип підлітків як «Орієнтовані на інших».

До третього кластера віднесено підлітків (15,7%), які орієнтовані на негативні полюси першого фактора (потреба в лідерстві) і шостого (потреба в автономії), а також позитивний полюс третього фактора (потреба в фізичному вдосконаленні). У цілому даний тип підлітків можна означити як «Орієнтовані на лідерство».

Четвертий кластер склали підлітки (15,3%), для яких значущим є позитивний полюс четвертого (потреби в дружбі), п'ятого (трудова діяльність) і шостого (розваги) факторів, тобто даний тип підлітків можна інтерпретувати як «Орієнтовані на розмаїття життя»

Таким чином, підлітки орієнтовані на лідерство, складають доволі незначну кількість з усіх досліджуваних: у середньому, таким є лише кожний шостий підліток. Це актуалізує проблему якісного аналізу та розвитку лідерських якостей для підлітків в цілому як однієї з ключових характеристик людини ХХІ століття.

На наступному етапі емпіричного дослідження виявлено особливості орієнтації на лідерство підлітків залежно від інноваційного і традиційного типів закладів освіти.

Ми припускали, що в закладах інноваційного типу в силу специфіки підходів до організації їх діяльності виявиться більше підлітків, орієнтованих на лідерство. Попередні результати підтвердили це припущення на рівні $p = 0,1$. Натомість більш детальний аналіз проявів такої орієнтації залежно від статі підлітків за критерієм χ^2 виявив доволі неоднозначну картину (табл. 4).

Таблиця 4

Розподіл учнів підліткового віку різної статі, орієнтованих на лідерство, з інноваційних і традиційних закладів освіти

Тип закладу	Типи підлітків за домінуючими потребами, у%							
	орієнтовані на самовдосконалення		орієнтовані на інших		орієнтовані на лідерство		орієнтовані на розмаїття життя	
Традиційний	49,6**	33,6*	21,5**	37,6*	19,0**	11,2*	9,9**	17,6*
інноваційний	33,3**	40,0*	9,5**	30,0*	33,3**	5,0*	23,8**	25*

* – на рівні тенденції, $p = 0,15$; ** – $p < 0,05$

Як видно з табл. 4, наше припущення підтвердилось насамперед для підлітків чоловічої статі, які навчаються в інноваційних закладах освіти (33,3% проти 19,0% у традиційних закладах освіти). Також привертає увагу більша кількість підлітків – хлопців з інноваційних закладів освіти, орієнтованих на розмаїття життя (23,8% проти 9,9% у традиційних закладах освіти). Натомість підлітки з традиційних закладів більше орієнтовані на самовдосконалення (49,6% проти 33,3% в інноваційних закладах освіти) та інших людей (21,5% проти 9,5% в інноваційних закладах освіти) ($p < 0,05$).

Для підлітків-дівчат про ці тенденції можна говорити на рівні слабкої тенденції ($p = 0,15$), при цьому ті з них, хто навчається в традиційних закладах, дещо більше орієнтовані на лідерство (11,2% проти 5,0% у традиційних закладах освіти) і підтримку інших (37,6% проти 30,0% у традиційних закладах освіти), а ті, хто в інноваційних – на самовдосконалення (40,0% проти 33,6% у традиційних закладах освіти) і розмаїття життя (25,0% проти 17,6% у традиційних закладах освіти).

Слід відзначити, що серед підлітків жіночої статі виявлено значно менше тих, хто орієнтований на лідерство, що може вказувати на проблеми гендерної рівності, коли ініціативність і самостійність підкріплюється насамперед в осіб чоловічої статі (Ш. Берн, 2004; Т. Говорун & О. Кікінежді, 2004). Але дане припущення потребує подальшої, більш ґрунтовної перевірки.

Відповідно до завдань емпіричного дослідження у подальшому основну увагу було зосереджено на групі підлітків, орієнтованих на лідерство, з інноваційних і традиційних закладів освіти, з метою виявлення особливостей. При цьому було виявлено якісні відмінності у психологічних характеристиках підлітків із закладів освіти різних типів.

Так, за результатами дисперсійного аналізу показників методики Д. Леонтьєва «СЖО» констатовано статистично значущі відмінності ($p < 0,05$) за шкалою «Локус контролю (життя)» (рис. 1).

Як випливає з рис. 1, учні з інноваційних закладів освіти характеризуються вищими показниками, ніж учні з традиційних закладів освіти, особливо жіночої статі ($p < 0,05$). Виходячи з інтерпретації суті даної шкали автором методики, можна стверджувати, що підлітки, які навчаються в інноваційних закладах освіти, порівняно із тими, хто навчається в традиційних закладах, більше переконані в тому, що вони можуть контролювати своє життя, вільно приймати рішення й втілювати їх у життя, тобто життя людини підвладно свідомому контролю.

Крім того, за проєктивною методикою «Незакінчені речення» Сакса-Сіднея встановлено відмінності у ставленні підлітків, орієнтованих на лідерство, залежно від типу закладу освіти (рис. 2).

З рис. 2 видно, що підлітки з інноваційних закладів освіти (порівняно з традиційними закладами освіти) більш позитивно ставляться до школи та вчителів, особливо жіночої статі ($p < 0,05$).

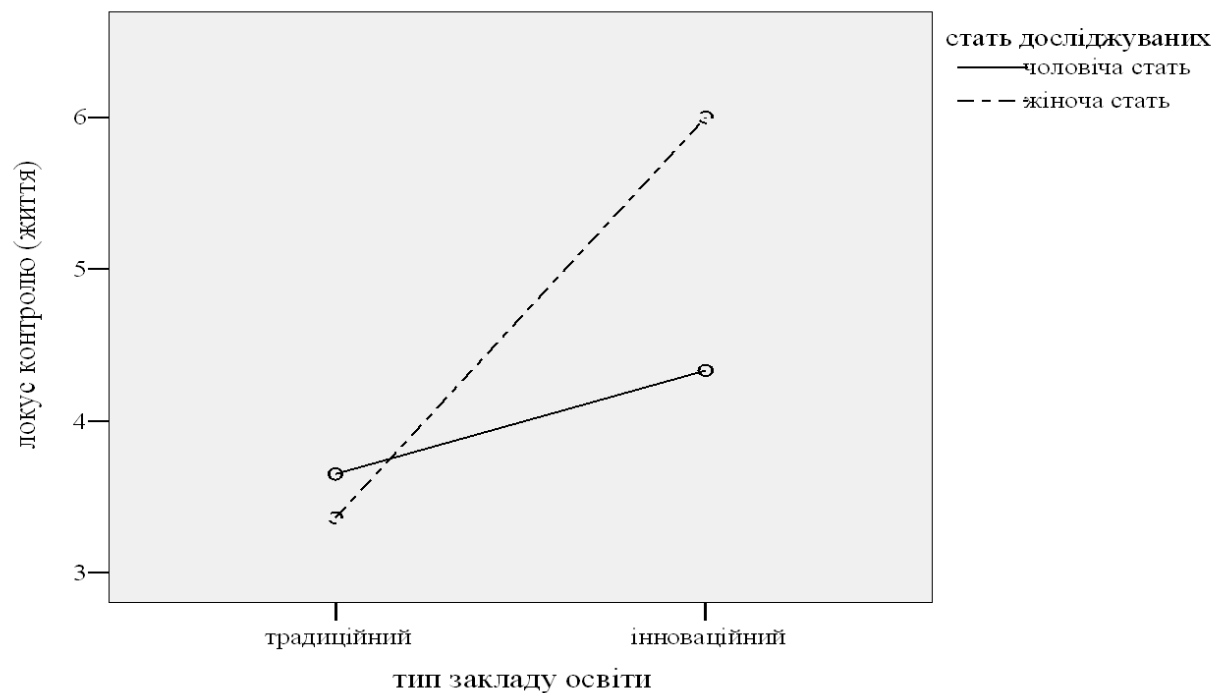


Рис. 1. Особливості локусу контролю (життя) підлітків, орієнтованих на лідерство, з інноваційних і традиційних закладів освіти

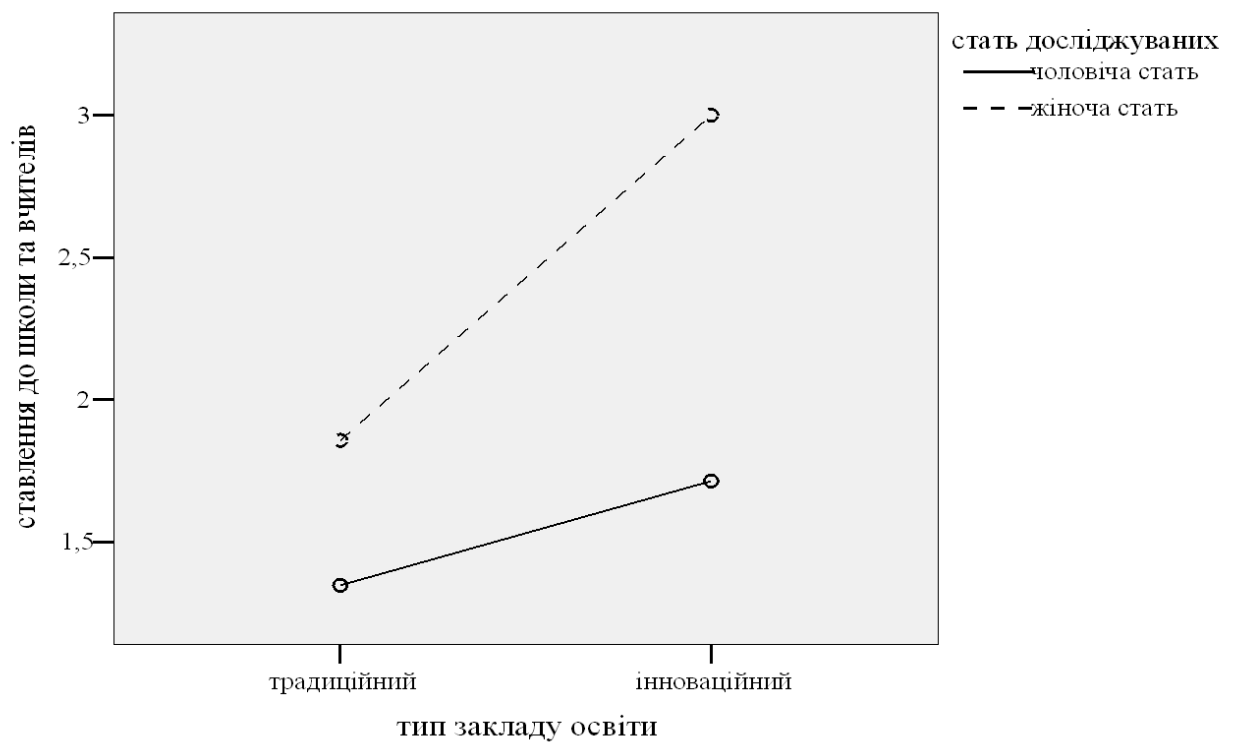


Рис. 2. Особливості ставлення до школи та вчителів підлітків, орієнтованих на лідерство, з інноваційних і традиційних закладів освіти

Подібні результати (на рівні тенденції, $p = 0,1$) виявлено у ставленні учнів підліткового віку з інноваційних закладів освіти стосовно товаришів і однокласників.

Натомість, за методикою «Вивчення схильності до поведінки, що відхиляється» виявлено відмінності у проявах схильності до делінквентної поведінки підлітків залежно від типу закладу освіти, в якому вони навчаються (рис. 3).

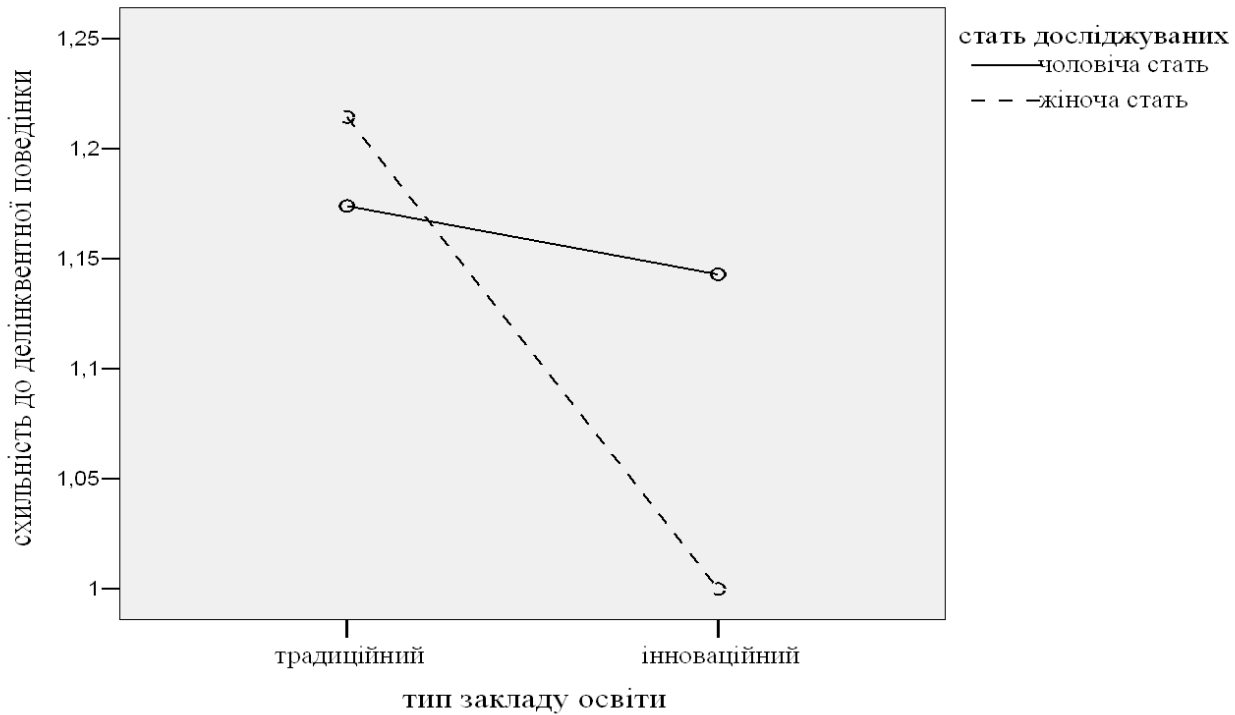


Рис. 3. Особливості схильності до делінквентної поведінки щодо школи та вчителів підлітків, орієнтованих на лідерство, з інноваційних і традиційних закладів освіти

Як випливає з рис. 3, підлітки, орієнтовані на лідерство, які навчаються в інноваційних закладах освіти, менше схильні до делінквентної поведінки порівняно з їх однолітками з традиційних закладів, особливо дівчата ($p < 0,05$).

Отже, можна висловити припущення про відмінності у наявності «лідерів-творців» і «лідерів-руйнівників» (у термінах О. Тихомирової, 2009) серед підлітків із закладів освіти різного типу, яке, втім, потребує уточнень і подальших досліджень.

Висновки. За результатами емпіричного дослідження виявлено в цілому сформованість потреб, які відповідають віковій специфіці підліткового віку (потреби у дружбі, автономії, емоційній близькості та ін.), вибірковість стосунків і ставлень підлітків у взаємодії з оточуючими, різну мотиваційну значущість потреби в лідерстві для досліджуваних підлітків.

За результатами факторного й кластерного аналізу визначено 4 типи підлітків за їх домінуючими потребами: «Орієнтовані на самовдосконалення», «Орієнтовані на інших», «Орієнтовані на розмаїття життя» та «Орієнтовані на лідерство». Причому останні складають відносно невелику кількість (кожний шостий) серед досліджуваних підлітків.

Констатовано гендерні відмінності орієнтації на лідерство серед підлітків: серед представників чоловічої статі таких зустрічається більше, ніж серед учнів підліткового віку жіночої статі.

Установлено відмінності у психологічних характеристиках підлітків, орієнтованих на лідерство, залежно від типу закладу освіти: в інноваційних закладах освіти такі підлітки характеризуються більшою впевненістю у свідомому контролі власного життя, позитивнішим ставленням до школи, вчителів, товаришів і однокласників і меншою схильністю до делінквентної поведінки порівняно з їхніми однолітками з традиційних закладів освіти.

Перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів досліджуваної проблеми. Потребують дослідження гендерні відмінності у проявах лідерських якостей учасників освітнього процесу. Становить інтерес дослідження організаційно-психологічних та економічно-психологічних чинників, що зумовлюють становлення «лідерів-творців» і «лідерів-руйнівників» серед підлітків та інших вікових груп. Перспективною лінією дослідження може стати теоретичне обґрунтування, розробка та апробація програми організаційно-психологічного супроводу підлітків, орієнтованих на лідерство, а також розвитку особистісної готовності вчителів і практичних психологів системи освіти до професійної діяльності в контексті досліджуваної теми.

Література

1. Алексеева, М. І., & Дригус, М. Т. (1994). *Вивчення особистості підлітка*. Київ: Ін-т психології АПН України.
2. Ануфрієва, О. Л. Підготовка трансформаційного лідера-дослідника як мета сучасної аспірантури. *Scientific achievements of modern society: Abstracts of the 2nd International scientific and practical conference (Liverpool, United Kingdom October 9-11, 2019)* (p. 130–143). Liverpool, United Kingdom: Cognum Publishing House. https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2019/10/scientific-achievements-of-modern-society_9-11.10.19.pdf
3. Берн, Ш. (2004). *Гендерная психология*. Москва: Прайм-Еврознак.
4. Говорун, Т., & Кікінежді, О. (2004). *Гендерна психологія: навч. посібник*. Київ: Академія.
5. Кальянов, А. В. (2009). Аксиологія лідерського потенціалу особистості майбутніх фахівців. В. В. Шконда (голов. ред.). *Теорія та практика лідерства у сучасному суспільстві: міжнар. наук.-практ. конф. вчених, студентів і практиків* (с. 29–39). Донецьк: Норд-Прес.
6. Карамушка, Л. М., & Фелькель, Т. Г. (2011). Чинники розвитку лідерських якостей в аспірантів. *Актуальні проблеми психології: зб. наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Т. І: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*, 32, 277–283.
7. Карамушка, Л. М. (2011). Напрямки, ресурси та умови організаційного розвитку: порівняльний аналіз освітніх організацій традиційного та інноваційного типів. *Актуальні проблеми психології: зб. наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Т. І: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*, 30, 161–168.
8. Козак, О. (2019). Психологічні аспекти розвитку лідерських якостей учнів професійно-технічного закладу освіти. *HUMANITARIUM*, 43(1), 66–74.
9. Кухарчук, А. М., & Лях, В. В. (2009). *Тесты в профориентации: для школьных психологов, учителей-предметников, классных руководителей*. Минск: Экоперспектива.
10. Кучер, Е. (2018). *Технологии развития лидерского потенциала*. Available at: http://www.znanie.info/_portal/ec/5-common-tehnologii_razvitiia.pdf
11. Леонтьев, Д. А. (2000). *Тест смысловых ориентаций (СЖО)*. 2-е изд. Москва: Смысл.
12. Лук'янова, Л. Б., Андрощук, І. М., & Баніт, О. В. (2019). Теоретичні і практичні аспекти розвитку лідерських якостей у топ-менеджерів у вітчизняній науці й практиці. *Вісник післядипломної освіти*, 8(37), 69–108.
13. Менегетти А. (2004). *Психология лидера*. Изд. 4-е, доп. Москва: Онтотпсихология.
14. Міляєва В. Р. (2014). Розвиток лідерського потенціалу в процесі формування управлінської компетентності керівників навчальних закладів. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України*, 1. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2014_1_10
15. Пустовалов, І. В. (2015). Вплив сім'ї повторного шлюбу на мотиваційно-потребову сферу особистості підлітків. *ScienceRise: міжнар. наук. журн.* 10/5 (15), 53–57.
16. Романовський О., Михайличенко В., & Гура Т. (2019). Поняття «лідерський потенціал» і «лідерські якості»: зміст та використання у науковій думці. *Лідер. Еліта. Суспільство*, 1, 107–117.
17. Тихомирова, О. (2009). Виховання лідера. *Шкільний світ*, 8, 19–23.
18. Фетискин, Н. П., Козлов, В. В., & Мануйлов, Г. М. (2005). *Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп*. Москва: Изд-во Института Психотерапии, 362–370.
19. Чепмен, Г. (2002). *Пять путей к сердцу подростка*. Москва: Библия для всех. Available at: <https://tpor.ru/pedagogika/geri-chepmen-pyat-putej-k-serdcu-podrostka>
20. Blanchard, K., Fowler, S., & Hawkins, L. (2005). *Self-Leadership and the One Minute Manager*. New York, NY: Polvera Publishing.
21. DuBrin, A. J. (2009). *Leadership: Research findings, practice, and skills*. Boston: Houghton Mifflin.
22. Burgaz B., Turan S. (2015). The features of schools which conducted a comenius project and evaluation of features in terms of collaborative leadership characteristics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 338–346.
23. Karabuschenko, N. B., & Petrovskaya, M. V. (2019). Psychological Characteristics of Leadership as a Component of the Elitism of Personality. *Advances in Economics, Business and Management Research*, vol. 119 (1st International Conference on Emerging Trends and Challenges in the Management Theory and Practice, ETCMTP 2019) (p. 12–124).
24. Khan, S. T. (2015) INTE 2014: A Comparative Book Review. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 174, 699–704.
25. Morgan, A., Lynch, C., & Lynch, S. (2017). *SPARK: How to Lead Yourself and Others to Greater Success*. New York, NY: Houghton.
26. Northouse, P. G. (2016). *Leadership Theory and Practice*. Los Angeles, CA: Sage Publications.

27. Pyke, M. (2018). The Psychology of Leadership Theories: Trait or Learned? *Exploratory Paper*. The American College of Medical Practice Executives.
<https://www.mgma.com/MGMA/media/files/fellowship%20papers/2018%20Fellows%20Papers/The-Psychology-of-Leadership-Theories-FINAL-w-Abstract.pdf?ext=.pdf>
28. Spector, B. A. (2016). Carlyle, Freud, and the Great Man Theory more fully examined. *Leadership*, 12(2), 250–260.
29. Reicher, S. D., Platow, M. J., & Haslam, S. A. (2007). The New Psychology of Leadership. *SA Mind*, 18, 4, 22–29.
30. Zaccaro, S. J., Kemp, C., & Bader, P. (2004). Leader traits and attributes. In J. Antonakis, A. T. Cianciolo, & R. J. Sternberg (Eds.). *The nature of leadership* (pp. 101–124). Thousand Oaks, CA: Sage.

References

1. Alekseeva, M. I., & Dryhus, M. T. (1994). *Vyvchennia osobystosti pidlitka [The study of adolescent personality]*. Kyiv: In-t psykholohii APN Ukrainy [in Ukrainian].
2. Anufrieva, O. L. Pidhotovka transformatsiinoho lidera-doslidnyka yak meta suchasnoi aspirantury [Training a transformational leader-researcher as a goal of modern postgraduate program]. *Scientific achievements of modern society: abstracts of the 2nd International scientific and practical conference (Liverpool, United Kingdom October 9-11, 2019)* (p. 130–143). Liverpool, United Kingdom: Cognum Publishing House. https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2019/10/scientific-achievements-of-modern-society_9-11.10.19.pdf [in Ukrainian].
3. Bern, Sh. (2004). *Gendernaja psihologija [Gender psychology]*. Moskva: Prajm-Evroznak [in Russian].
4. Hovorun, T., & Kikinezhdi, O. (2004). *Henderna psykholohiia: navch. posibnyk [Gender psychology: textbook]*. Kyiv: Akademiia [in Ukrainian].
5. Kalianov, A. V. (2009). Aksiolohiia liderskoho potentsialu osobystosti maibutnikh fakhivtsiv [Axiology of future specialists' leadership potential]. V. V. Shkonda (holov. red.). *Teoriia ta praktyka liderstva u suchasnomu suspilstvi: mizhnar. nauk.-prakt. konf. vchenykh, studentiv i praktykiv* (s. 29–39). Donetsk: Nord-Pres [in Ukrainian].
6. Karamushka, L. M., & Felkel, T. H. (2011). Chynnyky rozvytku liderskykh yakosti v aspirantiv [Factors in the development of post-graduate students' leadership qualities]. *Aktualni problemy psykholohii : zb. naukovykh prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy. T. I: Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia*, 32, 277–283 [in Ukrainian].
7. Karamushka, L. M. (2011). Napriamky, resursy ta umovy orhanizatsiinoho rozvytku: porivnialnyi analiz osvity orhanizatsii tradytsiinoho ta innovatsiinoho typiv [Directions, resources and conditions of organizational development: a comparative analysis of educational organizations of traditional and innovative types]. *Aktualni problemy psykholohii: zb. naukovykh prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy. T. I: Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia*, 30, 161–168 [in Ukrainian].
8. Kozak, O. (2019). Psykholohichni aspekty rozvytku liderskykh yakosti uchniv profesiino-tekhnichnoho zakladu osvity [Psychological aspects of the development of students' leadership qualities in vocational education]. *HUMANITARIUM*, 43(1), 66–74 [in Ukrainian].
9. Kuharchuk, A. M., & Ljah, V. V. (2009). *Testy v proforientacii: dlja shkol'nyh psihologov, uchitelej-predmetnikov, klassnykh rukovoditelej [Tests in career guidance: for school psychologists, subject teachers, and tutors]*. Minsk: Jekoperspektiva [in Russian].
10. Kucher, E. (2018). *Tehnologii razvitija liderskogo potentsiala [Leadership development technologies]*. Available at: http://www.znanie.info/_portal/ec/5-common-tehnologii_razvitia.pdf [in Russian].
11. Leont'ev, D. A. (2000). *Test smyslozhiznennykh orientacij (SZhO) [Meaningful life orientations test (SZhO)]*. 2-e izd. Moskva: Smysl [in Russian].
12. Lukianova, L. B., Androshchuk, I. M., & Banit, O. V. (2019). Teoretychni i praktychni aspekty rozvytku liderskykh yakosti u top-menedzheriv u vitchyzniani nautsi y praktytsi [Theoretical and practical aspects of top managers' leadership development in Ukrainian science and practice]. *Visnyk pisliadyplomnoi osvity*, 8(37), 69–108 [in Ukrainian].
13. Menegetti A. (2004). *Psihologija lidera [Psychology of a leader]*. Izd. 4-e, dop. Moskva: Ontopsihologija [in Russian].
14. Miliiaeva V. R. (2014). Rozvytok liderskoho potentsialu v protsesi formuvannia upravlinskoj kompetentnosti kerivnykiv navchalnykh zakladiv [Development of educational institution heads' leadership potential in the process of formation of their managerial competence]. *Visnyk Natsionalnoi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy, Vyp. I*. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2014_1_10 [in Ukrainian].
15. Pustovalov, Y. V. (2015). Vplyv simi povtornoho shliubu na motyvatsiino-potrebovu sferu osobystosti pidlitkiv [The impact of blended families on adolescents' motivation and needs]. *ScienceRise: mizhnar. nauk. zhurn.* 10/5 (15), 53–57 [in Ukrainian].
16. Romanovskiy, O., Mykhailychenko, V., & Hura, T. (2019). Poniattia «liderskyi potentsial» i «liderski yakosti»: zmist ta vykorystannia u naukovi dumtsi [The concepts of "leadership potential" and "leadership qualities": the content and use in science]. *Lider. Elita. Suspilstvo*, 1, 107–117 [in Ukrainian].
17. Tykhomirova, O. (2009). Vykhovannia lidera [Educating a leader]. *Shkilnyi svit*, 8, 19–23 [in Ukrainian].
18. Fetiskin, N. P., Kozlov, V. V., & Manujlov, G. M. (2005). *Sotsialno-psihologicheskaja diagnostika razvitija lichnosti i malyh grup [Social-psychological diagnosis of personality and small group development]*. Moskva: Izd-vo Instituta Psihoterapii, 362–370 [in Russian].
19. Chapman, G. (2002). *Pjat putej k serdcu podrostka [Five ways to a teenager's heart]*. Moskva: biblija dlja vseh. Available at: <https://tpor.ru/pedagogika/geri-chepmen-pyat-putej-k-serdcu-podrostka> [in Russian].

20. Blanchard, K., Fowler, S., & Hawkins, L. (2005). *Self-leadership and the one-minute manager*. New York, NY: Polvera Publishing.
21. DuBrin, A. J. (2009). *Leadership: research findings, practice, and skills*. Boston: Houghton Mifflin.
22. Burgaz, B., Turan, S. (2015). The features of schools which conducted a comenius project and evaluation of features in terms of collaborative leadership characteristics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 338–346.
23. Karabuschenko, N. B., & Petrovskaya, M. V. (2019). Psychological Characteristics of leadership as a component of the elitism of personality. *Advances in economics, business and management research*, vol. 119 (1st international conference on emerging trends and challenges in the management theory and practice, ETCMTP 2019) (p. 12 –124).
24. Khan, S. T. (2015) INTE 2014: A comparative book review. *procedia – social and behavioral sciences*, 174, 699–704.
25. Morgan, A., Lynch, C., & Lynch, S. (2017). *SPARK: How to lead yourself and others to greater success*. New York, NY: Houghton.
26. Northouse, P. G. (2016). *Leadership theory and practice*. Los Angeles, CA: Sage Publications.
27. Pyke, M. (2018). The psychology of leadership theories: trait or learned? *Exploratory paper*. The American college of medical practice executives.
<https://www.mgma.com/MGMA/media/files/fellowship%20papers/2018%20Fellows%20Papers/The-Psychology-of-Leadership-Theories-FINAL-w-Abstract.pdf?ext=.pdf>
28. Spector, B. A. (2016). Carlyle, Freud, and the Great Man theory more fully examined. *Leadership*, 12(2), 250–260.
29. Reicher, S. D., Platow, M. J., & Haslam, S. A. (2007). The New Psychology of Leadership. *SA Mind*. 18, 4, 22–29.
30. Zaccaro, S. J., Kemp, C., & Bader, P. (2004). Leader traits and attributes. In J. Antonakis, A. T. Cianciolo, & R. J. Sternberg (Eds.). *The nature of leadership* (pp. 101–124). Thousand Oaks, CA: Sage.

Olena Bondarchuk, Ivan Pustovalov. Psychological features of adolescent students' orientation towards leadership in relation to the type of general secondary education institution.

Introduction. Today's conditions increase the importance of studying the organizational and psychological factors behind adolescents' orientation towards leadership, in particular, the types of their educational institutions.

Aim: to empirically investigate the psychological features of adolescents' orientation towards leadership in relation to the type of educational institution.

Methods. Questionnaires and mathematical statistics.

Results. The type of educational institution as an organizational and psychological factor affects in a special way the psychological characteristics of adolescent students oriented towards leadership.

Conclusions. The obtained results can be used in training the staff of educational organizations for the psychological support of adolescents oriented towards leadership.

Key words: leadership, leadership qualities, adolescent students, educational organizations, innovative and traditional general secondary education institutions.

Відомості про авторів

Бондарчук Олена Іванівна, доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри психології управління, Державний заклад вищої освіти «Університет менеджменту освіти» НАПН України, м. Київ, Україна.

Bondarchuk, Olena, PsyD, Prof., Head of the Chair of Management Psychology, State Higher Educational Institution «University of Educational Management» of National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: bei.07@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3920-242X>

Пустовалов Іван Вікторович, кандидат психологічних наук, директор Зазимського навчально-виховного об'єднання Броварського району Київської області, доцент кафедри психології управління Державний заклад вищої освіти «Університет менеджменту освіти» НАПН України, м. Київ.

Pustovalov, Ivan, PhD, Head of the Zazym'ya's Educational Association of Brovary District of Kyiv Region, Associate Professor of the Chair of Management Psychology, State Higher Educational Institution «University of Educational Management» of National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: ivp75un@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5897-5079>

Отримано 14 вересня 2020 р.
Рецензовано 12 жовтня 2020 р.
Прийнято 19 жовтня 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.2>

УДК 159.92:373.091.118

Брюховецька Олександра

КОМУНІКАТИВНА ТОЛЕРАНТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ КЕРІВНИКІВ ОСВІТНІХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Брюховецька Олександра. Комунікативна толерантність як складова лідерських якостей керівників освітніх організацій.

Вступ. В умовах сучасних трансформацій освіти особливого значення набуває проблема дослідження лідерських якостей керівників освітніх організацій, зокрема комунікативної толерантності.

Мета дослідження: емпірично дослідити особливості сформованості комунікативної толерантності як складової лідерських якостей керівників освітніх організацій та організаційно-психологічні чинники, що на неї впливають.

Методи. Для проведення дослідження використані методи тестування та математичні методи статистики.

Результати дослідження. Доведено, що комунікативна толерантність, як складова лідерських якостей керівників освітніх організацій, сформована недостатньо, і на рівень її сформованості впливають організаційно-психологічні чинники (тип закладу загальної середньої освіти, які вони очолюють, стаж управлінської діяльності, гендерно-вікові чинники).

Висновки. Отримані результати можуть бути використані під час підготовки керівників освітніх організацій, орієнтованих на лідерство, у закладах післядипломної освіти (підвищення кваліфікації).

Ключові слова: лідерство, лідерські якості, комунікація, комунікативна толерантність, освітні організації, керівники освітніх організацій.

Брюховецкая Александра. Коммуникативная толерантность как составляющая лидерских качеств руководителей образовательных организаций.

Введение. В условиях современных трансформаций образования особое значение приобретает проблема исследования лидерских качеств руководителей образовательных организаций, в частности коммуникативной толерантности.

Цель исследования: эмпирически исследовать особенности сформированности коммуникативной толерантности как составляющей лидерских качеств руководителей образовательных организаций и организационно-психологические факторы, на нее влияющие.

Методы. Для проведения исследования использованы методы тестирования и математические методы статистики.

Результаты исследования. Доказано, что коммуникативная толерантность, как составляющая лидерских качеств руководителей образовательных организаций, сформирована недостаточно, и на уровень ее сформированности влияют организационно-психологические факторы (тип заведения общего среднего образования, которое они возглавляют, стаж управленческой деятельности, гендерно-возрастные факторы).

Выводы. Полученные результаты могут быть использованы при подготовке руководителей образовательных организаций, ориентированных на лідерство, в учреждениях последипломного образования (повышения квалификации).

Ключевые слова: лідерство, лідерские качества, коммуникация, коммуникативная толерантность, образовательные организации, руководители образовательных организаций.

Вступ. Останніми роками в психолого-педагогічній науці в Україні та за кордоном спостерігається зростання інтересу до особистості керівника, і більшість досліджень у цієї галузі стосуються безпосередньо управлінської культури. У даний час підвищена увага приділяється формуванню професійних керівників нової формації, які мають лідерські якості, що дозволяють їм бачити та задовольняти конкретні потреби організації на кожному етапі діяльності та обирати стиль впливу, який відповідав би вимогам управлінської культури (Королук, 2007). Аналіз наукової літератури та сучасних досліджень з цієї проблеми

підтверджує, що в структурі професійно важливих якостей керівника освітньої організації на передній план виступає його здатність проявляти лідерські якості в різних аспектах професійної діяльності (Брюховецька, 2018). Отже, проблема лідерства стає ключовою для досягнення організаційної ефективності в умовах глибоких соціальних, духовних та економічних зрушень, прискорення прогресу знань і вмінь, реформування системи освіти.

Особливої ваги набуває дана проблема для керівників освітніх організацій, оскільки вони виконує безліч соціальних ролей, кожна з яких вимагає специфічних знань, навичок, професійно важливих якостей. Серед проблем, що належать до компетенції керівників освітніх організацій, є основні: утвердження та розвиток певного типу організаційної культури; побудова ефективної комунікації в організації; розвиток партнерських відносин; своєчасне реагування на динаміку зовнішнього середовища та управління змінами. Дослідники зазначають, що керівник одночасно повинен ефективно співпрацювати з персоналом (легко адаптуватися до ситуації, при цьому він повинен заслужити їх довіру і повагу); сприяти розвитку освітньої організації в усіх відношеннях (відстоювати інтереси всього колективу, стимулювати колектив до роботи, позитивно ставитися до критики, приймати й враховувати думку співробітників); надихати педагогічний колектив (проте часто керівники бувають владолюбні, і їх дратують ті, хто не йде за ними); вміти оцінити зроблене (бути гарантом якості, подавати особистий приклад, вміти визнавати свої помилки і вчасно усувати їх); встановлювати зв'язки із громадськістю (представляти освітню організацію, спілкуватися і налагоджувати професійні контакти, створювати власний імідж і імідж керованої організації); бути гарним адміністратором (здатним впроваджувати зміни, утілювати ідеї в життя, не відволікаючись від головних завдань); володіти величезною працездатністю (задавати темп роботі, бути здатним напружено працювати, виконуючи різноманітні складні завдання) (Бондарчук, 2008; Карамушка, 2004; Романовський, Михайличенко & Гура, 2019; Leithwood et al., 2008; Hallinger et al., 1996; Zaccaro, Kemp & Bader, 2004 та ін.). Керівник висловлює лише конструктивну критику своїх підлеглих, намагаючись допомогти їм краще проявити себе професійно. Саме тому серед якостей керівників освітньої організації особливу увагу дослідників привертає їх комунікативна сфера, адже, на думку Д. Кайдалова, Є. Суїменко (1975), лідер повинен логічно і переконливо доводити іншим інформацію, пов'язану зі здійсненням професійної діяльності, бути комунікабельним, витриманим у складних ситуаціях, спроможним доброзичливо і коректно взаємодіяти з колективом. Такої самої думки дотримуються І. Саліхова & Д. Антипова (2014), які до провідних рис лідерства відносять такі, як: екологічність, володіння інноваційним мисленням, пасіонарність, внутрішня свобода, комунікативність.

Ефективний керівник будує систему комунікації в організації, отримує надійну інформацію та ефективно її оцінює. Кожен керівник освітньої організації витрачає значну частину свого робочого часу на спілкування, тому його професійною якістю є здатність спілкуватися з партнерами, незалежно від їх власних емоційних оцінок. Відповідно, він повинен контролювати свою поведінку – негативне ставлення до когось не може вплинути на характер ділових відносин із ним, а позитивне ставлення до працівника виступає додатковим стимулом для збільшення активності. Тому не менш важливою для нашого дослідження є думка науковців про те, що кожному керівникові освітньої організації повинна бути притаманна комунікативна толерантність (Бойко, 1998), що виявляється в умінні керівника обрати відповідний тон спілкування, легко і швидко входити в діловий і психологічний контакт з людьми, що дозволяє оперативно вирішувати питання, які вимагають його особистої участі (Брюховецька, 2018).

Відповідно актуалізується проблема формування комунікативної толерантності як складової лідерських якостей керівників освітніх організацій.

Мета дослідження – емпірично дослідити особливості сформованості комунікативної толерантності як складової лідерських якостей керівників освітніх організацій та організаційно-психологічні чинники, що на неї впливають.

Завдання дослідження:

1) дослідити особливості сформованості комунікативної толерантності як складової лідерських якостей керівників освітніх організацій;

2) проаналізувати організаційно-психологічні чинники сформованості комунікативної толерантності керівників освітніх організацій.

Методи та організація дослідження. У процесі дослідження використовувалась методика «Діагностики загальної комунікативної толерантності», яка дозволяє діагностувати толерантні та інтолерантні установки особистості, що виявляються у процесі спілкування, а також рівні толерантності за окремими показниками – неприйняття індивідуальності іншого, використання себе як еталона, категоричність та консервативність в оцінці інших, нетерпимість до особистісного дискомфорту партнера по взаємодії, адаптаційні здібності (Бойко, 1998). Загальна комунікативна толерантність обумовлена життєвим досвідом, властивостями особистості, моральними принципами тощо.

Отримані результати емпіричного дослідження опрацюванню статистично-математичними методами з використанням комп'ютерної програми SPSS (версія 17.0).

Вибірка дослідження. У дослідженні взяли участь виступив 450 керівників освітніх організацій (закладів загальної середньої освіти) із різних регіонів України. З них – 77,9% жінок, 22,1% чоловіків, які були розподілені на групи за такими показниками: 1) заклади середньої освіти: традиційного типу (40,7%), нового типу (40,7%); 2) стажем управлінської діяльності: до 5 років (21,1%), 5–10 років (23,2%), 10–20 років (18,0%), понад 20 років (10,5%); 3) віком: до 35 років (20,7%), від 35 до 40 років (22,8%), від 40 до 48 років (39,9%), понад 48 років (16,7%).

Результати дослідження та їх обговорення. Лідерські якості керівника часто розглядають з огляду на *процеси комунікації* в освітній організації. Основним положенням цього підходу є твердження, що завдяки комунікації досягається вплив управління на ефективність та результативність діяльності освітньої організації в цілому (Сорочан, 2008). Комунікативна толерантність керівника – це здатність до нормативного, етичного, безконфліктного, гармонізуючого спілкування; формування вміння слухати співрозмовника і поважати його думку, зберігати спокій у конфлікті; вміння спокійно і етично вести міжособистісну суперечку і публічну дискусію.

На першому етапі емпіричного дослідження визначено рівні сформованості комунікативної толерантності як складової лідерських якостей керівників освітніх організацій (табл. 1).

Таблиця 1

Рівні сформованості комунікативної толерантності керівників освітніх організацій

Рівні сформованості	Кількість досліджуваних, у %
високий	30,9
середній	39,6
низький	29,6

Як випливає з табл. 1, лише третина досліджуваних (30,9%) мають високий рівень сформованості комунікативної толерантності, що характеризується відкритістю, довірою, контактністю, прагненням до спілкування; високою культурою мовлення, риторичними навичками; умінням точно викладати свої думки, аналізувати і розуміти інші точки зору; високою емпатійністю у спілкуванні, умінням слухати і чути співрозмовника; навичками толерантної суперечки (дискусії, полеміки, дебатів) в умовах плюралізму думок, умінням цивілізовано критикувати та адекватно використати комунікативні стратегії і тактики при виникненні конфліктного діалогу; володінням навичками самоконтролю, рефлексії і управління своїм емоційним станом. Отримані дані узгоджуються з результатами дослідження Є. Галицьких (Галицьких, 2004), яка зазначила, що комунікативна толерантність керівника – це таке ставлення до навколишніх, яке виявляється у повазі й визнанні рівноправ'я співрозмовників у ситуаціях комунікативної взаємодії, відмові від домінування, врахуванні індивідуально-психологічних особливостей партнерів у процесі спілкування й створенні умов для їх самореалізації.

Більше половини респондентів мають низький (29,6%) і середній (39,6%) рівень сформованості комунікативної толерантності, що може проявлятися у негнучкості або лінощах розуму і заважати виходу зі складних професійних ситуацій (Андрєєва, 1990).

Отже, чим нижче у керівника рівень загальної комунікативної толерантності, тим більше неприємних або неприйнятних для себе особливостей співрозмовника він знаходить, і тим більше відторгнення і неприйняття вони викликають. І навпаки, чим вище рівень, тим менше негативних емоцій він відчуває з приводу знайдених відмінностей. Аналіз результатів вказує на те, що одна з головних складових лідерських якостей керівників освітніх організацій не отримала належного формування.

Діагностика комунікативної толерантності за В. Бойко (Бойко, 1998) проводилася за дев'ятьма ознаками: 1. Невміння або нерозуміння індивідуальності іншої особистості. 2. Використання себе як еталона при оцінюванні іншого. 3. Категоричність або консервативність керівника в оцінці іншого. 4. Невміння керівником стримати себе або згладжувати неприємні почуття при зіткненні з некомунікабельними якостями іншого. 5. Прагнення переробити, перевиховувати іншого. 6. Прагнення підлаштувати іншу особу під себе, зробити її «зручною» для себе. 7. Тенденція поведінки керівника. 8. Нетерпимість до фізичного чи психологічного дискомфорту іншої особи. 9. Адаптаційні здібності у взаємодії з іншими особами.

На наступному етапі емпіричного дослідження детально проаналізуємо показники комунікативної толерантності керівника за дев'ятьма поведінковими ознаками, кожна з яких відображає особливості поведінки управлінця в різних ситуаціях спілкування і свідчить про комунікативну інтолерантність (табл. 2).

Таблиця 2

Показники комунікативної толерантності керівників освітніх організацій за поведінковими ознаками

Показники	Рівні сформованості (кількість досліджуваних, у %)		
	високий	середній	низький
Категоричність та консервативність в оцінці людей	63	23	14
Прагнення перевиховати партнера по спілкуванню	61	28	11
Вибір себе як еталона оцінки інших	60	30	10
Невміння приховувати негативні почуття при спілкуванні з неприємними людьми	55	30	25
Небажання розуміти та приймати індивідуальність інших людей	53	27	20
Невміння прощати іншим їхні помилки	51	20	29
Намагання зробити партнера по спілкуванню зручним	50	25	25
Нетерпимість до дискомфорту партнера по спілкуванню	46	22	32
Погане пристосування до інших	40	25	35

Згідно з автором методики (Бойко, 1998), комунікативна толерантність (терпимість до чужої думки, емоцій і слів інших людей, їх способу дій і деяким іншим аспектам, що виявляється в рамках комунікації) визначає готовність керівників освітніх організацій прийняти партнерів по спілкуванню з усіма притаманними їм рисами (навіть тими, що їм не подобаються). Чим більше відсоток за конкретною ознакою, тим менше досліджувані терпимі до людей у даному аспекті взаємодії з ними. Навпаки, чим менше відсоток за тією чи іншою ознакою, тим вище рівень загальної комунікативної толерантності за даним аспектом взаємодії з партнерами.

Як видно з табл. 2, найбільше вираженим виявився показник «категоричність або консервативність керівника в оцінці іншого». Переважній більшості досліджуваних (63%) не вистачає гнучкості і широти світогляду, вони регламентують прояв індивідуальності партнера по спілкуванню та вимагають від нього бажаної одноманітності, яка відповідає внутрішньому світові управління – усталеним цінностям та смакам. Вони не терплять партнерів з низьким професійним рівнем, не переносять безкультур'я, сучасна молодь викликає у них неприємні відчуття своїм зовнішнім виглядом. Показник «прагнення перевиховати партнера по спілкуванню» вказує на бажання респондентів (61%) змінити, переробити партнера по спілкуванню. Спроби перевиховувати співрозмовника проявляються в жорсткій (наприклад, для звички читати мораль, повчати, докоряти в порушенні правил службової етики) чи пом'якшеній (зводиться до вимог додержуватися правил поведінки і співробітництва, до зауважень з різних приводів) формі, але в будь-якому разі вони зустрічають опір. «Вибір себе як еталона оцінки інших» притаманний 60% досліджуваних, такі управління відмовляють партнеру по спілкуванню у праві мати власні думки, погляди, установки, у оцінюють партнера, керуючись власними звичками, настановами та настроями. Показник «невміння приховувати негативні почуття при спілкуванні з неприємними людьми» вказує на відсутність у 55% респондентів бажання стримувати себе або згладжувати неприємні почуття при зіткненні з некоммунікбельними якостями іншого, управління зазвичай демонструють некеровані негативні реакції у відповідь на некоммунікбельні якості партнера (неприйняття в іншому найчастіше викликають некоммунікбельні типи особистості, її некоммунікбельні риси, манери спілкування тощо). Показник «небажання розуміти та приймати індивідуальність інших людей» свідчить про не вміння 53% досліджуваних сприймати індивідуальність особистості співрозмовника (те, що створює особливе в ньому: надане природою, виховане, засвоєне в середовищі буття). «Невміння прощати іншим їхні помилки» притаманне 51% респондентів, вони не пробачають співрозмовнику незграбність, ненавмисно заподіяні неприємності. Майже половина досліджуваних (50%) характеризуються «намаганням зробити партнера по спілкуванню зручним», прагненням підлаштувати іншу особу під себе, регламентувати його дії або домогтися схожості з собою, такі управління завжди наполягають на прийнятті своєї точки зору. Показник «нетерпимість до дискомфорту партнера по спілкуванню» проявляється у 46% досліджуваних у складних ситуаціях професійної взаємодії, що супроводжуються негативним психічними станами, при цьому управління ігнорують те, що і самі теж були в дискомфортному стані і розраховували на розуміння та підтримку оточуючих. Такі керівники є душевно черствим, і тому або не помічають подібних станів, або вони їх дратують, або, щонайменше, викликають осуд. Показник «погане пристосування до інших» вказує на не вміння 40% досліджуваних управлінь пристосуватися до характеру, звичок, установок або домагань іншої особи, загалом, керівники намагатимуться змінювати передусім партнера по спілкуванню, ніж себе.

Наявність подібних установок може свідчити про неготовність керівників освітніх організацій підлаштуватися під партнера по спілкуванню, а також виражатися в недостатній пластичності їх комунікативної поведінки, що є серйозною перешкодою у міжособистісній взаємодії і сприйнятті. Зрозуміло, отримані дані дозволяють помітити лише основні тенденції, властиві взаємодії керівників освітніх організацій з партнерами по спілкуванню. У безпосередньому, живому спілкуванні особистість керівника освітньої організації проявляється яскравіше і різноманітніше.

На наступному етапі емпіричного дослідження перейдемо до висвітлення організаційно-психологічних чинників сформованості комунікативної толерантності керівників освітніх організацій. Аналіз зв'язку типу закладу загальної середньої освіти, який очолюють досліджувані, із рівнями комунікативної толерантності респондентів дозволив зафіксувати певні відмінності (табл. 3).

Як видно з табл. 3, виявлено зв'язок (на рівні слабкої тенденції) між типом закладу загальної середньої освіти, який очолюють досліджувані, та рівнями комунікативної толерантності досліджуваних керівників. Рівень комунікативної толерантності виявився вищим у керівників закладів загальної середньої освіти традиційного типу. Оскільки у закладах

закладів загальної середньої освіти традиційного типу існують всі передумови конструктивної толерантності (впевненість, довірчі партнерські стосунки, можливість реалізації власної індивідуальності), керівники не обмежені у спілкуванні з персоналом, і це дає можливість обговорити професійні проблеми, отримати підтримку, пораду, заохочення, оцінку. Отримані дані узгоджуються з результатами дослідження Л. Карамушки (Карамушка, 2011), оскільки саме комунікативна толерантність лежить в основі взаємної довіри й розуміння, сприяє вияву доброзичливості, допомагає встановленню позитивного психологічного клімату в педагогічних колективах.

Таблиця 3

Розподіл досліджуваних керівників освітніх організацій за рівнями сформованості комунікативної толерантності та типами закладів загальної середньої освіти, які вони очолюють

Тип закладу загальної середньої освіти	Рівні сформованості комунікативної толерантності (кількість досліджуваних, у %)		
	високий	середній	низький
ЗЗСО традиційного типу	24,4	64,1	11,5
ЗЗСО нового типу	20,0	65,4	14,6

При подальшому аналізі було зафіксовано (на рівні слабкої тенденції) взаємозв'язок стажу управлінської діяльності із рівнями комунікативної толерантності досліджуваних керівників освітніх організацій (табл. 4).

Таблиця 4

Розподіл досліджуваних керівників освітніх організацій за рівнями сформованості комунікативної толерантності та стажем управлінської діяльності

Стаж управлінської діяльності	Рівні комунікативної толерантності (кількість досліджуваних, у %)		
	високий	середній	низький
до 1 року	27,5	37,6	34,9
від 1 до 5 років	34,5	33,6	31,8
від 5 до 10 років	23,6	52,0	24,4
від 10 до 20 років	37,5	37,5	25,0
понад 20 років	35,6	33,9	30,5

Як видно з табл. 4, зі збільшенням стажу управлінської діяльності рівень комунікативної толерантності зростає, керівники накопичують позитивний досвід взаємодії з персоналом, формують власний стиль поведінки, манери спілкування, що дає надію на суттєвий прогрес у справі використання людських ресурсів, забезпеченні їх професійного і соціального розвитку. У керівників зі стажем управлінської діяльності понад 20 років рівень комунікативної толерантності знижується, вони стають більш категоричними у судженнях, менше прислухаються до думки колективу, втрачають емоційне задоволення від процесу комунікації.

Наступним кроком емпіричного дослідження було виявлення за результатами дисперсійного аналізу зв'язку гендерно-вікових чинників з особливостями сформованості комунікативної толерантності керівників освітніх організацій. Аналізуючи особливості сформованості комунікативної толерантності досліджуваних керівників, ми виявили ($p < 0,05$), що з віком респонденти стають більш інтолерантними, особливо керівники-чоловіки (рис. 1).

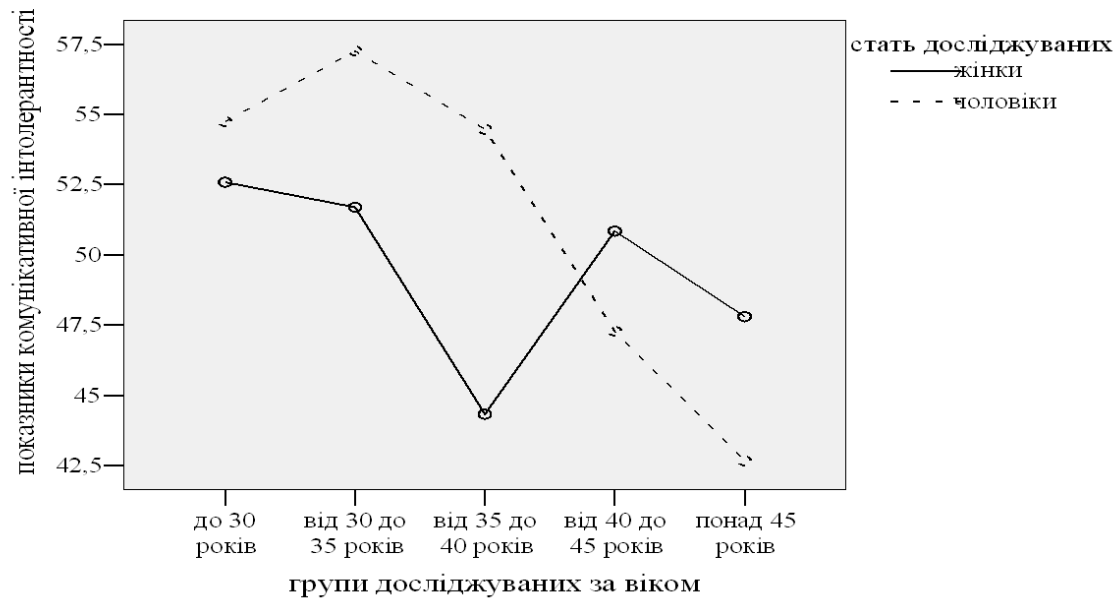


Рис. 1. Особливості сформованості комунікативної інтолерантності досліджуваних керівників освітніх організацій залежно від статі і віку

Комунікативна толерантність краще розвинута у керівників-жінок, які у спілкуванні зосереджені на взаємовідносинах між людьми, для них важливо надати допомогу, підтримати, проявити турботу. Отримані результати узгоджуються з даними дослідження О. Бондарчук (Бондарчук, 2008), А. Шарухіна (Шарухін, 2005), згідно з якими саме жінки характеризуються більш розвиненими комунікативними здібностями. Керівники-чоловіки у спілкуванні зосереджені на завданнях, домінують, владні і агресивні, їм властивий стиль спілкування, що визначається турботою про незалежність.

Більш детальний аналіз виявив статистично значущі відмінності залежно від статі і віку по окремих показниках комунікативної толерантності досліджуваних керівників освітніх організацій. Так, ми виявили статистично значущі відмінності ($p < 0,01$) в оцінці людей залежно від статі і віку (рис. 2).

Як видно з рис. 2, молоді керівники освітніх організацій виявилися більш категоричними і консервативними, схильними регламентувати прояв індивідуальності партнерів. Подібні результати ($p < 0,01$) встановлені і за показником невміння приховувати негативні почуття при спілкуванні з неприємними людьми, особливо у молодих керівників, які не вміють приховувати або хоча б згладжувати неприємні почуття, які виникають при зіткненні з некомунікабельними якостями у партнерів і демонструють некеровані негативні реакції. Молоді керівники-чоловіки схильні підганяти партнерів під себе, робити їх зручними, наполягати на прийнятті власної точки зору ($p < 0,01$), погано пристосовуються до характерів, звичок, настанов або домагань інших ($p < 0,05$).

І, на жаль, досліджувані керівники освітніх організацій, особливо молоді керівники-чоловіки, характеризуються невмінням прощати іншим їх помилки, незграбність, неприємності, які партнер вчинив ненавмисне ($p < 0,05$). Отримані результати узгоджуються з дослідженнями А. Шарухіна (Шарухін, 2005), який пояснює це психологічними особливостями молодіжного віку: підвищене прагнення до самоствердження, схильність до завищених, нереалістичних домагань, переоцінка власних можливостей, схильність до крайнощів суджень і дій, максималізм в оцінках.

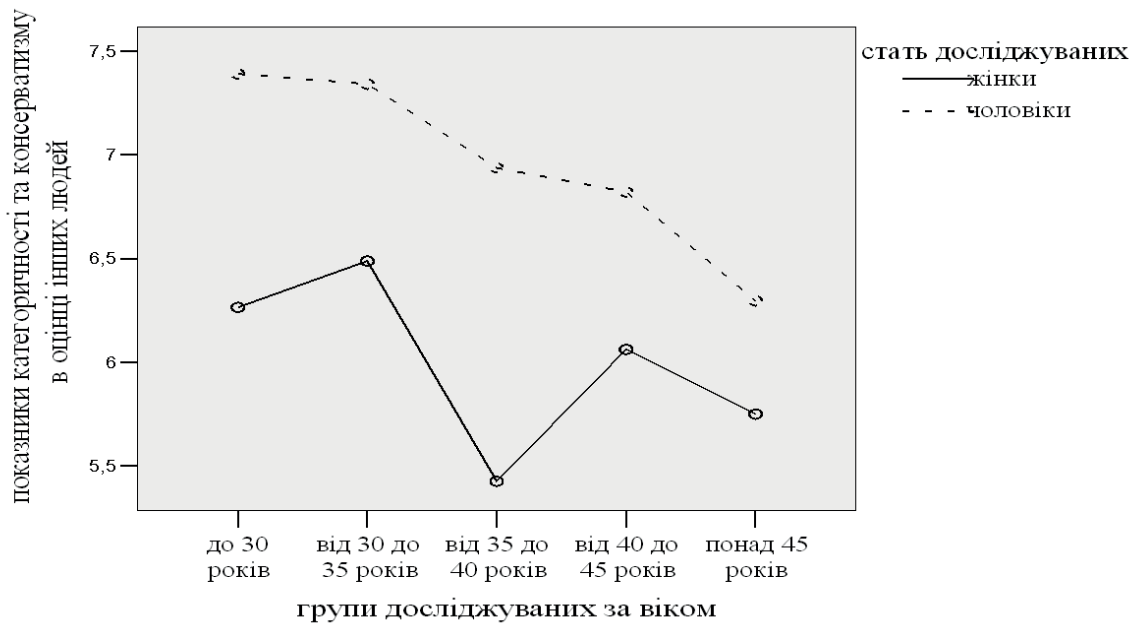


Рис. 2. Показники категоричності і консерватизму досліджуваних керівників освітніх організацій залежно від статі і віку

Стосовно керівників-жінок можна відмітити зростання з віком ($p < 0,05$) прагнення перевиховати партнерів по спілкуванню. Такі жінки-керівники схильні до читання моралі, повчань, зауважень з різних приводів.

Таким чином, результати емпіричного дослідження свідчать про недостатній рівень сформованості комунікативної толерантності та її окремих показників у керівників освітніх організацій у цілому і залежно від низки організаційно-психологічних чинників. Як наслідок, йдеться про доцільність розробки системи організаційно-психологічного супроводу і впровадження програми цілеспрямованого формування комунікативної толерантності як складової лідерських якостей керівників освітніх організацій.

Висновки. За результатами емпіричного дослідження виявлено недостатній рівень сформованості професійної толерантності як складової лідерських якостей керівників освітніх організацій.

Установлено, що меншу інтолерантність досліджувані керівники освітніх організацій виявляють за показниками «нетерпимість до дискомфорту партнера по спілкуванню» та «погане пристосування до інших». Також досліджувані виявили високий рівень інтолерантності за показниками «категоричність та консервативність в оцінці людей», «прагнення перевиховати партнера по спілкуванню» та «вибір себе як еталона оцінки інших». Це може свідчити про неготовність керівників освітніх організацій до конструктивного спілкування і взаємодії із партнерами, а також виражатися в недостатній пластичності їх комунікативної поведінки, що є серйозною перешкодою у міжособистісній комунікації.

Встановлено зв'язок (на рівні слабкої тенденції) між рівнями комунікативної толерантності досліджуваних керівників та типом закладу загальної середньої освіти, який очолюють досліджувані, і стажем управлінської діяльності. Констатовано гендерно-вікові відмінності у рівнях сформованості комунікативної толерантності керівників освітніх організацій.

Перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів досліджуваної проблеми. Перспективною лінією дослідження може стати організаційно-психологічний супровід керівників освітніх організацій, орієнтованих на лідерство, а також теоретичне обґрунтування, розробка та апробація програми формування комунікативної толерантності як складової лідерських якостей керівників освітніх організацій.

Література

1. Андреева, Г. М. (1996). *Социальная психология*. Москва: Аспект Пресс.
2. Бойко, В. В. (1998). *Коммуникативная толерантность*. Санкт-Петербург: МАПО.
3. Бондарчук, О. І. (2008). *Соціально-психологічні основи особистісного розвитку керівників загальноосвітніх навчальних закладів у професійній діяльності*. Київ: Наук. думка.
4. Брюховецька, О. В. (2018). *Психологія професійної толерантності керівників загальноосвітніх навчальних закладів*. Київ: Інтерсервіс.
5. Галицких, Е. О. (2004). *Диалог в образовании как способ становления толерантности*. Москва: Педагогика.
6. Карамушка, Л. М. (2004). *Психологія освітнього менеджменту*. Київ.
7. Карамушка, Л. М. (2011). Напрямки, ресурси та умови організаційного розвитку: порівняльний аналіз освітніх організацій традиційного та інноваційного типів. *Актуальні проблеми психології: зб. наук. праць Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Т. І: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*, 30, 161–168.
8. Кайдалов, Д. П., & Суименко, Е. И. (1975). *Психология единоначалия и коллегиальности*. Москва: Мысль.
9. Королук, С. В. (2007). *Розвиток управлінської культури керівника загальноосвітнього навчального закладу*. Полтава: АСМІ.
10. Лук'янова, Л. Б., Андрощук, І. М., & Баніт, О. В. (2019). Теоретичні і практичні аспекти розвитку лідерських якостей у топ-менеджерів у вітчизняній науці й практиці. *Вісник післядипломної освіти*, 8(37), 89–108.
11. Солдатова, Г. У., & Шайгерова, Л. А. (Ред.). (2008). *Психодиагностика толерантности*. Москва: Смысл.
12. Romanovskiy, O., Mykhaulychenko, V., & Hura, T. (2019). Поняття «Лідерський потенціал» і «Лідерські якості»: зміст та використання у науковій думці. *Лідер. Еліта. Суспільство*, 1. Взято з: <http://les.khpi.edu.ua/article/view/2616-3241.2019.1.08>
13. Салихова, И. С., & Антипова, Д. А. (2014). Лидерство как инновационный управленческий феномен в деятельности современных корпораций. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: экономика*, 2, 49–57.
14. Сорочан, Т. М. (2005). *Підготовка керівників шкіл до управлінської діяльності*. Луганськ: Знання.
15. Шарухин, А. П. (2005). *Психология менеджмента*. Санкт-Петербург: Речь.
16. Azzari, Kenneth A. (1988). Interpersonal relations: The key to effective school administration. *Theses Digitization Project*, 343. Retrieved from: <https://scholarworks.lib.csusb.edu/etd-project/343>
17. Wang, S. (2019). School heads' transformational leadership and students' modernity: the multiple mediating effects of school climates. *Asia Pacific Educ. Rev.*, 20, 329–341. Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/s12564-019-09575-3>
18. Hallinger, P., Bickman, L., & Davis, K. (1996). School context, principal leadership, and student reading achievement. *The Elementary School Journal*, 96(5), 527–549.
19. Leithwood, K., Harris, A., & Hopkis, D. (2008). Seven strong claims about successful school leadership. *School Leadership & Management: Formerly School Organization*, 28(1), 27–42.
20. 5 Qualities of An Effective Leader. *Organizational Psychology Degrees*. Retrieved from: <https://www.organizationalpsychologydegrees.com/lists/5-qualities-of-an-effective-leader/>
21. Benjamin, N. Schoenfeld. (1948). Psychological Characteristics of Leadership. *Social Forces. Oxford Academic*, 26(4), 391–396. Retrieved from: <https://academic.oup.com/sf/article-abstract/26/4/391/1991740>
22. Leadership in Schools. *Psychology*. Retrieved from: <https://www.psychologydiscussion.net/child-psychology/leadership-in-schools-psychology/2471>

References

1. Andreeva, G. M. (1996). *Socialnaja psihologija [Social psychology]*. Moskva: Aspekt Press [in Russian].
2. Bojko, V. V. (1998). *Kommunikativnaja tolerantnost [Communicative tolerance]*. Sankt-Peterburg: MAPO [in Russian].
3. Bondarchuk, O. I. (2008). *Sotsialno-psykholohichni osnovy osobystisnoho rozvytku kerivnykiv zahalnoosvitnikh navchalnykh zakladiv u profesiinii diialnosti [Social-psychological bases of personal development of heads of general educational institutions in professional activity]*. Kyiv: Nauk. Dumka [in Ukrainian].
4. Briukhovetska, O. V. (2018). *Psykhologhiia profesiinoi tolerantnosti kerivnykiv zahalnoosvitnikh navchalnykh zakladiv [Psychology of secondary school principals' professional tolerance]*. Kyiv: Interservis [in Ukrainian].
5. Galickih, E. O. (2004). *Dialog v obrazovanii kak sposob stanovenija tolerantnosti [Dialogue in education as a way to develop tolerance]*. Moskva: Pedagogika [in Russian].
6. Karamushka, L. M. (2004). *Psykhologhiia osvithnoho menedzhmentu [Psychology of education management]*. Kyiv [in Ukrainian].
7. Karamushka, L. M. (2011). Napriamky, resursy ta umovy orhanizatsiinoho rozvytku: porivnialnyi analiz osvithnikh orhanizatsii tradytsiinoho ta innovatsiinoho typiv [Directions, resources and conditions of organizational development: a comparative analysis of educational organizations of traditional and innovative types]. *Aktualni problemy psykhologhii: zb. nauk. prats In-tu psykhologhii imeni H. S. Kostiuksa NAPN Ukrainy. T. I: Orhanizatsiina psykhologhiia. Ekonomichna psykhologhiia. Sotsialna psykhologhiia*, 30, 161–168 [in Ukrainian].
8. Kajdalov, D. P., & Suimenko, E. I. (1975). *Psihologija edinonachalija i kollegialnosti [Psychology of unity of command and collegiality]*. Moskva: Mysl [in Russian].

9. Koroliuk, S. V. (2007). *Rozvytok upravlinskoj kultury kerivnyka zahalnoosvitnoho navchalnoho zakladu* [Development of secondary school principals' managerial culture]. Poltava: ASMI [in Ukrainian].
10. Lukianova, L. B., Androshchuk, I. M., & Banit, O. V. (2019). Teoretychni i praktychni aspekty rozvytku liderskykh yakosti u top-menedzheriv u vitchyzniani nautsi y praktytsi [Theoretical and practical aspects of leadership development in top managers in Ukrainian science and practice]. *Visnyk pislidyplomnoi osvity*, 8(37), 89–108 [in Ukrainian].
11. Soldatova, G. U., & Shajgerova, L. A. (Red.). (2008). *Psihodiagnostika tolerantnosti* [Psychodiagnosis of tolerance]. Moskva: Smysl [in Russian].
12. Romanovskiy, O., Mykhaylychenko, V., & Hura, T. (2019). Poniattia «Liderskyi potentsial» i «Liderski yakosti»: zmist ta vykorystannia u naukovi dumtsi [The concepts of "Leadership potential" and "Leadership qualities": content and use in science]. *Lider. Elita. Suspilstvo*, 1. Vziato z: <http://les.khpi.edu.ua/article/view/2616-3241.2019.1.08> [in Ukrainian].
13. Salihova, I. S., & Antipova, D. A. (2014). Liderstvo kak innovacionnyj upravlencheskij fenomen v dejatel'nosti sovremennykh korporacij [Leadership as an innovative managerial phenomenon in the work of modern corporations]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: jekonomika*, 2, 49–57 [in Russian].
14. Sorochan, T. M. (2005). *Pidhotovka kerivnykiv shkil do upravlinskoj diialnosti* [School principals' management training]. Luhansk: Znannia [in Ukrainian].
15. Sharuhin, A. P. (2005). *Psihologija menedzhmenta* [Psychology of management]. Sankt-Peterburg: Rech [in Russian].
16. Azzari, Kenneth A. (1988). Interpersonal relations: The key to effective school administration. *Theses Digitization Project*, 343. <https://scholarworks.lib.csusb.edu/etd-project/343>
17. Wang, S. (2019). School heads transformational leadership and students modernity: the multiple mediating effects of school climates. *Asia Pacific Educ. Rev.*, 20, 329–341. <https://doi.org/10.1007/s12564-019-09575-3>
18. Hallinger, P., Bickman, L., & Davis, K. (1996). School context, principal leadership, and student reading achievement. *The Elementary School Journal*, 96(5), 527–549.
19. Leithwood, K., Harris, A., & Hopkis, D. (2008). Seven strong claims about successful school leadership. *School Leadership & Management: Formerly School Organization*, 28(1), 27–42.
20. 5 Qualities of An Effective Leader. *Organizational Psychology Degrees*. <https://www.organizationalpsychologydegrees.com/lists/5-qualities-of-an-effective-leader/>
21. Benjamin, N. Schoenfeld. (1948). Psychological Characteristics of Leadership. *Social Forces. Oxford Academic*, 26(4), 391–396. <https://academic.oup.com/sf/article-abstract/26/4/391/1991740>
22. Leadership in Schools. *Psychology*. <https://www.psychologydiscussion.net/child-psychology/leadership-in-schools-psychology/2471>

Oleksandra Bryukhovetska. Communicative tolerance as a component of educational organization heads leadership qualities.

Introduction. The ongoing transformations in the Ukrainian system of education increase the role of educational organization heads' leadership qualities, in particular, their communicative tolerance.

Aim: to empirically investigate the development of and organizational and psychological factors in communicative tolerance as a component of educational organization heads' leadership qualities.

Methods. Testing methods and mathematical methods of statistics were used for the research.

Results. It has been shown that communicative tolerance as an educational organization heads' leadership quality is poorly developed and affected by the following organizational and psychological factors: a type of the general secondary education institution, heads' managerial experience, gender, and age).

Conclusions. The obtained results can be used in educational organization heads' leadership training in the system of postgraduate education (advanced training).

Key words: leadership, leadership qualities, communication, communicative tolerance, educational organizations, educational organization heads.

Відомості про автора

Брюховецька Олександра Вікторівна, доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри психології та особистісного розвитку Навчально-наукового інституту менеджменту та психології, Державний заклад вищої освіти «Університет менеджменту освіти» НАПН України, м. Київ, Україна.

Brukhovetska, Olexandra, PsyD, Prof., Dept. of Psychology and Personal Development, State Higher Educational Institution «University of Educational Management» of National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: ciparisab011@gmail.com

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4884-2878>

Отримано 19 жовтня 2020 р.
Рецензовано 9 листопада 2020 р.
Прийнято 12 листопада 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.3>
УДК 159.9

Горішня Катерина

ДОСЛІДЖЕННЯ ДОСВІДУ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАДАПТАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ВЕТЕРАНІВ: ПОВЕРНЕННЯ ДО МИРНОЇ ПРОФЕСІЇ

Горішня Катерина. Дослідження досвіду соціально-психологічної реадaptaції українських ветеранів: повернення до мирної професії.

Вступ. Реадaptaція до цивільного життя через повернення до мирної професії є актуальним запитом багатьох демобілізованих українських військовослужбовців. Проблематика особливостей професійної реінтеграції ветеранів війни є недостатньо дослідженою та висвітленою.

Мета дослідження: емпірично дослідити особливості професійної реінтеграції демобілізованих українських військовослужбовців.

Методи дослідження: фокус-група з подальшим аналізом згідно з обґрунтованою теорією та індуктивним аналізом.

Результати дослідження. Встановлено, що особливостями професійної реінтеграції українських ветеранів, які стоять на обліку в Державній службі зайнятості, є невдале первинне професійне самовизначення, погіршення фізичного і/або психологічного здоров'я та екстернальна позиція учасників дослідження.

Висновки. Результати дослідження свідчать, що повернення до мирної професії є одним із вагомих елементів соціально-психологічної реадaptaції ветеранів війни. Поліпшенню цього процесу можуть сприяти створення та впровадження спеціальних програм для ветеранів війни, фокус яких буде зорієнтований на пошук і знаходження способів психологічного відновлення, формування мотивації, цілеутворення та переосмислення негативного досвіду минулого.

Ключові слова: реінтеграція, реадaptaція, ветерани, демобілізовані військовослужбовці, мирна професія, дезадaptaція, безробітні, професійне самовизначення.

Горішня Катерина. Исследование опыта социально-психологической реадaptaции украинских ветеранов: возвращение к мирной профессии.

Введение. Реадaptaция к гражданской жизни через возвращение к мирной профессии является актуальным запросом многих демобилизованных украинских военнослужащих. Проблема особенностей профессиональной реинтеграции ветеранов войны недостаточно исследована и освещена.

Цель исследования: эмпирически исследовать особенности профессиональной реинтеграции демобилизованных украинских военнослужащих.

Методы исследования: фокус-група с последующим анализом согласно обоснованной теории и индуктивного анализа.

Результаты исследования: установлено, что особенностями профессиональной реинтеграции украинских ветеранов, состоящих на учете в Государственной службе занятости, является неудачное первичное профессиональное самоопределение, ухудшение физического и/или психологического здоровья, а также экстернальная позиция участников исследования.

Выводы. Результаты исследования свидетельствуют о том, что возвращение к мирной профессии является одним из весомых элементов социально-психологической реадaptaции ветеранов войны. Улучшению этого процесса могут способствовать создание специальных программ для ветеранов войны, фокус которых будет ориентирован на поиск и нахождение способов психологического восстановления, формирования мотивации и целей, переосмысление негативного опыта прошлого.

Ключевые слова: реинтеграция, реадaptaция, ветераны, демобилизованные военнослужащие, мирная профессия, дезадaptaция, безработные, профессиональное самоопределение.

Вступ. Проблематика повернення до мирної професії демобілізованих військових є актуальною у багатьох країнах світу, які проходять через горнило війни. Реадaptaція до цивільного життя та повернення до мирної професії є актуальним запитом для багатьох демобілізованих українських військовослужбовців. Хоча проблемі соціально-психологічної реадaptaції ветеранів АТО/ООС присвячено багато досліджень, недостатньо висвітленими є особливості реінтеграції ветеранів до мирної професії. Повернення до цивільної професії є

важливим містком переходу від війни до миру та джерелом особистісних трансформацій, що сприяє реінтеграції у суспільство, створює умови для переходу від одного статусу до іншого із зміною рольових функцій та поступовою трансформацією світогляду. Хоча відповідні державні органи створюють умови для того щоб цей перехід відбувався ефективно, не всі українські ветерани повертаються до мирної праці після завершення військової служби. Певна їх кількість має труднощі з реадaptaцією до мирного життя і праці, затримуючись у лавах безробітних.

Хоча стандарти реабілітації та реадaptaції демобілізованих військовослужбовців широко використовуються у країнах, які беруть участь у бойових діях, ці програми, згідно з сучасними дослідженнями, все ще вимагають покращення з урахуванням актуальних проблем ветеранів кожної окремої країни (Elnitsky, Blevins, Fisher, & Magruder, 2017; Keeling, Ozuna, Milsap, & Chase, 2018; Титаренко, 2018; Ainspan, Penk, & Kearney, 2018). Створення соціально-психологічних програм, сфокусованих на пошуку і знаходженні способів психологічного відновлення, формування мотивації, цілеутворення та переосмислення негативного досвіду, зможуть зробити процес реадaptaції українських ветеранів до мирного життя більш особистісно орієнтованим та ефективним (Титаренко, 2016, 2017, 2020).

Повернення до цивільного суспільства – це процес переходу (transition), який торкається особистості кожного учасника бойових дій і розглядається науковцями під різними кутами зору, оскільки він поєднує у собі суб'єктивну сторону особистісних переживань та об'єктивну сторону соціальних обставин та умов. Навчання, працевлаштування, погіршення психологічного та фізичного здоров'я, необхідність оволодіння новими соціальними навичками – ці та інші виклики чекають на ветеранів у процесі реінтеграції до мирного соціуму (Jayatunge, 2013).

У дослідженнях ситуації переходу від військової служби до мирного життя американських військових було виявлено кілька факторів, які впливали на процес переходу, а саме: 1) пріоритетність особистісних потреб, 2) внутрішня включеність у процес пристосування до мирного життя та віддалення від армії, 3) підтримка сім'ї, 4) орієнтація на власне самовизначення та мотивацію, 5) включення терапевтичної допомоги у випадку стресового навантаження (Scaife, 2020).

Досліджуючи наративи ветеранів, науковці виявили два аспекти труднощів, з якими демобілізовані військові зустрічаються після завершення служби. Це аспект практичної готовності до переходу до цивільного статусу та аспект військових цінностей, які зберігаються після демобілізації. Особлива увага приділяється питанням екзистенційної кризи та впливу досвіду на ідентичність особистості (Keeling, 2018). Власна ідентичність демобілізованого військовослужбовця перебуває весь час у процесі перегляду та змінюється в межах виконуваної соціальної ролі, а новоутворена професійна ідентичність сприяє реінтеграції особистості у суспільство (Dunn, 2019). Отже, створення нової професійної ідентичності є надзвичайно важливим елементом «переходу» від війни до миру, з одного статусу в інший і сприяє реінтеграції особистості у суспільство.

Професійне навчання, згідно з дослідженням, може виступати одним із способів «переходу». Залучення до професійної освіти та впевненість студентів-ветеранів у переході від навчання до професійної зайнятості корелює із загальним задоволенням життям (Robertson, & Eschenauer, 2017; Ghosh, Kessler, Heyrman, & Opelt, 2019).

Незважаючи на те, що повернення до мирного життя потребує підтримки з боку держави у медичному, соціальному, правовому, економічному та інших аспектах, особлива увага науковців приділяється дослідженням проблем психологічного та фізичного здоров'я після демобілізації. Погіршення стану здоров'я та обмежені фізичні можливості є об'єктивною причиною зміни професії після демобілізації. Інвалідизація учасника бойових дій створює індивідуальні та інституційні бар'єри для працевлаштування. (Дарієвська, & Марценюк, 2020). До індивідуальних бар'єрів українські дослідники відносять брак мотивації, надмірну опіку сім'ї, психологічну реабілітацію, а до інституційних – такі зовнішні соціальні обставини взаємодії, як співпраця з роботодавцями, Державною службою зайнятості, медико-санітарною експертною комісією.

Посттравматичний стресовий розлад, якому присвячена надзвичайна кількість клінічних досліджень, є актуальною проблемою для ветеранів, які мають наміри повертаються до мирної праці після завершення служби. Згідно з дослідженнями американських науковців,

працевлаштування демобілізованих військових з ПТСР має ґрунтуватися на особливих програмах із працевлаштування з урахуванням потреб та бажань ветеранів, які мають погіршення ментального здоров'я (Cubbage, 2020).

Залучення до цивільної професії після демобілізації являє собою інше соціальне явище, аніж безробіття та повернення на роботу без досвіду війни. Такими особливостями, визначеними в результаті проведення фокус-груп, є теми переходу (military transition), відмінності досвіду ветеранів при працевлаштуванні та актуальності самовизначення ветерана (Keeling, Ozuna, Castro, & Kintzle, 2019). В більш ранньому дослідженні науковці дослідили, що на заваді ефективній професійній реінтеграції стоять різноманітні об'єктивні та суб'єктивні бар'єри. Організаційні та соціальні перепони, такі як обмеженість різних соціальних програм для ветеранів, негативний досвід соціальної реінтегративної підтримки та можлива дискримінація, з одного боку, а з іншого – такі особистісні перепони, як відсутність ініціативи, планування, труднощі у пристосуванні до співпраці з мирним населенням (Keeling, Kintzle, & Castro, 2018).

«Перехід» потребує і практичних знань у питаннях найму та працевлаштування, де взаємодія відбувається між цивільним роботодавцем та ветераном, а додаткове напруження може виникати через обмеженість знань ветерана про цивільний найм, відсутність у цивільного роботодавця чітко визначених процесів прийому на роботу та нерозуміння питань компенсацій і пільг (Dexter, 2020). Запропоновані державою можливості з працевлаштування не завжди задовольняють потреби демобілізованих українських військовослужбовців, які звернулися туди за допомогою (Квіт, & Гриценко, 2019).

Зважаючи на те, що процес переходу від військового до мирного життя є подовженим у часі та може бути обтяженим соціально-економічною та політичною нестабільністю країни, в якій живе ветеран, «перехід» варто розпочинати за кілька місяців до демобілізації, і це має бути організовано на державному рівні (Roy, Ross, & Armour, 2020).

Оскільки повернення до мирної праці є важливим елементом реадаптації учасника бойових дій до мирного суспільства, дослідженням особливостей професійної реінтеграції українських ветеранів має бути приділена особлива увага, що сприятиме поглибленому розумінню психології демобілізованого військовослужбовця з урахуванням контекстів травматичності військового досвіду, а також соціально-економічної та політичної кризи, в якій перебуває держава.

Отже, враховуючи соціальну значущість проблеми та недостатнє її висвітлення в наукових джерелах, нами була визначена **мета дослідження:** емпірично дослідити особливості професійної реінтеграції українських демобілізованих військовослужбовців, які стоять на обліку в Державній службі зайнятості.

Завдання дослідження:

1. Дослідити, як відбувалося первинне професійне самовизначення респондентів.
2. Проаналізувати досвід безробіття у цивільному житті респондентів.
3. З'ясувати особливості реадаптації респондентів після демобілізації.
4. Встановити уявлення респондентів про майбутнє ветерана АТО/ООС.

Методи та організація дослідження. Для дослідження особливостей професійної реінтеграції демобілізованих українських військовослужбовців було проведено чотири фокус-групи, які було зафіксовано на аудіо носії і перекладено у текстовий формат. В процесі аналізу транскриптів було використано відкрите кодування згідно з обґрунтованою теорією (Страусе & Корбин, 2001). В опис результатів дослідження включено цитати, які озвучують думку учасників з того чи іншого питання.

Виходячи з поставлених завдань було підготовлено відкриті запитання, які включали в себе наступні теми: освіта та досвід роботи до участі в АТО/ООС, власний досвід формалізованого безробіття, реабілітація та реадаптація після демобілізації, власна включеність у професійну реінтеграцію, уявлення ветеранів про перспективи майбутнього. На основі фокус-групової дискусії, яка репрезентує групову думку учасників, ми отримали наступні тематичні блоки:

- професійна ідентифікація;
- формалізоване безробіття в особистісному досвіді;
- реадаптація після демобілізації;

- стратегії реадаптації;
- власна відповідальність за професійну реадаптацію;
- життєві перспективи майбутнього.

Зазначимо, що запропоновані для фокус-групи запитання сконструйовані в просторово-часовому вимірі життєвого світу особистості (Титаренко, 2003) і включають три періоди професійного життя ветерана: минуле – до участі в АТО/ООС та військова служба в лавах Збройних сил, теперішнє – час від демобілізації та процес реінтеграції у мирне суспільство, та уявне майбутнє – уявлення учасників фокус-групи про соціальні перспективи учасників війни з відтермінуванням у п'ять років.

Кожна фокус-група розпочиналась із знайомства модератора із учасниками групи, інформування щодо мети дослідження та опису процесу спільної роботи, що дало можливість встановити рапорт і створити спільний дискусійний простір згідно з метою та завданнями дослідження. На початку зустрічі модератором була озвучена і обґрунтована потреба в аудіальному записі групового обговорення, а після групової згоди був увімкнений диктофон.

З метою встановлення довіри у групі кожен учасник, вітаючись, казав кілька слів про себе. Це знайомство було інтегрованим у перший тематичний блок фокус-групового дослідження, який стосується фахової освіти та професійного досвіду.

Відповіді, які були отримані в результаті групової дискусії та представляють групову думку, були згруповані в окремі тематичні блоки та детально описані відповідно до їхніх характерних ознак.

Вибірка. У чотирьох фокус-групах взяли участь 48 демобілізованих учасників АТО/ООС чоловічої статі, які звернулися у Державну службу зайнятості за місцем проживання із запитом щодо соціальної підтримки та працевлаштування. На момент участі у дослідженні всі учасники фокус груп були працездатного віку, безробітними, знаходились у пошуку роботи та стояли на обліку в Державній службі зайнятості. Всього відбулися 4 фокус-групові зустрічі в містах Біла церква (2 зустрічі), Чернігів (1 зустріч), Ніжин (1 зустріч).

У фокус-групах взяли участь ветерани у віці від 21 до 52 років, середній вік учасників склав 33 роки. 44% учасників дослідження мали середню освіту, 28% – середню спеціальну, та 28% ветеранів мали вищу освіту.

Результати дослідження та їх обговорення. Розглянемо узагальнення виділених тематичних блоків.

1. Професійна ідентифікація. Цей тематичний блок зорієнтований на дослідження життєвого шляху особистості в контексті професійного самовизначення, становлення та розвитку, який розпочався після завершення загальноосвітньої школи та продовжувався до періоду демобілізації зі Збройних сил. У процесі роботи фокус-групи ми мали можливість дослідити, як особистість ідентифікує себе в контексті власного професійного самовизначення, та які чинники впливають на цей процес. Тематичний блок «професійна ідентифікація» віддзеркалює період минулого, який розпочався до участі в АТО/ООС, розвивався у власному логічному руслі, був перерваний війною і зафіксований у процесі роботи фокус-групи.

Згідно з результатами дискусії, переважна більшість учасників фокус-груп ідентифікували себе із професійним фахом (81,25%) за ознакою професійної освіти чи практичної діяльності. Кілька учасників (18,75%) не ідентифікували себе з жодною професією чи професійною діяльністю, яку вони виконували до служби в Збройних силах. Усі учасники фокус-групи були працевлаштованими до участі в АТО.

Отже, ми можемо вважати, що професійна ідентифікація сформувалася в учасників фокус-групи за ознакою освіти, отриманої під час професійного навчання або участі у практичній діяльності на основі довоєнного професійного досвіду.

У випадку, коли професійна ідентифікація відбувалася за ознакою освіти, але не підтверджена через практичну діяльність, людина усвідомлює, що така ідентифікація є штучним утворенням (8). Це дає нам підстави припускати, що отриманий, але не активований освітній фах, або вкрай обмежений професійний досвід, згідно з отриманою професією, створює перепони на шляху до професійної ідентифікації (*«Навчався на електромонтажника...але якщо я не працював жодного дня (за спеціальністю), то яка це може бути професія?»*), (*«...який економіст? Я жодного дня не працював!»*).

Зазначимо, що спостерігається і подвійна професійна ідентифікація (7), коли особа одночасно ідентифікує себе з фахом, який вона отримала в межах цивільного навчання, та військовим фахом, у межах якого відбувалося професійне життя протягом останніх років. Таким чином, особа одночасно професійно ідентифікує себе за кількома ознаками.

Окремо виділяються учасники фокус-групи, які є військовими за освітнім фахом (12) та ідентифікують себе як кадрові військові, незважаючи на те, що залишили військову справу, звільнилися з ЗСУ та перебувають у процесі вторинного професійного самовизначення (*«Після академії ..., в 15 році закінчив, сформував бригаду, став заступником голови бригади і поїхали... Зараз, на даний момент, звільнився, за станом здоров'я, полковник»*). Отже, якщо вторинне професійне самовизначення ще не відбулося, і демобілізований кадровий військовий перебуває в пошуку нового покликання, він озвучує свою професійну ідентифікацію за статусом у Збройних силах, освітою та професійним досвідом.

Аналізуючи даний тематичний блок, можемо зробити висновок, що професійна ідентифікація відбувається за ознаками освіти та практичного залучення до трудової діяльності. Професійна деідентифікація притаманна особам, які: 1) не ототожнюють себе з професією, яку отримали під час навчання, та не долучились до практичної професійної діяльності (неправильний вибір професії, зроблений самостійно або спільно з батьками) (*«Я отримав вищу освіти. За професією ніколи не працював... Займався тим чи іншим але не за спеціальністю»*), (відсутність професійної мотивації) (*«Тракторист. Я туди пішов (навчатися) лише заради грошей»*); 2) не отримали професійного фаху після завершення шкільного навчання (*«до війни я вчився в школі до 18 років»*); 3) не ототожнюють себе із довоєнною професією і професійною діяльністю, тому що не можуть виконувати її за станом здоров'я (*«По здоров'ю летать не могу...»*).

Таким чином, у процесі професійної ідентифікації надзвичайно важливу роль відіграє професійна освіта, особливо якщо вона підкріплена професійною мотивацією та досвідом практичної роботи. У випадку коли формальне професійне навчання не відбулося, особа ідентифікує себе з професійною діяльністю, яка не підкріплена формальним навчальним курсом, але виконувалась практично (*«Я мебляр... у мене немає такої професії... тобто я ніде не вчився»*).

2. Формалізоване безробіття в особистісному досвіді. Цей тематичний блок зорієнтований на дослідження епізодів тимчасового безробіття в учасників фокус-групи в періоди професійного розвитку до участі в АТО.

Згідно з дискусією, в учасників фокус-групи відбувались поодинокі випадки звернення до Державної служби зайнятості з метою працевлаштування (4). Ці звернення були ситуативними і мали позитивний ефект для прохача (*«...я звертався (до служби зайнятості), коли хворів. З роботи звільнився»*; *«...вивчився, відкрив свою справу»*), оскільки давали можливість отримати нову роботу, перекваліфікуватися, закінчити професійні курси чи розпочати власну справу.

Отже, сучасна тенденція масового звернення демобілізованих військовослужбовців до місцевих служб зайнятості, на нашу думку, має інше соціальне підґрунтя, аніж в періоди мирного життя. Згідно з результатами даного тематичного блоку, професійне безробіття як особливий спосіб соціального функціонування з метою отримання державної допомоги по безробіттю та уникнення виконання трудової діяльності, у нашій вибірці не відстежується.

3. Реадаптація після демобілізації. Тематичний блок «Реадаптація після демобілізації» зорієнтований на дослідження процесу соціально-психологічної реадаптації учасників фокус-групи в теперішньому часі за умови, що цей процес розпочався після демобілізації зі Збройних сил.

Аналізуючи процеси реадаптації згідно з відповідями респондентів, розділимо їх на три групи відповідно до особливостей, притаманних учасникам зустрічі залежно від їхнього військового та поствійськового досвіду. Отже, ми виділяємо наступні групи: 1-а – «завершена» – реадаптація відбулася, або людина майже не потребує реадаптації, згідно зі зворотним зв'язком учасників; 2-а – «процесійна» – реадаптація перебуває у процесі розгортання; 3-я – «дезадаптивна» – реадаптація не відбулася, наявні дезадаптивні прояви. Кожній з означених груп притаманні ознаки, описані в ієрархічному порядку.

Група 1 – «завершена». У цій групі зафіксовано низький рівень необхідності в реадаптації. Індикатори низького рівня наступні:

- учасник озвучує відсутність потреби в реадаптації, обґрунтовуючи це низьким рівнем інтенсивності військового досвіду (2) (*«Мені не потрібна була ця адаптація... Я не сидів в окопі... не приховую цього»*);
- був фаховим військовим і оцінює себе як такого, який мав готовність до військових подій (1) (*«...до війни на Сході я був кадровим військовим... Тому мені було простіше в цій справі. Я був морально підготовлений»*).

Група 2 – «процесійна». Група має середній рівень необхідності в реадаптації і, відповідно, середню готовність до суспільної реінтеграції.

Індикатори приналежності до цієї групи наступні:

- інтернально налаштований (розмірковує про власне майбутнє, планує його та робить самостійні кроки до мирної праці) (9);
- дбає про дітей та гармонізацію сімейних стосунків (8);
- піклується про відновлення свого фізичного та психологічного здоров'я (7);
- підтримує стосунки із друзями та побратимами (5).

Група 3 – «дезадаптивна». Характеризується високим рівнем необхідності в реадаптації.

Індикатори приналежності до групи наступні:

- учасник вербалізує агресію до соціуму та влади високого (12) та середнього (5) рівня інтенсивності. Ми розрізняємо рівні агресії за інтенсивністю емоційного включення учасника в обговорення та вербалізацією потенційного насильства чи шкоди. (*«Ось іноді так хотілося б, щоб по проспекту Перемоги Києва касета градів лягла...нехай ніхто не загине, але тільки щоб вони відчували, що таке перевертання машин, що таке...не знаю...розрив внутрішніх органів від цього гулу...»*);
- екстернально налаштований (14) (*«Там скрізь дивляться на досвід...Якщо там хтось подзвонить, тоді ще можуть взяти (на роботу)...»*);
- має погіршення фізичного та психологічного здоров'я, які не дозволяють повернутися на старе місце роботи (10) (*«Ось мені адаптуватися важко. Я вже рік як повернувся, мені дали групу, на роботу стару я повернутися не можу, а ті роботи неофіційні, я їх просто не витягну. Якщо пропонують, то зарплати дуже малі, охоронцем, наприклад, 5 тис. гривень, і що?»*);
- приймає рішення повернутися до Збройних сил за контрактом (7);
- має інтенсивний військовий досвід (6);
- ідентифікує себе як ветерана, який не реадаптувався (6);
- менше 1 року пройшло з часу демобілізації (5);
- оцінює себе як моральну особу, що має загострені почуття справедливості, сорому (4) (*«...я завжди плачу за проїзд, мені соромно показувати посвідчення УБД»*);
- має залежність (алкогольну) (3) (*«Хтось справляється, хтось пиячить. У мене в селі 4 учасники АТО. Троє з них пиячать безпробудно»*);
- має сімейну дезінтеграцію (3) (*«З сім'єю все погано. Я все сказав»*);
- знецінює психологічну допомогу (2) (*«...психологи – це до одного місця. Ці папери писати... це просто дратує. Що мені психолог розкаже? Він мені розкаже те, що я вже знаю»*).

Отже, ми виділяємо три рівні необхідності в реадаптації. Найнижчий рівень притаманний учасникам, які не мали інтенсивного військового досвіду та/або були фаховими військовими, підготовленими до участі у військових подіях.

До середнього рівня відносимо осіб, які створюють та підтримують обставини для власного психологічного та фізичного відновлення, суспільної реінтеграції, яким притаманні конструктивні елементи самопомогі та саморозвитку.

До високого рівня відносимо осіб, які мали інтенсивний за своєю травматичністю військовий досвід, нещодавно демобілізувалися, мають погіршення фізичного та психологічного здоров'я, наміри за власним рішенням повернутися до служби у Збройних силах за контрактом та труднощі в сімейній реінтеграції.

4. Стратегії реадаптації. Цей тематичний блок зорієнтований на дослідження індивідуальних стратегій реадаптації учасників дослідження до мирного життя. Ми вважаємо,

що взаємодія або діяльність є конструктивними, якщо вони, згідно з груповою думкою, об'єктивно допомагають у процесі реадaptaції до мирного соціуму. Допоміжними реадaptивними стратегіями, на думку учасників, є: 1) підтримка з боку сім'ї; 2) професійна реінтеграція; 3) ресурсна комунікація; 4) індивідуальні способи відновлення; 5) соматичне оздоровлення.

Розглянемо детальніше кожну стратегію.

Підтримка з боку сім'ї є найбільш поширеною і дієвою стратегією відновлення ветерана після участі у війні. Гармонійні сімейні стосунки, за словами учасників, є головним ресурсом допомоги і реадaptaції. Підтримку з боку рідних та близьких більше половини учасників вважають основною силою, яка допомагає ветеранові у поверненні до мирного життя (26). Саме сім'я ветерана спонукає його до працевлаштування, налаштовує його на цілковите «повернення» з війни. Забезпечення потреб сім'ї, і зокрема дітей, набуває великого значення в світосприйманні ветерана, стимулюючи його до реадaptaції та працевлаштування.

Професійна реінтеграція та залучення до професійної діяльності з гідною винагородою – це, на думку майже половини учасників фокус-груп (19), є надзвичайно вагомою стратегією для реадaptaції, оскільки повернення на робоче місце та фінансовий добробут сім'ї забезпечує спокій ветерана і сприяє психологічній реадaptaції. Занепокоєння стосовно фінансового добробуту сім'ї, яка є основним ресурсом підтримки та відновлення ветерана, є чинником його психологічного дисбалансу і заважає реадaptaції до мирного соціуму (*«Розумієте, мене весь час хвилює, як забезпечити родину»*). Відсутність гідної роботи та оплати – це шлях повернення на війну (*«Саме це змушує нас повертатися на службу і служити на першій чи другій лінії. Це більше влаштовує, ніж бути тут»*). Бажання повернутися назад на службу в ЗСУ учасники групи розцінюють як маркер того, що реадaptaція не відбулася.

Наступна стратегія – ресурсна комунікація. Спілкування та спільна діяльність із друзями, побратимами та волонтерами (8) згадується як значна допомога у пристосуванні до мирного життя. Можливість взаємодіяти створює сприятливі умови для довірчих стосунків та допомоги один одному у разі потреби.

Індивідуальні способи відновлення. Проведення вільного часу у спокійному дозвіллі визначається ветеранами на кожній фокус-групі (8) (*«...сам ходжу, без нікого. Іду в музей, мене тягне туди. Тихенько подивитися на це... Довженка цей театр... або як у нас в парку, гойдалки, дітки бігають. Сів собі, музику тихенько собі в вуха, і оце цілий день буду сидіть...»*). Свідома саморегуляція власних реакцій (5) та заняття спортом та навчання (4) називаються також стратегіями, які допомагають реінтеграційним процесам особистості ветерана.

Соматичне оздоровлення. Покращення соматичного здоров'я (5) як стратегія самодопомоги також зустрічається на фокус-групах, хоча звучали і нарікання на якість обслуговування у лікарнях.

Заважають реадaptaційним процесам, згідно з думкою учасників фокус-груп, прояви неповаги представників державних бюрократичних органів до ветеранів-прохачів (12), що проявляється в медичній сфері та в галузі соціального забезпечення (*«Ти чого сюди прийшов? Вас, знаєш, скільки таких?»*; *«... і якщо ви будете оббивати пороги, то ми вас взагалі позбавимо всього цього»*). Соціальна забезпеченість сприймається ветеранами як профанація у питаннях зменшення оплати світла та газу, проїзду в громадському транспорті. Соціальний захист, визначений державою, на думку ветеранів, не виконується підприємствами, які надають послуги (*«...державна понаписувала такі закони, але вони не підконтрольні»*).

Окремої уваги заслуговує опозиція ветеранів водіям маршрутного транспорту (10), в основі якої лежить державне зобов'язання щодо безкоштовного проїзду ветеранів АТО/ООС. Неповага, яку зустрічають ветерани, викликає обурення (*«Тут атовців більше, ніж на Донбасі»*), а прояви знецінення від цивільних громадян розчаровують в ідеях, які раніше мотивували (*«О, ображені атовці йдуть»*).

Отже, зміна ставлення держави до ветеранів у питанні соціальної політики, охорони здоров'я та покращення суспільної думки, на думку учасників фокус-груп, є тими стратегіями, що сприятимуть реадaptaції до мирного життя.

5. Власна відповідальність за професійну реадaptaцію. Цей тематичний блок зорієнтований на дослідження внеску учасника групи у процес професійного відновлення. Цей блок не викликав жвавої дискусії в жодній з груп. Звучала екстернальна позиція, коли за

професійну реадaptaцію відповідає держава через посередництво Державної служби зайнятості та нарікання на відсутність вакансій, низьку заробітну плату (*«Я можу ось що сказати: роботи у нас в місті багато, але вона погано оплачується. Якщо прожитковий мінімум на одну дитину становить 1500 грн., а у мене двоє дітей, зарплата у місті 4100, комунальні послуги, за світло, за газ вийде півтори тисячі. А що їсти? За що жити?»*).

Поодинокі відповіді, які не викликали відгуку у групах, стосувались звернень до знайомих щодо можливості працевлаштування (2) (*«Обдзвонюємо всіх знайомих товаришів»*); звернень до місцевих центрів зайнятості (3); написання резюме (1); самостійний пошук роботи в інтернеті (1).

У висловлюваннях ветеранів фіксуються наступні погляди:

- нерозуміння, яким чином можна змінити свою професійну ситуацію (*«Я просто не розумію, що я зараз маю зробити необхідне»*);

- зневіра, що можна знайти роботу без досвіду та «зв'язків», оскільки роботодавці не зацікавлені навчати працівника (*«Там скрізь дивляться на досвід, хто ти, де ти... Якщо там хтось подзвонить за тебе, тоді ще можуть взяти...»*);

- знецінення ідеї можливості самостійного працевлаштування (*«Ну хто з тобою укладе договір?»*);

- зневіра у можливості працевлаштування після професійної перекваліфікації (*«Можна перенавчатися, на тракториста... мені треба їхати... біржа нас безплатно перенавчає... і я прийду до начальника тракторної, я такий-то і такий-то, мені потрібно з вами договір укласти (скептично)...»*);

- відсутність мотивації самостійно фінансувати власну перекваліфікацію (*«Там скажуть за диплом дай, за інше – дай. А мені сім'ї що сказати, ну почекайте, тато приїде спеціалістом і заробить ще?»*).

Отже, згідно з результатами даного тематичного блоку, більшості учасників фокус-груп притаманна екстернальна позиція, відповідно до якої відповідальність за те, що відбувається у власному житті, перекладається на зовнішні обставини та інших.

6. Життєві перспективи майбутнього. Цей тематичний блок зорієнтований на дослідження життєвих перспектив та уявлень учасників фокус-групи щодо соціальних очікувань у майбутньому. Ця тема викликала жваве обговорення. Сценарії розвитку, які проектувались учасниками, мали схожий характер у всіх групах. Детальніше розглянемо кожен сценарій:

- «афгансько-чорнобильський», згідно з яким, учасники групи (9) прирівнюють досвід ветеранів-афганців, «чорнобильців» та учасників АТО/ООС, оцінюючи його як негативний та знецінений (*«Тут не потрібно нічого уявляти та планувати. Подивіться на них (учасників війни в Афганістані), в якій державі вони служили, і ким вони стали»*; *«...якщо скажуть, що атошники ніхто, то не буде цього братства»*). Соціальна незахищеність чорнобильців та військовослужбовців проектується на груповий образ ветерана АТО через 5 років та підтримуються груповою думкою, за якою «прогнозується» анулювання пільг, алкоголізація та рання смерть (*«Ось я знаю афганців 12 чоловік, 9 уже немає в живих, хто через наркотики, хто спився...»*);

- «повернення до військової служби» – передбачає повернення у лави військовослужбовців в результаті професійної дезадаптації (7) (*«Сама держава штовхає нас, щоб ми поверталися назад (на війну). Не в тому річ, що ми хочемо цього»*). Повернення до військової служби озвучується як: а) єдиний спосіб фінансово гідного заробітку; б) невдала реадaptaція; в) інтегрований та вмотивований вид діяльності;

- «юридичні санкції», згідно з цим сценарієм, учасники фокус-груп (5) висловлювали думку щодо притягнення до кримінальної відповідальності учасників бойових дій у результаті можливих політичних змін (*«Так я і кажу, що, може, нас ще через 5 років посадять»*, *«Через 5 років нас можуть оголосити поза законом та зробити з нас військових злочинців»*) та використання демобілізованих ветеранів у розбудові Донбасу (*«Дадуть лопати – і на Донбас, щоб ми усе це діло... (залагодили)»*; *«Це ще років 10, якщо всіх нас туди відправлять»*);

- «виступи проти влади», згідно з цим сценарієм, незадоволення діями влади може спровокувати учасників бойових подій на заворушення (4) (*«Нашого брата «переклинить», схрони повідкопуємо... тоді, може, щось оптимістичніше буде (саркастично)»*).

Загалом визначається високий рівень невизначеності майбутнього, неможливість планувати навіть на місяць (*«5 років – це великий строк, і сказати, що буде в нашій країні через 5 років, невідомо ні для учасників війни, ні для цивільних...»*), зневіра в потенційних можливостях успіху, коли успіх оцінюється як випадковість, а невдача – як закономірність.

Отже, групове обговорення перспектив соціального функціонування ветеранів свідчить про деструктивні очікування учасників дослідження: соціальне знецінення, алкоголізацію, вимушене повернення на військову службу за контрактом як результат дезадаптації. Окрім того, учасники фокус-груп висловлюють недовіру до влади, яка транслюється з опорою на історичний досвід країни, власну участь у бойових діях та низький рівень задоволення особистісних потреб у процесі реадaptaції до мирного соціуму.

Висновки. Згідно з результатами проведеного фокус-групового дослідження, підґрунтям професійної дезадаптації українських ветеранів є невіддале первинне професійне самовизначення, погіршення фізичного і/або психологічного здоров'я та екстернальна позиція учасників дослідження.

Безробіття демобілізованих військовослужбовців створює бар'єри не лише для професійної, а й для загальної соціально-психологічної реадaptaції. Невпевненість у сьогоднішньому дні формує деструктивні сценарії майбутнього, які, насамперед, відображають соціальну дезорієнтацію ветерана у просторі сьогодення.

Спираючись на проведене дослідження, ми вважаємо, що підготовка до «переходу» має розпочинатися ще в період військової служби у Збройних силах України і має бути організованою на державному рівні, сприяючи співпраці ветерана з Державною службою зайнятості та іншими соціальними інститутами, покликаними надавати необхідну підтримку демобілізованим військовим.

Велика увага має приділятися додемобілізаційній психологічній підготовці військовослужбовців, що сприятиме успішності переходу до мирного життя та зробить цей процес більш екологічним та конструктивним для особистості.

Зважаючи на те, що психологічна допомога може знецінюватися ветераном, варто приділяти увагу його близькому оточенню та формувати взаємодію психологічних служб з його сім'єю.

Процесу професійної реінтеграції можуть сприяти соціально-психологічні програми реабілітації демобілізованих військових, завдяки яким ветеран зможе знайти власні стратегії самовідновлення та самотворення. Такі програми можуть мати фасилітативний характер і бути орієнтованими на пошук шляхів психологічного та фізичного відновлення, активізацію мотивації до реінтеграції, цілеутворення та переосмислення негативного досвіду минулого.

Перспективи подальших досліджень. Щоб поглибити розуміння процесу реінтеграції у мирну працю та оптимізувати процес вторинного професійного самовизначення ветеранів, ми вважаємо за необхідне провести серію глибоких інтерв'ю з демобілізованими військовослужбовцями, які після завершення військової служби опанували нову професію і професійно займаються нею. Таке дослідження зможе врівноважити погляди на процес професійної реінтеграції, враховуючи думки як успішно професійно реінтегрованих, так і професійно дезадаптованих ветеранів війни.

Подяка. Висловлюємо глибоку подяку керівництву та співробітникам Київського обласного центру зайнятості – *Дармостуку Д.Г. та Квітці С.М.*, Білоцерківському міськрайонному центру зайнятості – *Хоменко В.М.*, Чернігівському обласному центру зайнятості – *Кривопалі М.М.* за сприяння у проведенні фокус-групового дослідження.

Література

1. Дарієвська, С., & Марценюк, Т. (2020). Досвід працевлаштування людей з інвалідністю в Україні (на прикладі ветеранів Антитерористичної операції). *Наукові записки НаУКМА. Соціологія*, 3, 37–48. <https://doi.org/10.18523/2617-9067.2020.3.37-48>
2. Квіт, А., & Гриценко, Г. (2019). *«Невидимий батальйон 2.0»: Повернення ветеранів до мирного життя*. Взято з <https://cutt.ly/0hA9OU5>
3. Страусе, А., & Корбин Дж. (2001). *Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники*. Москва: Эдиториал УРСС.
4. Титаренко, Т. М. (2003). *Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності*. Київ: Либідь.

5. Титаренко, Т. М. (2016). Личностное здоровье в условиях травматизации: поиск путей восстановления. *Теория и практика психотерапии*, 3 (5), 7–13. Взято з <https://cutt.ly/3hApUF4>
6. Титаренко, Т. М. (2017). Стратегії сприяння посттравматичному зростанню особистості. *Психологічні науки: проблеми і здобутки*, 1 (10), 217–232. Взято з <http://lib.iitta.gov.ua/709888/>
7. Титаренко, Т. М. (2018). Соціально-психологічна реабілітація особистості: етапи, технології, техніки. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 4, 157–167. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp_2018_41_14.
8. Титаренко, Т. М. (2020). Соціально-психологічний супровід посттравматичних особистісних трансформацій. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 45 (48), 59–68. Взято з: <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/721651>
9. Ainspan, N. D., Penk, W., & Kearney, L. K. (2018). Psychosocial approaches to improving the military-to-civilian transition process. *Psychological Services*, 15(2), 129–134. <http://dx.doi.org/10.1037/ser0000259>
10. Cubbage, R. D. (2020). Lived Experience of Veterans with Service-Linked PTSD Utilizing Non-Clinical Employment Programs. *Walden Dissertations and Doctoral Studies*, 8450. <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/8450>
11. Dexter, J.C. (2020). Human resources challenges of military to civilian employment transitions. *Career Development International*, 25, 5, 481–500. <https://doi.org/10.1108/CDI-02-2019-0032>
12. Dunn, R. J. (2019). Military veteran transition into employment and civilian engagement: a walking with the wounded evaluation. <https://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.797782>
13. Elnitsky, C. A., Blevins, C. L., Fisher, M. P., & Magruder, K. (2017). Military service member and veteran reintegration: A critical review and adapted ecological model. *American Journal of Orthopsychiatry*, 87(2), 114–128. <https://doi.org/10.1037/ort0000244>
14. Ghosh, A., Kessler, M., Heyrman, K., Opelt, B., Carbonelli, M., & Fouad, N. A. (2019). Student Veteran Career Transition Readiness, Career Adaptability, and Academic and Life Satisfaction. *The Career Development Quarterly*, 67(4), 365–371. doi:10.1002/cdq.12205
15. Keeling, M. (2018). Stories of transition: US Veterans' narratives of transition to civilian life and the important role of identity. *Journal of Military Veteran and Family Health*, 4, 2. <https://doi.org/10.3138/jmvfh.2017-0009>
16. Keeling, M., Kintzle, S., & Castro, C. A. (2018). Exploring U.S. Veterans' post-service employment experiences. *Military Psychology*, 30(1), 63–69. doi:10.1080/08995605.2017.1420976
17. Keeling, M. E., Ozuna, S. M., Kintzle, S., & Castro, C. A. (2018). Veterans' Civilian Employment Experiences: Lessons learnt from focus groups. *Journal of Career Development*, 46(6), 692–705. <https://doi.org/10.1177/0894845318776785>
18. Keeling, M., Ozuna, S., & Milsap, C. (2018). Employment after the military. *American Life in the 21st Century: Social, Cultural, and Economic Issues and Trends*. ABC Clio.
19. Robertson, H.C., & Eschenauer, R.K. (2020). Student Veteran Perceptions of College-To-Career Transition. *College Student Affairs Journal*, 38(1), 52–64. doi:10.1353/csaj.2020.0003.
20. Roy, D., Ross, J., & Armour, C. (2020). Making the transition: How finding a good job is a risky business for military Veterans in Northern Ireland. *Military Psychology*, 32(5), 428–441. doi:10.1080/08995605.2020.1785805
21. Jayatunge, R. M. (2013) Psychosocial rehabilitation of the war affected. *Sri Lankan combat veterans*. <https://cutt.ly/jhAa0Wh>
22. Scaife, S. (2020). Service to American Heroes: exploring the experiences of veterans suffering from PTSD transitioning from military service to civilian careers. *Dissertations*, 349 https://digitalcommons.brandman.edu/edd_dissertations/349.

References

1. Dariievskaya, S., & Martseniuk, T. (2020). Dosvid pratsyevlashtuvannya liudei z invalidnistiu v Ukraini (na prykladi veteraniv Antyterorystychnoi operatsii) [Experience of employment of people with disabilities in Ukraine (an example of the Anti-Terrorist Operation veterans)]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Sotsiologiya*, 3, 37–48. <https://doi.org/10.18523/2617-9067.2020.3.37-48> [in Ukrainian].
2. Kvit, A., & Hrytsenko, H. (2019). «Nevydymy batalion 2.0»: Povnennia veteraniv do myrnoho zhyttia ["Invisible Battalion 2.0": The return of veterans to a peaceful life]. <https://cutt.ly/0hA9OU> [in Ukrainian].
3. Strause, A., & Korbin, Dzh. (2001). *Osnovy kachestvennogo issledovaniya: obosnovannaya teoriya, procedury i tekhniki* [Fundamentals of qualitative research: sound theory, procedures and techniques]. Moskva: Jeditorial URSS [in Russian].
4. Tytarenko, T. M. (2003). *Zhyttievyi svit osobystosti: u mezhakh i za mezhamy budennosti* [The individual's world: within and outside of everyday life]. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].
5. Titarenko, T. M. (2016). Lichnostnoe zdorovye v usloviyah travmatizatsii: poisk putej vosstanovleniya [Personal health in the conditions of trauma: search of ways for recovery]. *Teoriya i praktika psihoterapii*, 3 (5), 7–13. <https://cutt.ly/3hApUF4> [in Russian].
6. Tytarenko, T. M. (2017). Stratehii spriannia posttravmatychnomu zrostanniu osobystosti [Strategies to promote post-traumatic growth of personality]. *Psykholohichni nauky: problemy i zdobutky*, 1 (10), 217–232. <http://lib.iitta.gov.ua/709888/> [in Ukrainian].
7. Tytarenko, T. M. (2018). Sotsialno-psykholohichna rehabilitatsiia osobystosti: etapy, tekhnolohii, tekhniki [Socio-psychological rehabilitation of personality: stages, technologies, techniques]. *Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykholohii*, 4, 157–167. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp_2018_41_14 [in Ukrainian].

8. Tytarenko, T. M. (2020). Sotsialno-psykholohichniy suprovid postravmatychnykh osobystisnykh transformatsii [Socio-psychological support for post-traumatic transformations of personality]. *Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykholohii*, 45 (48), 59–68. <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/721651> [in Ukrainian].
9. Ainspan, N. D., Penk, W., & Kearney, L. K. (2018). Psychosocial approaches to improving the military-to-civilian transition process. *Psychological Services*, 15(2), 129–134. <http://dx.doi.org/10.1037/ser0000259>
10. Cubbage, R. D. (2020). Lived Experience of Veterans with Service-Linked PTSD Utilizing Non-Clinical Employment Programs. *Walden Dissertations and Doctoral Studies*, 8450. <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/8450>
11. Dexter, J.C. (2020). Human resources challenges of military to civilian employment transitions. *Career Development International*, 25, 5, 481–500. <https://doi.org/10.1108/CDI-02-2019-0032>
12. Dunn, R. J. (2019). Military veteran transition into employment and civilian engagement: a walking with the wounded evaluation. <https://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.797782>
13. Elnitsky, C. A., Blevins, C. L., Fisher, M. P., & Magruder, K. (2017). Military service member and veteran reintegration: A critical review and adapted ecological model. *American Journal of Orthopsychiatry*, 87(2), 114–128. <https://doi.org/10.1037/ort0000244>
14. Ghosh, A., Kessler, M., Heyrman, K., Opelt, B., Carbonelli, M., & Fouad, N. A. (2019). Student Veteran Career Transition Readiness, Career Adaptability, and Academic and Life Satisfaction. *The Career Development Quarterly*, 67(4), 365–371. doi:10.1002/cdq.12205
15. Keeling, M. (2018). Stories of transition: US Veterans' narratives of transition to civilian life and the important role of identity. *Journal of Military Veteran and Family Health*, 4, 2. <https://doi.org/10.3138/jmvfh.2017-0009>
16. Keeling, M., Kintzle, S., & Castro, C. A. (2018). Exploring U.S. Veterans' post-service employment experiences. *Military Psychology*, 30(1), 63–69. doi:10.1080/08995605.2017.1420976
17. Keeling, M. E., Ozuna, S. M., Kintzle, S., & Castro, C. A. (2018). Veterans' Civilian Employment Experiences: Lessons learnt from focus groups. *Journal of Career Development*, 46(6), 692–705. <https://doi.org/10.1177/0894845318776785>
18. Keeling, M., Ozuna, S., & Milsap, C. (2018). Employment after the military. *American Life in the 21st Century: Social, Cultural, and Economic Issues and Trends*. ABC Clio.
19. Robertson, H.C., & Eschenauer, R.K. (2020). Student Veteran Perceptions of College-To-Career Transition. *College Student Affairs Journal*, 38(1), 52–64. doi:10.1353/csaj.2020.0003.
20. Roy, D., Ross, J., & Armour, C. (2020). Making the transition: How finding a good job is a risky business for military Veterans in Northern Ireland. *Military Psychology*, 32(5), 428–441. doi:10.1080/08995605.2020.1785805
21. Jayatunge, R. M. (2013) Psychosocial rehabilitation of the war affected. *Sri Lankan combat veterans*. <https://cutt.ly/jhAa0W>
22. Scaife, S. (2020). Service to American Heroes: exploring the experiences of veterans suffering from PTSD transitioning from military service to civilian careers. *Dissertations*, 349 https://digitalcommons.brandman.edu/edd_dissertations/349

Kateryna Horishnia. Social and psychological readaptation of Ukrainian ex-combatants: return to a civilian profession.

Introduction. Transition to civilian life and profession is a pressing demand faced by many Ukrainian ex-combatants. The issue of ex-combatants vocational reintegration is poorly researched and covered.

Aim: to explore the features of Ukrainian ex-combatants professional reintegration.

Methods: focus groups with further analysis according to ground theory and inductive analysis.

Results. Professional reintegration of the Ukrainian ex-combatants who are on the State Employment Service waiting list is characterized by their poor initial professional self-determination, poor physical and/or mental health and external position.

Conclusions. The results of the study show that ex-combatants return to a civilian profession is an important part of their social and psychological re-adaptation. The process can be facilitated by special programs to train ex-combatants in finding ways of psychological recovery, motivation, goal-setting and redesigning their negative experiences of the past.

Key-words: reintegration, readaptation, veterans, ex-combatants, civilian profession, maladaptation.

Відомості про автора

Горішня Катерина Іванівна, аспірант, Інститут соціальної і політичної психології НАПН України, м. Київ, Україна.

Horishnia, Kateryna, PhD Student, Institute of Social and Political Psychology of National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: kgkateryna2019@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4854-8126>

Отримано 2 листопада 2020 р.
Рецензовано 19 листопада 2020 р.
Прийнято 20 листопада 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.4>

УДК 159.9.072.592

Довгань Наталія

МЕТОДИ І ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПОКОЛІНЬ

Довгань Наталія. Методи і організація емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь.

Вступ. У статті обґрунтовано вибір джерел даних і стратегія організації вивчення особливостей процесу соціокультурної взаємодії поколінь.

Мета дослідження. Представити комплекс методів емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь.

Методи. Для проведення дослідження використовувався комплекс якісно-кількісних методів.

Результати дослідження. Побудовано поетапну стратегію дослідження соціокультурної взаємодії поколінь, що відповідає системі валідності J. A. Maxwell, забезпечує конструювання об'єктивної поколінної реальності.

Висновки. Представлено організацію і методичну базу емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь, щодо означених аспектів / напрямків, завдань/питань.

Ключові слова: організація дослідження, соціокультурна взаємодія поколінь, дослідницька стратегія, якісні, кількісні методи.

Довгань Наталия. Методы и организация эмпирического исследования социокультурного взаимодействия поколений.

Введение. В статье обоснован выбор источников данных и стратегия организации изучения особенностей процесса социокультурного взаимодействия поколений.

Цель исследования. Представить организацию эмпирического исследования социокультурного взаимодействия поколений.

Методы. Для проведения исследования использовался комплекс качественно-количественных методов.

Результаты исследования. Построена поэтапная стратегия исследования социокультурного взаимодействия поколений, соответствующая системе валидности J. A. Maxwell и обеспечивающая конструирование объективной поколенной реальности.

Выводы. Представлены организация и методическая база эмпирического исследования социокультурного взаимодействия поколений относительно заявленных аспектов / направлений, задач / вопросов.

Ключевые слова: организация исследования, социокультурное взаимодействие поколений, исследовательская стратегия, качественные, количественные методы.

Вступ. Для обґрунтування методів і організації емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь основним питанням, сформульованим під час конструювання системи методичного забезпечення, став пошук аналітичного інструментарію, ефективного в означенні характеристик процесу взаємодій, що відповідає використаній у роботі системі валідності J. A. Maxwell (2012; 1992). Опрацьовані описова, інтерпретативна, теоретична категорії та процедури контролю загроз валідностей дозволили розгорнути змішану стратегію якісно-кількісного дослідження, спрямовану на отримання достовірних даних щодо ґносеологічних та практичних особливостей соціокультурної взаємодії поколінь.

Вибір джерел даних і стратегія організації дослідження обґрунтовувались формами наукового пізнання поколінності, не обмеженими, з одного боку, часовими характеристиками (тривалості історичного і біологічного життя акторів, терміну домінування), поколінними ритмами, впливами соціокультурних факторів, циклічністю, лінійністю, спіральністю розвитку історії (Dromel, 2019; Mannheim, 1993; Jaeger, 1985 та ін.); з іншого боку, рамками природної послідовності та передбаченої відстані між поколіннями, що сягає близько тридцяти років (Lorenz (Marías, 2014), Pinder (1961), Ortega y Gasset, (1933), Marías (2014) та ін.). Утворений

комплекс методів емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь відповідав спрямованості до конструювання об'єктивної поколінної реальності поза межами індивідуальних інтерпретацій. При цьому допоміжні стратегії *тріангуляції даних* (свідчень, зібраних із різних джерел) і *методологічна тріангуляція* (використання різних методів збору інформації) були використані як такі, що сприяють вибудовуванню комплексного бачення феномену соціокультурної взаємодії і досягненню валідності результатів дослідження (Guba, & Lincoln, 1994; Denzin, & Lincoln, (2011); Flick (2007); Хорошилов (2012).

Мета дослідження. Представити комплекс методів і організацію емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь.

Завдання дослідження:

1. Представити аналітичний інструментарій дослідження соціокультурної взаємодії поколінь;
2. Здійснити поетапний опис стратегії організації емпіричного дослідження;
3. Представити методичну базу емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь.

Методи та організація дослідження. Реалізація утвореної дослідницької стратегії емпіричного дослідження здійснювалась за інформаційно-смісловим, діагностичним, інтегративним етапами (див. *табл. 1*). А саме, за напрацюваннями *інформаційно-сміслового етапу* дослідження (конструювання концепції) у наскрізній діагностичній програмі *другого етапу* було розгорнуто комплексний аналіз процесу соціокультурної взаємодії поколінь за допомогою змішаних методів, який здійснювався відповідно до сформульованих теоретичних поглядів, артикульованих критеріїв оцінки якості і процедур контролю загроз валідностей (Maxwell, 1992). Опис та логічна систематизація отриманих даних, за результатами порівняльного аналізу, виокремлення гносеологічних особливостей взаємодій сприяли розумінню текст/контекстуальних проявів поколінної реальності і побудуванню теорії (Henwood, 1996).

Артикульовані висновки *завершального етапу* пройшли процедуру диференціації на такі, що можуть вважатись узагальнюючими, та за допомогою процедури інтеграції, теоретично опрацьовані дані змішаних методів дослідження стали основою аргументації взаємозв'язків соціально-історичного контексту і текстів поколінь (продуктів акторів, що не обмежуються формами мовлення, але представляють утворений феномен соціокультурної реальності) та обґрунтування змін характеру взаємодій відповідно до перебігу часу. Загалом у запропонованій організації дослідження були враховані питання формування теоретичного підґрунтя, збору, обробки даних та структурування складного процесу взаємодії поколінь, який не має концептуальних рамок і стандартизованої системи аналізу.

Вибірка дослідження. Другий етап комплексного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь було побудовано з декількох блоків. Для реалізації кількісних методів було сформовано *емпіричну вибірку*, яку склали 97 опитаних респондентів від 16 до 70 років різного соціального становища й освітніх рівнів, представників єдиного соціокультурного історичного ареалу.

Для якісного блоку дослідження була сформована еквівалентна група за допомогою методу вирівнювання (Гудвін, 2004): об'єднання досліджуваних за принципом відповідності до (1) критерію вікових психологічних характеристик; (2) критерію соціально-історичних подій. *Теоретична вибірка* (обов'язкова складова якісного дослідження) використовувалась як параметр забезпечення валідності у виокремленні релевантних даних та відповідності поставленим завданням (Charmaz, 2006; Страусе, & Корбин, 2001).

Кількісний показник теоретичної вибірки опосередковувався інформаційними повторами у відповідях. Загалом було вивчено 170 інтерв'ю респондентів від 16 до 70 років загальним обсягом близько 1190 сторінок.

Таблиця 1

Методична база емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь

№	Етапи дослідження	Аспекти / напрямки	Завдання / питання дослідження	Методи дослідження
1	Інформаційно-аналітичний	Концептуальні інформаційно-сміслові засади дослідження	– Аналіз теоретичних підходів дослідження міжпоколінного простору; – Систематизація критеріїв аналізу поколінь і параметрів поколінної єдності; – Розробка системи соціально-психологічного простору поколінь; – Теоретичний аналіз динамічних підпросторів системи	Теоретичний аналіз міжпоколінного простору
2	Діагностичний	Інституційний, позиційний, культурний аспекти	1. Визначення характеристик вибірки відповідно соціокультурного історичного ареалу 1. Показники межі поширення об'єкта дослідження; 2. Вік респондентів на час дослідження; 3. Рік народження респондентів; 4. Рік, коли виповнилось респондентам 18 років; 5. Період в історії держави, який вплинув на формування світобачення респондентів; 6. Самоідентифікація респондентів за поколінною мережею; 7. Самовизначення поколінної ролі у відносинах респондентів 2. Визначення особливостей соціально-психологічних відмінностей (габітус поколінь) 8. Визначення рис, характерних для поколінь сучасників; 9. Визначення рис, характерних для респондентів як представників покоління; 10. Визначення уявних відмінностей образів поколінь 3. Визначення особливостей соціального позиціонування (ентелехій поколінь) 11. Визначення життєвих настановлень, уявлень, цінностей, характерних для поколінь сучасників 4. Визначення проблемних питань комунікативного простору поколінь 12. Визначення причин ускладнень взаєморозуміння між поколіннями; 13. Визначення засобів покращення взаєморозуміння між поколіннями	Опитування, контент-аналіз, кластерний аналіз

Продовження таблиці 1

№	Етапи	Аспекти / напрямки	Завдання / питання дослідження	Методи дослідження
2	Діагностичний	Інституційний, позиційний, культурний аспекти	5. Дослідження феноменології поколінної єдності Перший тематичний блок інтерв'ю «<i>публічні ознаки</i>»: • особливості у взаємодії з оточуючими представників покоління; • ознаки одягу, за якими можна впізнати людину «свого» покоління; • особливості харчування; • превалюючі відчуття у сучасному світі (наприклад, вільні, затиснуті, нечутливі, стримані, відкриті, захищені, справжні, контрольовані, депресивні, оптимістичні, травмовані, неемоційні, мають емоційні «табу», залежні від інших, екологічні, добайливі тощо); • головні особливості трудової діяльності, без чого працювати неможливо; • символіка свого покоління (речі, образи, ідеї, об'єкти, предмети, події тощо); • стійкі життєві звички, сформовані поколінням, які перетворюються на традиції та правила поведінки в соціумі; • міфологічні, казкові версії, утворені поколінням, для пояснення складних речей або явищ. Другий тематичний блок інтерв'ю «<i>соціально-психологічні особливості вибудовування поколінних практик</i>»: • місія покоління в сучасному світі; • герої покоління; • зразкова соціальна поведінка і тенденції змін у правилах соціального поводження; • світогляд «свого» покоління; • головні цілі, цінності, уявлення, настановлення покоління, що регулюють поведінку; • дії респондентів, до яких готові в особистісному і суспільному ракурсі; • правила поведінки у суспільних міжособистісних відносинах, що утворює покоління. Третій тематичний блок «<i>соціокультурні параметри поколінної єдності</i>»: • смисл особистого життя і життя безлічі поколінь, що жили на території України; • соціальні події пережитого респондентами історичного етапу державотворення, які вплинули на формування світогляду покоління; • історичні періоди далекого минулого, що вплинули на формування світогляду сучасних українців; • особливості спілкування сучасників і представників окремих поколінь; • кому довіряє і вірить покоління; • соціокультурні основи поколінь; • функціонування / руйнування територіальних обмежень, які опосередковують ареал життєдіяльності поколінь	Метод матриць (за М. В. Miles & A. М. Huberman)

Продовження таблиці 1

№	Етапи	Аспекти / напрямки	Завдання / питання дослідження	Методи дослідження
			Перелік загальних тем / проблем: • огляду, аналізу (оцінки та реакції) значущих подій (соціальних і особистісних), що вплинули на становлення безпосередньо респондента і його покоління; • історичних умов, що сприяли прояву покоління і визначенню поколінних характеристик проявів потенціалів; • конкретизації соціально-історичних подій у певному періоді держави, що утворили «образ» покоління; • артикуляції зв'язків між проживанням і переживаннями значущих подій і соціальним позиціонуванням представників покоління (змінami їхньої поведінки, стилістики взаємодій у певних умовах); • впливовості соціокультурних реалій світу на покоління (особливостей освіченості, шляхів набуття знань, інформації, отримання / передавання досвідів у взаємодіях); • виокремлення особливостей у взаємодіях між поколіннями (Молоді і Зрілих, Молоді і Поважних, Зрілих і Поважних)	Метод обґрунтовано і теорії (версія K. Charnaz)
		6. Дослідження соціокультурного контексту поколінних просторів		
		7. Дослідження культурних взаємозв'язків і взаємовпливів покоління	Тематичні кейси: Комунікація покоління; Обміну досвідом покоління; Субкультури покоління	Метод дискурс-аналізу
3	Інтегровальний	Узагальнюючі стратегії	Інтеграційні / дезінтеграційні стратегії взаємодії покоління	Метод інтеграції даних

Дослідження методом дискурс-аналізу було побудовано на матеріалах інтерв'ю та друкованих експертних джерелах. Тому *цільова вибірка* представляла відбір даних, що фіксували контекст повідомлень щодо смислових полів поколінних просторів у матеріалах інтерв'ю (170 осіб еквівалентної групи) і експертних джерел за конкретною тематикою (58 наукових статей). Відібрані теми дискурсивних матеріалів презентували контекст проблематики часопростору поколінь. Відповідно, сформована *тематична вибірка* для дослідження методом критичного дискурс-аналізу використовувалась для забезпечення триангуляції даних і методів (Хорошилов, 2012).

Результати дослідження та їх обговорення. На *діагностичному етапі* з метою отримання інформації щодо *основних аспектів* взаємодії поколінь: (1) характеристик вибірки відповідно до соціокультурного історичного ареалу; (2) особливостей соціально-психологічних відмінностей (габітус) поколінь; (3) особливостей соціального позиціонування (ентелехій) поколінь; (4) проблемних питань і шляхів оптимізації комунікації міжпоколінного простору; (5) бар'єрів і засобів взаєморозуміння у взаємодіях використовувався авторський опитувальник «Міркування».

Необхідно зазначити, що в методиці було передбачено вивчення загальних психологічних характеристик – *габітусу* поколінь як системи диспозицій, яка породжує і структурує практики й уявлення поколінь (2 блок) (Bourdieu, 1987). Інакше кажучи, здійснення аналізу співвідношень відмінних габітусів поколінь як диспозицій використання минулого життєвого досвіду, що знаходить прояв в особливостях сприйняття, діях, стратегіях взаємодій поколінь. Виявлення специфічних рис давало можливість проаналізувати прояви особливостей мереж у соціокультурних взаємовпливах (табл. 1, другий пункт діагностичного етапу дослідження).

В організації дослідження було враховано можливу мінливість поколінних імпульсів і поведінкових принципів, адекватних соціальним ситуаціям існування. Адже у результаті прискорення темпу соціальних і культурних перетворень поколінні прояви змінюються настільки швидко, що латентна, безперервна адаптація і модифікація традиційних моделей досвіду, мислення і вираження стає нефункціональною. У результаті чого відбувається консолідація нових досягнень досвіду, формується новий імпульс соціальних позицій як нового, унікального образу – ентелехії покоління (Mannheim, 1993). І тому у 3-му блоці методики увагу було сфокусовано на визначенні особливостей соціального позиціонування – *ентелехій* поколінь, відображених у сформованих соціальних настановленнях, уявленнях, цінностях (табл. 1, третій пункт діагностичного етапу дослідження).

Обґрунтуванням необхідності дослідження (4) і (5) блоків стали позиції О. М. Кочубейник щодо аналізу комунікації як феномену, що організує соціальну реальність і знаходить свої відгуки в особливостях функціонування міжпоколінного комунікативного простору – середовища міжпоколінних взаємодій (Кочубейник, 2014). Адже феномен комунікації на перетині інформаційних потоків, які транслують актори для збереження автентичності ментальної системи поколінної мережі, створює необхідність одночасового здійснення різноспрямованих дій. З одного боку, проникнення в іншопоколінні інформаційні потоки для розширення поколінного комунікативного простору, збагачення і розвитку, з іншого, для збереження автентичності ментальної системи поколінної єдності, несвідомого конструювання бар'єрів у взаємодіях. Тому визначенням шляхів і засобів, які сприяють трансформації комунікативного міжпоколінного простору поколінь у комунікативне середовище, стали (4) і (5) питання визначення проблемних аспектів, проведення аналізу бар'єрів комунікації і пошуку засобів досягнення взаєморозуміння у взаємодіях, а саме, пошуку можливостей впорядкування комунікативного простору щодо комунікативного середовища (Кочубейник, 2014) (табл. 1, четвертий, п'ятий пункти діагностичного етапу дослідження).

Дослідження методом матриць Matthew B. Miles & A. Michael Huberman спрямовувалось на розкриття параметрів єдності поколінь з точки зору респондентів різного віку (Miles &

Huberman, 2014; Квале, 2003). Структура інтерв'ю містила особливу техніку комунікації, нетотожну розмові й не співвіднесену із структурованим опитувальником. Відповіді на підготовлені питання напівструктурованого інтерв'ю слугували матеріалами подальшої смислової інтерпретації параметрів єдності за публічними, соціально-психологічними, соціокультурними основами життя поколінних мереж. Відповідно до теоретичної змістовності конструкції єдності, за першим блоком інтерв'ю респондентам було запропоновано висловити свою думку про *публічні* ознаки, за якими свідомо / несвідомо відбувається стратифікація поколінного простору. А саме розповісти про:

- особливості у взаємодіях із сучасниками;
- ознаки одягу за якими можна впізнати людину «свого» покоління;
- особливості харчування;
- превалюючі відчуття у сучасному світі (як почуваються у світі – вільні, затиснуті, нечутливі, стримані, відкриті, захищені, справжні, контрольовані, депресивні, оптимістичні, травмовані, неемоційні, мають емоційні «табу», залежні від інших, екологічні, дбайливі тощо);
- головні вимоги до здійснення трудової діяльності (без чого працювати неможливо);
- символіку «свого» покоління (речі, образи, ідеї, об'єкти, предмети, події тощо);
- стійкі життєві звички, які, можливо, стали відгуком пам'яті на минулі події, перетворились на традиції та правила поведінки у соціумі;
- міфологічні, казкові версії, утворені поколінням для пояснення складних речей або явищ.

Наступний *соціально-психологічний* тематичний блок інтерв'ю спрямовувався на розкриття особливостей вибудовування поколінних практик: соціальних настановлень (attitude), соціальних уявлень, цінностей, які репрезентували культурні норми і правила, загальносоціальні і індивідуальні позиції. Так, респондентам пропонувалось поміркувати і висловити свою думку про те:

- чи має (усвідомлює) *місію* покоління у сучасному світі;
- хто є героєм покоління;
- яка соціальна поведінка може вважатись за взірець, і чи змінюються з часом правила соціального поводження;
- чим відрізняється світогляд «свого» покоління від поглядів сучасників;
- якими є головні цілі, цінності, уявлення, настановлення покоління, що регулюють поведінку;
- до яких дій респонденти, як представники покоління, відчують себе готовими в особистісному і суспільному ракурсі;
- чи існують правила поведінки в суспільних міжособистісних відносинах, які утворює покоління.

До третього блоку *соціокультурних параметрів поколінної єдності* увійшли роздуми респондентів, що давали можливість виокремити відносно стабільні культурні структури: *культурних смислів і культурної пам'яті поколінь*. Увага була приділена питанням розгортання поколінної культури в історичному контексті, здійснення формуючих впливів на поведінку отриманого соціального досвіду, пережитих вражень на соціально-історичному рівні. А саме, респонденти розповідали про:

- те, у чому, на їхню думку, полягає *смысл* особистого життя і життя безлічі поколінь, що жили на території України;
- соціальні події історичного етапу державотворення, які вплинули на формування світогляду покоління;
- історичні періоди далекого минулого, що вплинули на формування світогляду сучасників;
- особливості спілкування сучасників і представників окремих поколінь;
- значущі образи – соціальні взірці, на які орієнтується покоління;

- соціокультурні витоки часу, що стають культурними основами поколінь;
- існування чи, навпаки, руйнування територіальних обмежень, які опосередковують ареал життєдіяльності поколінь.

Отримані за матеріалами інтерв'ю дані, із збереженням загального методологічного принципу, були опрацьовані індуктивним *методом* Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, використана і систематизована інформація щодо реконструювання єдності поколінь була представлена у формі матриць (Miles & Huberman, 2014).

У подальшій побудові конструкту системи поколінних взаємодій аналіз соціокультурного контексту на наступному етапі здійснювався методом обґрунтованої теорії (версія К. Charmaz) (Charmaz, 2006; Страусе & Корбин, 2001). У результаті проведеної роботи виокремлення історичних послідовностей, що можуть мати маркери початку і завершення, означення обґрунтованих зв'язків між подіями минулого, теперішнього, не становило трансляцію картин часопросторів поколінь, але утворило можливості окреслення особливостей взаємодій акторів, що відбуваються у континуумі соціальних і соціально-психологічних процесів реальності. (Charmaz, 2006, с. 208). Для вирішення поставленого завдання доведення існування контекстуальних зв'язків із поколінними текстами, напрацювання інформації здійснювалось за допомогою *неструктурованого інтерв'ю* (інтенсивного якісного інтерв'ю – intensive qualitative interviewing) (Charmaz, 2006, с. 28). Розкриття відповідей відбувалось у спрямованій розмові, що містила перелік загальних тем / проблем:

- огляду, аналізу (оцінки та реакції) значущих подій (соціальних і особистісних), що вплинули на становлення безпосередньо респондента і його покоління;
- історичних умов, що вплинули на формування поколінь і означенню історичних можливостей;
- конкретизації соціально-історичних подій у певному періоді держави, що утворили «образ» покоління;
- артикуляції зв'язків між проживанням і переживаннями значущих подій і соціальним позиціонуванням представників поколінь (змінami їхньої поведінки, стилістики взаємодій у певних умовах);
- впливовості соціокультурних реалій світу на покоління (особливостей освіченості, шляхів набуття знань, інформації, отримання / передавання досвідів у взаємодіях);
- виокремлення особливостей у взаємодіях між поколіннями.

Важливо наголосити, що теоретична інтерпретація отриманих даних не була спрямована на визначення причинності сценаріїв перебігу взаємодій, але мала на меті саме артикуляцію існуючих текст / контекстуальних зв'язків. Адже неможливість формулювання універсальних пояснень процесів взаємодії вимагало уваги до суб'єктивного розуміння акторами реальності і відповідної проекції даних у текст / контекстуальні зв'язки. (Charmaz, 2006, с. 129).

На наступному кроці для виокремлення особливостей поколінних практик на макросоціальному рівні було використано дискурс-аналіз (ДА) сукупності тематично близьких текстів. Критерії відбору кейсів, побудовані на основі тривимірної моделі Н. Феркло, враховували (1) смислову відповідність текстів обраним фокусам проблем; (2) змістовність щодо усвідомленої оцінки історичних особливостей взаємодії поколінь; (3) типовість проаналізованих голосів у профанному і експертному дискурсі. Необхідно зазначити, що обрана стратегія теоретичної вибірки даних не лише пояснювала непрогнозованість на початку аналізу кількості відібраних випадків (інтерв'ю, експертних статей), але й сприяла артикуляції особливостей поколінних практик на глобальному рівні. Тобто досягнення соціокультурної вичерпності використаних матеріалів мало за основу відбір, кодування і порівняльний аналіз джерел, концептуально пов'язаних із предметом дослідження. Тому попередній набір текстів, значно об'ємніший на підготовчому етапі ДА, поступово звужувався відповідно до тематичної релевантності кейсів, у яких виокремлювались міркування авторів щодо питань комунікації, обміну досвідом, субкультур поколінь у взаємодіях. Означенні, теоретично насичені, аспекти

давали можливість отримання необхідних даних у побудуванні теорії, а релевантність міжпоколінних комунікаційних, інформаційних, культурних процесів доводила саме їх природність і впливовість на результативність взаємодій. На підсумковому етапі ДА виокремленні лексичні особливості поколінних повідомлень, засоби використання дискурсів (форми, жанри), інтерпретації часопростору їх утворення проходили процедуру зведення, зіставлення і систематизації.

Висновки:

1. Для досягнення ефективності емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь побудовано аналітичний інструментарій, що відповідає використаній у роботі системі валідності J. A. Maxwell, забезпечує конструювання об'єктивної поколінної реальності поза межами індивідуальних інтерпретацій.

2. Здійснено опис дослідницької стратегії емпіричного дослідження за інформаційно-смысловим, діагностичним, інтегративним етапами та особливості формування вибірки, що відповідає умовам і завданням використаних методів дослідження.

3. Представлено методичну базу щодо аспектів / напрямків, завдань / питань емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь. Обґрунтовано вибір використаних кількісних і якісних методів змішаного дослідження і можливості узагальнення даних за допомогою допоміжної стратегії тріангуляції.

Перспективи подальших досліджень. Побудування комплексу методів емпіричного дослідження соціокультурної взаємодії поколінь відкриває перспективи подальшого вивчення соціально-психологічних аспектів соціокультурної взаємодії поколінь: інституційного, позиційного та культурного.

Література

1. Гудвин, Дж. (2004). *Исследование в психологии: методы и планирование*. Санкт-Петербург: Питер.
2. Квале, С. (2003). *Исследовательское интервью*. Москва: Смысл.
3. Кочубейник, О. М. (2014). Соціальний діалог: соціальні та психологічні передумови комунікативності. *Наукові записки Інституту соціальної та політичної психології*, 34 (37), 150–160.
4. Страусе, А., & Корбин, Дж. (2001). *Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники*. Москва: Эдиториал УРСС.
5. Хорошилов, Д. А. (2012). *Критерии валидности качественного исследования в социальной психологии*. Дисс. канд. психол. наук: 19.00.05. Москва.
6. Bourdieu, P. (1987). *Choses dites*. Paris: Minuit.
7. Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (2011). *Introduction: The discipline and practice of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
8. Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: a practical guide through qualitative analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
9. Dromel, J. (2019). *La Loi Des Révolutions: Les Générations, Les Nationalités*. Les Dynasties, Les Religions (French Edition) (French) Paperback, 14.
10. Flick, U. (2007). *Designing Qualitative Research* SAGE Publications Ltd. London, Thousand Oaks, California, New Delhi, Singapore.
11. Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). *Competing paradigms in qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
12. Jaeger, H. (1985). *Generations in History: Reflections on a Controversial Concept*. History and Theory, Wiley for Wesleyan University. Vol. 24, No. 3. <http://www.jstor.org/stable/2505170>
13. Henwood, K. L. Q. (1996). *Qualitative inquiry: perspectives, methods and psychology*. Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences / Ed. by J. Richardson leicester, Uk, 25–42.
14. Mannheim, K. (1993). *El problema de las generaciones*. Monografico sobre Karl Mannheim Coordinado por Emillo Lamo de Espinosa Reís 62/93 (Revista Espanola de Investigaciones Sociologicas 62 Abril -Junio), 192–242.
15. Marías, J. N. (2014). *El método histórico de las generaciones*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, <http://www.cervantesvirtual.com/obra/el-metodo-historico-de-las-generaciones/>
16. Maxwell, J. A. (2012). *Qualitative Research Design : An Interactive Approach* <https://www.researchgate.net/publication/43220402>, 221.
17. Maxwell, J. A. (1992). *Understanding and Validity in Qualitative Research*. Harvard Educational Review, 62:3,
18. Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: a methods sourcebook*. Arizona State University.
19. Ortega, y Gasset (1933). *En torno a Galileo* <http://meditaciones.org/en-torno-a-galileo/>

20. Pinder, Wilhelm (1961). *Das Problem der Generation in der Kunstgeschichte Bruckmann*. (German) Paperback – January 1, 1961.

References

1. Gudvin, Dzh. (2004). *Issledovanie v psihologii: metody i planirovanie* [Research in psychology: methods and planning]. Sankt-Peterburg: Piter. [in Russian].
2. Kvale, S. (2003). *Issledovatel'skoe intervju* [Research interview]. Moskva: Smysl. [in Russian].
3. Kochubeinyk, O. M. (2014). Sotsialnyi dialoh: sotsialni ta psykholohichni peredumovy komunikatyvnosti [Social dialogue: social and psychological preconditions of communication]. *Naukovi zapysky Instytutu sotsialnoi ta politychnoi psykholohii*, 34 (37), 150–160. [in Ukrainian].
4. Strause, A., & Korbin, Dzh. (2001) *Osnovy kachestvennogo issledovaniya: obosnovannaja teorija, procedury i tehniki* [Fundamentals of qualitative research: sound theory, procedures and techniques]. Moskva: Jeditorial URSS. [in Russian].
5. Horoshilov, D. A. (2012) *Kriterii validnosti kachestvennogo issledovaniya v social'noj psihologii* [Criteria for qualitative research validity in social psychology]. Diss. kand. psihol. nauk: 19.00.05. Moskva. [in Russian].
6. Bourdieu, P. (1987). *Choses dites*. Paris: Minuit.
7. Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (2011). *Introduction: the discipline and practice of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
8. Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: a practical guide through qualitative analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
9. Dromel, J. (2019). *La Loi Des Révolutions: Les Générations, Les Nationalités*. Les Dynasties, Les Religions (French Edition) (French) Paperback, 14.
10. Flick, U. (2007). *Designing qualitative research*. SAGE Publications Ltd. London, Thousand Oaks, California, New Delhi, Singapore.
11. Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). *Competing paradigms in qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
12. Jaeger, H. (1985). *Generations in history: reflections on a controversial concept*. History and theory. Wiley for Wesleyan University. Vol. 24, No. 3. <http://www.jstor.org/stable/2505170>
13. Henwood, K. L. Q. (1996). *Qualitative inquiry: perspectives, methods and psychology*. Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences / Ed. by J. Richardson leicester, Uk, 25–42.
14. Mannheim, K. (1993). *El problema de las generaciones*. Monografico sobre Karl Mannheim Coordinado por Emillo Lamo de Espinosa Reis 62/93 (Revista Espanola de Investigaciones Sociologicas 62 Abril -Junio), 192–242.
15. Marias, J. N. (2014). *El método histórico de las generaciones*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, <http://www.cervantesvirtual.com/obra/el-metodo-historico-de-las-generaciones/>
16. Maxwell, J. A. (2012). *Qualitative Research Design : An Interactive Approach* <https://www.researchgate.net/publication/43220402>, 221.
17. Maxwell, J. A. (1992). *Understanding and Validity in Qualitative Research*. Harvard Educational Review, 62:3,
18. Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: a methods sourcebook*. Arizona State University.
19. Ortega, y Gasset (1933). *En torno a Galileo* <http://meditaciones.org/en-torno-a-galileo/>
20. Pinder, Wilhelm (1961). *Das Problem der Generation in der Kunstgeschichte Bruckmann*. (German) Paperback – January 1, 1961.

Natalia Dovgan. Methods and design of empirical research into inter-generational socio-cultural interaction.

Introduction. The author discusses the data sources and design of a J. A. Maxwell validity-system-based study into inter-generational socio-cultural interaction. To form a comprehensive vision of the phenomenon of socio-cultural interaction and achieve the validity of the results, data triangulation (evidence collected from different sources) and methodological triangulation (use of different methods of information collection) should be used.

Aim. To present a set of methods for empirical research into inter-generational socio-cultural interaction.

Methods. A set of qualitative / quantitative instruments has been used to conduct the study.

Results. The author describes the step-by-step strategy of empirical research, the inter-generational socio-cultural interaction analysis instruments, and the mixed research strategy methods / instruments. The quantitative block is presented by the author's questionnaire "Reflections", which is aimed at determining the main aspects of inter-generational interaction. The quality block is made up of:

- The matrices method (M. B. Miles & A. M. Huberman) to determine the parameters of the inter-generational unity;
- The sound theory method (modified by K. Charmaz) needed to systematize inter-generational interactions in the socio-cultural context;
- The discourse analysis method to find out the features of macro-social level generational practices;

- The data integration method.

Conclusions. The author considers the design of empirical research into inter-generational socio-cultural interaction, the quantitative and qualitative methods of mixed research and possibilities of data generalization by means of triangulation. The proposed research design allows exploring a complex process of inter-generational socio-cultural interaction, which has no a clear conceptual basis and standardized analysis system.

Key words: research design, inter-generational socio-cultural interaction, research strategy, qualitative methods, quantitative methods.

Відомості про автора

Довгань Наталія Олександрівна, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії політико-правових відносин, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ, Україна.

Dovgan, Natalia, PhD, Senior Researcher of Laboratory of Political and Legal Relations, Institute of Social and Political Psychology of National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: 1511ndovgan@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6150-5211>

Отримано 19 жовтня 2020 р.

Рецензовано 9 листопада 2020 р.

Прийнято 12 листопада 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.5>

УДК 061.5-057:351.822:161.163:159.9

Карамушка Людмила

Креденцер Оксана

Паршак Олександр

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЇ ГРОШЕЙ У ЗАРУБІЖНІЙ ТА ВІТЧИЗНЯНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Карамушка Людмила, Креденцер Оксана, Паршак Олександр. Основні тенденції розвитку психології грошей у зарубіжній та вітчизняній психології.

Вступ. Психологія грошей сьогодні займає важливе місце серед напрямів економічної психології. Тому аналіз основних тенденцій розвитку психології грошей є актуальним та значущим науково-прикладним завданням.

Мета дослідження. На основі аналізу зарубіжної та вітчизняної літератури визначити основні тенденції розвитку психології грошей у зарубіжній та вітчизняній психології.

Результати дослідження. На основі аналізу наукової літератури зарубіжних та вітчизняних фахівців нами були окреслені наступні напрями досліджень у сфері психології грошей: 1) аналіз феномену «гроші» як певного образу в уявленнях людей; 2) аналіз монетарної поведінки як виду економічної поведінки; 3) розробка діагностичного інструментарію для дослідження психології грошей; 4) побудова монетарних типологій; 5) дослідження грошових патологій, зв'язку грошей з психічним здоров'ям особистості; 6) дослідження психологічних феноменів, суміжних із поняттям «гроші» (щедрість, жадібність, багатство, бідність тощо); 7) визначення чинників, що впливають на ставлення до грошей.

Висновки. Серед резервів розвитку вітчизняної психології грошей, на наш погляд, можна виділити наступні напрями: дослідження образу гривні в уявленнях українців, адаптація зарубіжних та розробка нових вітчизняних діагностичних методик, аналіз впливу макрочинників на ставлення до

грошей, впливу організаційних чинників на ставлення до грошей, дослідження монетарної поведінки в контексті психічного та психологічного здоров'я українців, їх суб'єктивного благополуччя в період пандемії COVID-19.

Ключові слова: гроші, психологія грошей, економічна психологія, тенденції розвитку психології грошей, ставлення до грошей, монетарна поведінка, психологія жадібності.

Карамушка Людмила, Креденцер Оксана, Паршак Александр. Основные тенденции развития психологии денег в зарубежной и отечественной психологии.

Введение. Психология денег сегодня занимает важное место среди направлений экономической психологии. Поэтому анализ основных тенденций развития психологии денег является актуальной и значимой научно-прикладной задачей

Цель исследования. На основе анализа зарубежной и отечественной литературы определить основные тенденции развития психологии денег в зарубежной и отечественной психологии.

Результаты исследования. На основе анализа научной литературы зарубежных и отечественных специалистов нами были очерчены следующие направления исследований в области психологии денег: 1) анализ феномена «деньги» как определенного образа в представлениях людей; 2) анализ монетарного поведения как вида экономического поведения; 3) разработка диагностического инструментария для исследования психологии денег; 4) построение монетарных типологий; 5) исследование денежных патологий, связи денег с психическим здоровьем личности; 6) исследование психологических феноменов, смежных с понятием «деньги» (щедрость, жадность, богатство, бедность и т.д.); 7) определение факторов, влияющих на отношение к деньгам.

Выводы. Среди резервов развития отечественной психологии денег, на наш взгляд, можно выделить следующие направления: исследования образа гривны в представлениях украинцев, адаптация зарубежных и разработка новых отечественных диагностических методик, анализ влияния макрофакторов на отношение к деньгам, влияния организационных факторов на отношение к деньгам, исследования монетарного поведения в контексте психического и психологического здоровья украинцев, их субъективного благополучия в период пандемии COVID-19.

Ключевые слова: деньги, психология денег, экономическая психология, тенденции развития психологии денег, отношение к деньгам, монетарное поведение, психология жадности.

Вступ. Сучасне суспільство характеризується низкою відмітних ознак, які суттєво детермінують роль та значення грошей у життєдіяльності людини. Це, *по-перше*, дедалі більш матеріалізоване середовище. Тобто спостерігається стійка тенденція до постійно зростаючої сукупності фізичних об'єктів та інформаційного забезпечення, з якими економічні суб'єкти зустрічається в процесі виконання економічних ролей. *По-друге*, це потужно сформоване «суспільство споживання», яке характеризується масовим споживанням матеріальних благ і формуванням відповідної системи цінностей і установок, яке виходить далеко за межі потреб для існування (виживання) людини. *По-третє*, економічні відносини, що панують у сучасному суспільстві, характеризуються високою конкурентністю і, як наслідок, економічне середовище є переважно бездефіцитним.

За таких умов гроші відіграють одну з найважливіших ролей у сучасному суспільстві. Гроші для людини сьогодні виступають такою самою життєвою необхідністю, як і сонце, повітря, питна вода. Як підкреслював F. Feldman (1957), у цьому динамічному світі постійно важливою є тільки одна річ – «гроші». Отже, гроші є суттєвим і незамінним супутником людського життя, а також важливим інгредієнтом суб'єктивного благополуччя особистості. Гроші також мають здатність викликати занепокоєння, напруження і нещастя у тих, у кого їх мало, і в тих, у кого грошей багато. Вони діють як перцептивний інструмент, як символ уявлення статусу. Очевидно, що цей далеко невичерпний перелік «виняткових значень» грошей вказує на актуальність та необхідність дослідження грошей у різних площинах наукового знання.

Мета дослідження: на основі аналізу зарубіжної та вітчизняної літератури визначити основні тенденції розвитку психології грошей у зарубіжній та вітчизняній психології.

Результати дослідження. Аналіз літератури показав, що гроші мають значний психологічний зміст. Гроші суб'єктивно відображаються в свідомості людини, формуючи їх образ, ставлення до них та економічну поведінку в цілому. У зв'язку з цим, підкреслюючи важливе значення психологічної сутності феномену «гроші», в економічній психології виокремився окремий потужний напрям досліджень – *психологія грошей*. Психологія грошей як наука вивчає зміну психіки людей та їх поведінку внаслідок впливу грошей (Андреева, 2000).

Аналіз матеріалів Міжнародної конференції з економічної психології та поведінкової економіки (IAREP-SABE Conference), що щорічно проводиться Міжнародною Асоціацією досліджень з економічної психології (IAREP), як одного із провідних заходів у сфері економічної психології, за останні 20 років показав, що проблематика психології грошей є однією із провідних та такою, що активно досліджується.

На основі аналізу наукової літератури зарубіжних та вітчизняних фахівців нами були окреслені наступні напрями досліджень у сфері психології грошей.

1. Аналіз феномену «гроші» як певного образу в уявленнях людей.

Досліджуючи образ грошей в уявленнях людей, психологи використовують різні семантичні шкали і варіації асоціативних експериментів (Дейнека, 1999; Зубіашвілі, 2008, Капустін, 2001; Семенов, 2011 та ін.).

С. Московічі (1995), описуючи гроші як певний образ, зазначив, що гроші одночасно дискретні (як річ) і безперервні (як символ і думка.) Енергія образу грошей черпається з безперервності обміну (вони постійно змінюють хазяїна, але самі залишаються незмінними) і втілюється в динаміку їх обігу. Гроші є одночасно і потужним мотиватором, і фрустратором. На думку С. Московічі (1995), з усіх уявлень, створених людиною, щоб зробити свій світ відчутним і зрозумілим, гроші – найбільш сміливе і неминуще уявлення.

Метафоричне розуміння грошей часто використовується також і в роботах економістів і філософів. Відзначається дивно висока рухливість, ліквідність, мобільність грошей (Семенов, 2011). Використовуючи системну метафору організму, гроші часто порівнюють з кров'ю. Тут робиться акцент на сполучну, комунікативну і енергетичну функції грошей (Московичи, 1995). Гроші символізують потік, внутрішнє середовище, рух, активність, цілющу силу. Приплив грошей оживлює економічний організм, дає йому нові сили і можливості (Семенов, 2011).

«Під образом грошей, зазначає О.С. Дейнека (1999), розуміється комплексна, соціально детермінована система уявлень про гроші і ставлення до них і фінансової системи країни. образу, як продукту репрезентації явища в повсякденній свідомості, властиво поєднання усвідомлюваних і неусвідомлюваних компонентів, взаємозв'язок раціонального та емоційного контекстів відображення».

Загальний висновок, що спостерігається в дослідженнях, пов'язаних з образом грошей, гроші – це потужно заряджений емоціями образ.

2. Аналіз монетарної поведінки як виду економічної поведінки.

У психологічних дослідженнях можна виділити кілька персоніфікованих підходів до вивчення монетарної поведінки: в контексті моральних оцінок грошей (Горбачова, & Купрейченко, 2006), як поведінка, обумовлена економічною свідомістю і самосвідомістю та як феномен економічної ідентичності особистості (Хашченко, 2012), як реалізація стратегій економічної поведінки (Фернам, & Аргайл, 2005).

До цього напрямку також можна віднести правила, пов'язані з поведінкою з грошима (Семенов, 2011) і експерименти Д. Канемана і А. Тверські (2005) з економічних рішень.

А. Письменова (2009), аналізуючи характеристики монетарної поведінки, зазначає, по-перше, їх надзвичайну деталізованість і конкретизованість; по-друге, змістовну подібність цих характеристик на тлі різних трактувань і видів монетарної поведінки; по-третє, відсутність чітких критеріїв для виділення багатозначних характеристик монетарної поведінки. На її

погляд, це відображає складність досліджуваної монетарної поведінки, відмінності в її дефініціях, різноманіття її видів, та допускає можливість створення теоретико-емпіричних моделей, що систематизують характеристики монетарної поведінки.

Крім того, монетарна поведінка вивчається в контексті специфічних форм поведінки: споживчої, інвестиційної, зберігаючої та ін.

Так, наприклад, G. Valence, A. d'Astous, & L. Fortier (1988) визначили, що споживачі, які розглядають гроші як джерело занепокоєння, роблять компульсивні покупки, щоб швидко зменшити своє занепокоєння. Втеча від неспокою є основним мотиватором для споживачів, які демонструють купівельну поведінку, що викликає звикання. Споживачі, які розглядають гроші як джерело занепокоєння, постійно здійснюють покупки і витрачають гроші, щоб зменшити занепокоєння.

J. Roberts, & E. Jones (2001) встановили тісний зв'язок між ставленням до грошей і нав'язливими покупками. На основі ставлення до грошей у ході цього дослідження споживачі були розділені на три групи: 1) ті, хто розглядає гроші як інструмент для здобуття влади; 2) ті, хто проявляє підозрілість і недовіру в поведінці з грошима; 3) ті, хто вважає гроші джерелом занепокоєння і захисником від неспокою. Споживачі, які розглядають гроші як інструмент влади, без коливань використовують гроші, щоб справити враження на людей або домінувати над ними. Один зі способів демонстрації своєї соціальної влади споживачами – придбання матеріальних благ. Статусне споживання і накопичення матеріальних благ дозволяє їм відчувати себе соціально сильними (Goldberg, & Lewis, 1978).

3. Розробка діагностичного інструментарію для дослідження психології грошей.

Аналіз літератури показав, що основними діагностичними інструментами виміру монетарних атитюдів є наступні.

Шкала монетарних атитюдів (Money Attitude Scale (MAS)), розроблена Yamauchi, & Templer в 1982 році. Шкала монетарних атитюдів складається з 29 пунктів, яка реєструє відповіді по 5-бальній шкалі типу Лайкерта в діапазоні від «повністю згоден» до «категорично не згоден». Згенеровано п'ять факторів: престиж-влада, час збереження, сумніви, якість і тривога. Шкала показала задовільну надійність. Часткова перевірка валідності – кореляція з іншими характеристиками (макіавелізм, тривога, obsесивність та ін.) показали, що цей опитувальник пов'язаний із засобами вимірювання інших аналогічних теоретичних конструктів. Розробники вказують, що Шкала може бути використана в клінічній практиці для дослідження багатьох проблем, наприклад, невідповідності між атитюдами одружених (Yamauchi, & Templer, 1982).

Шкала грошових переконань і поведінки (Money Beliefs, & Behavior Scale (MBBS)), запропонована A. Furnham (1984), містить 60 тверджень про переконання за 7-бальною шкалою «згоден-не згоден». Виділено шість факторів: obsесія, влада/витрачання, збереження, надійність/обережність, недостатність, зусилля/можливості.

Запропонована методика згодом була модифікована до більш коротких версій та широко використовувалась у багатьох дослідженнях, наприклад, був валідизований Short Money Type Measure (SMTM) (Furnham, Wilson & Telford, 2012).

Опитувальник грошової розсудливості (здорового глузду) (Money Sanity Scale), розроблений N. Forman (1987). Цей опитувальник складається із 20 пунктів, який вимірює достаток грошей людини або ступінь, в якому її ставлення до грошей і їхнє використання є проблемним. Опитувальник має дихотомічний формат «так»/«ні», який не є ідеальним, а деякі питання показують ефекти «підлоги» і «стелі». Опитувальник базується на великій клінічній роботі, а також на аналізі в цій області. Раніше він використовувався в інших дослідженнях в цій області. Високі бали означають «безумство» або наявність неадекватних грошових переконань і поведінки.

За допомогою цього опитувальника можна визначити п'ять типів особистості: марнотратник, скряга, гравець, мисливець за знижками та магнат.

Шкала етики грошей (Money Ethical Scale (MES)) (Tang, 1992) визначає шість чинників, які показують, що гроші означають для людей. Ці чинники – добро (благо), зло, досягнення, повага (самооцінка), бюджет і свобода (влада). Т. Tang вважає, що монетарні атитюди мають афективну (добро, зло), когнітивну (як гроші співвідносяться з досягненнями, повагою, свободою) та поведінкову складові. Шкала спочатку містила 50 тверджень та була перевірена на 769 досліджуваних, потім скорочена до 30 пунктів, а згодом до 12 питань-тверджень (Tang, 1995).

Шкала отримала широке розповсюдження та була використана для дослідження багатьох чинників ставлення до грошей як самим автором, так і іншими дослідниками.

Шкала важливості грошей (Money Importance Scale (MIS)) (Mitchell, Dakin, Mickel, & Gray, 1998). Шкала дозволяє виділити сім факторів: цінність грошей, особиста участь у грошах, час, витрачений на роздуми про фінансові справи, знання фінансових справ, комфорт при прийнятті фінансових ризиків, уміння поводитися з грошима і гроші як джерело влади і статусу.

4. Побудова монетарних типологій.

Побудова різних психологічних типологій, що базуються на монетарних відносинах, призначена для опису і прогнозування людської поведінки.

М.Ю. Семенов (2011) вказує на те, що існують різні емпіричні та теоретичні монетарні типи людей. Є люди економічні, раціональні і прагматичні. Їм добре зрозумілий і привабливий світ грошей, вони прекрасно орієнтуються в грошовому світі і сприймають світ з погляду грошей. А є люди неекономічні: романтичні, соціальні, альтруїстичні, господарські, войовничі і багато інших.

Побудовою монетарної типології людей займалися Е.В.Тугарева, І.Ю. Красікова (2005). В результаті отриманих даних Е.В.Тугарева та І.Ю. Красікова виділили два базових типи ставлення до грошей. Перший тип ставлення до грошей – неемоційний, інструментальний. Для представників цього типу гроші – лише засіб забезпечення життя. Гроші дозволяють забезпечити себе і своїх близьких усім необхідним, а також реалізувати повсякденні цілі. Для них гроші не так важливі і рідше виступають в ролі джерела поваги. Меншою мірою для представників цього типу гроші виступають у ролі стимулу виконання роботи і розв'язання проблем. Другий тип ставлення до грошей – емоційно насичений, менш інструментальний, пронизаний додатковими соціальними і індивідуальними смислами. Для представників другого типу гроші – більше, ніж засіб забезпечення життя. Для таких людей гроші – це і мірило цінностей, і джерело свободи і самовираження, і джерело отримання емоцій, впливу і поваги, і стимул до роботи і розв'язання проблем. Для них гроші – це, то до чого вони прагнуть і чому надають великого значення у своєму житті.

А. Фернам та М. Аргайл (2005) подають типологію чотирьох типів, які проявляють характерні особливості відносин і поведінки у фінансовій сфері.

«Чутливі» (наївний тип) – люди приємні, чутливі, але імпульсивні, недисципліновані, егоїстичні. У фінансовій сфері їм властиво розглядати гроші як нечисті і шкідливі для відносин, і тому уникати їх.

«Думаючі» (аналітичний тип) – педантичні, наполегливі, вимогливі, але нерішучі, ригідні і розбірливі. У фінансових питаннях схильні перестраховуватися і зволікати з ухваленням рішень та їх реалізацією; цінують безпеку понад усе.

«Сприйнятливі» (імпульсивний тип) – реалістичні, незалежні, рішучі, але жорстокі, владні і різкі. У фінансових справах – рішучі й вимогливі, схильні переоцінювати себе і свої можливості.

«Інтуїтивні» (експресивний тип) – інтуїтивні, честолюбні люди, ентузіасти, але імпульсивні, недисципліновані, егоїстичні. У фінансових питаннях схильні бути оптимістичними, їм подобається продавати і бути популярними.

5. Дослідження грошових патологій, зв'язку грошей із психічним здоров'ям особистості.

З монетарними типологіями людей тісно пов'язані дослідження, що стосуються грошових патологій, зв'язку грошей з психічним здоров'ям особистості.

А. Фенько, базуючись на аналізі робіт психологів та соціологів, наводить три основні пояснення патологій, що пов'язані з грошима. По-перше, це переживання раннього дитинства: відчуті в дитинстві бідність та злидні можуть стати стимулом для накопичення великих капіталів. По-друге, міжгрупове суперництво: уявлення багатих про бідних та заздрість і ненависть бідних до багатих породжує безліч міжгрупових конфліктів. А загроза безпеці, статусу та репутації може слугувати суттєвим джерелом психологічної тривоги та спроб контролювати її за допомогою грошей. По-третє, релігія та етика: почуття провини за своє багатство та особистісної відповідальності за долю бідних людей – це важливо для християнської релігії. Самозасудження, каяття та почуття провини можуть детермінувати поведінку людей, що супроводжується думками про те, що великі гроші, що демонструються та досить легко заробляються, свідчать про гріховність людини (Фенько, 2005).

Найбільш відомою типологією грошових патологій є типологія N. Forman (1987), яка досліджується за допомогою Опитувальника грошової розсудливості (здорового глузду) (Money Sanity Scale), про який йшла мова вище. Базуючись на результатах своїх емпіричних досліджень, N. Forman виділив низку терапій, які можуть бути застосовані для допомоги особам, що страждають на грошові неврози. Серед них – когнітивно-поведінкова терапія, послаблення стресу або систематична релаксація, тренінг асертивності та інші.

Пізніше А. Furnham (2005), використовуючи зазначену шкалу дослідив типи грошових атитюдів у працюючих англійців та визначив кореляції з такими факторами, як залученість до праці, етика праці, організаційні та гуманістичні переконання та ін.

6. Дослідження психологічних феноменів, суміжних з поняттям гроші (щедрість, жадібність, багатство, бідність тощо).

Гроші є системним явищем як в особистісній, так і в суспільній площинах. Тому дослідження, що пов'язані з грошима, досить часто є суміжними з іншими психолого-економічними категоріями.

Так, наприклад, досить інноваційне дослідження було проведено J. Leder, A. Pastukhov, & A. Schütz (2020). Дослідники дослідили такий феномен, як щедрість, та перевірили, чи змінюється щедрість залежно від грошей чи часу. Було встановлено, що орієнтація учасників на соціальну цінність, центральність моральної ідентичності та чесність-смирненість пояснюють різницю між жертвами часу та грошей, а риси особистості матимуть сильніший вплив на рішення щодо часу, ніж на грошові рішення. Виявлено, що приблизно 50% учасників були щедрішими, приділяючи час, цей ефект не залежав від альтернативних витрат часу. Це перший експеримент, який однозначно показав цей ефект. Крім того, щедрість не була пов'язана з позитивним афектом, і не виявлено було помірного ефекту якостей особистості.

Українські психологи С.Г. Яновська, С.М. Криворучко, & О.О. Самохін та ін. (2019) дослідили психологічні особливості уявлення про жадібність та жадібну людину. Дослідники довели, що жадібність асоціюється здебільшого з користюлюбством, скупістю, накопиченням, грошима і такими рисами, як егоїзм, агресивність, прагматичність. Головними причинами жадібності досліджуванні вважають сімейне виховання та бідність, яка сприяє розвитку скупості у людини, вимушеної економити у важкі часи.

Отже, сучасні дослідження жадібності пов'язані з визначенням особливостей ставлення людини до грошей. Типологія «грошових» типів особистості Х. Гольдберга і Р. Льюїс враховує

поняття жадібності як такої, що є наслідком жаги до грошей та прагненням безпеки (Яновська, Криворучко, Самохін, & Кононенко, 2019).

Seuntjens, Terri, & Zeelenberg, Marcel, & van de Ven, Niels, & Breugelmans, Seger. (2015) в своїй роботі розглядають жадібність як важливу характеристику економічної поведінки. Автори зазначають, що, з одного боку, жадібність розглядається як продуктивний чинник (джерело амбіцій, двигун економіки), а з іншого – як руйнівний (підриває соціальні відносини, спричиняє фінансові кризи тощо). Дослідники проаналізували зв'язок жадібності з такими показниками, як заздрість, матеріалізм, імпульсивність, самоконтроль та задоволеність життям. Вони показали, як диспозиційна жадібність проявляється в «економічних іграх» (Seuntjens, Zeelenberg, van de Ven, & Breugelmans, 2015).

7. Визначення чинників, що впливають на ставлення до грошей.

Дослідження ставлення до грошей є найбільш поширеним напрямом досліджень у сфері психології грошей. Він також тісно пов'язаний з іншими напрямами.

О.П. Нікітіна та Т.Б. Хомуленко (2013) вказують на те, що проблема ставлення до грошей стоїть на перетині різних наук. Для ґрунтовного теоретичного аналізу проблеми ставлення до грошей є необхідним осмислення досвіду таких наукових підходів, як психолого-педагогічний та соціолого-філософський. На думку авторів, у психолого-педагогічному підході до проблеми ставлення до грошей наголошується на значенні психологічних особливостей самої особистості, яка постає активним суб'єктом формування творчої чи руйнівної активності за допомогою них. Разом із тим, ставлення особистості до грошей формується і коригується у процесі виховання (Нікітіна, & Хомуленко, 2013).

О. Власова-Чмерук та А. Юдко (2019) зазначають, що ставлення до грошей реалізується через монетарну поведінку. Це економічно-фінансова поведінка, що включає в себе роботу виключно з грошовими ресурсами на основі установок і правил поводження з грошима, які вже сформувалися в конкретної особи. Монетарна поведінка є процесом дій, вчинків, а також реалізується в результаті процесів ухвалення рішень стосовно грошей. На монетарну поведінку впливають культурні особливості тієї місцевості, в якій виховується та проживає людина; значною мірою на формування монетарної поведінки впливають поведінкові патерни найближчого оточення людини (Власова-Чмерук, & Юдко, 2019).

Л.М. Карамушка та О.Г. Ходакевич (2017) зазначають, що ставлення до грошей – це компонент цілісної системи ставлень особистості, що відображає її індивідуальний, суб'єктивно-оціночний, вибірковий підхід до грошей як об'єкта дійсності, який являє собою інтеріоризований досвід взаємодії з грошима та взаємодії з іншими людьми з приводу грошей у специфічній соціокультурній ситуації та виявляється в ряді функціональних структур (потребах, інтересах, ціннісних орієнтаціях, соціальних уявленнях, соціальних установках, мотивах тощо).

Важливе місце серед досліджень ставлення до грошей займають роботи, які аналізують особистісні чинники, що впливають на ставлення до грошей. *Серед особистісних чинників ставлення до грошей виділяють:* мотиваційно-вольові характеристики (Burgess, 2005), локус контролю (Карамушка, & Ходакевич, 2017), темперамент, емоційна стабільність (Bailey, & Gustafson, 1991), впевненість в собі, компульсивна поведінка (Hanley, & Wilhelm, 1992; Roberts, Sepulveda, 1999; Roberts, Jones, 2001; Valence, d'Astous, & Fortier, 1988 та ін.), вік (Rubinstein, 1981; Зубіашвілі, 2009; Сімків, 2013; Roberts, Sepulveda, 1999), стать (А. В. Gresham, & G. F. Fontenot, 1989, W. Bailey, & W. Gustafson, 1991; І.К. Зубіашвілі, 2009; Сімків, 2013 та ін.).

Серед резервів розвитку вітчизняної психології грошей, на наш погляд, можна виділити наступні напрями: дослідження образу гривні в уявленнях українців, адаптація зарубіжних та розробка нових вітчизняних діагностичних методик, аналіз впливу макрочинників на ставлення до грошей, впливу організаційних чинників на ставлення до грошей, дослідження монетарної

поведінки в контексті психічного та психологічного здоров'я українців, їх суб'єктивного благополуччя в період пандемії COVID-19.

Висновки. На основі аналізу наукової літератури зарубіжних та вітчизняних фахівців нами були окреслені наступні напрями досліджень у сфері психології грошей: 1) аналіз феномену «гроші» як певного образу в уявленнях людей; 2) аналіз монетарної поведінки, як виду економічної поведінки; 3) розробка діагностичного інструментарію для дослідження психології грошей; 4) побудова монетарних типологій; 5) дослідження грошових патологій, зв'язку грошей з психічним здоров'ям особистості; 6) дослідження психологічних феноменів, суміжних з поняттям гроші (щедрість, жадібність, багатство, бідність тощо); 7) визначення чинників, що впливають на ставлення до грошей.

Перспективами подальших досліджень вбачаємо проведення емпіричних досліджень ставлення до грошей різних професійних груп та визначення організаційних чинників ставлення до грошей.

Література

1. Власова-Чмерук, О., & Юдко, А. (2019). Зв'язок задоволеності життям зі ставленням до грошей у осіб юнацького віку. *Психологія особистості*, 1 (10), 123–128.
2. Горбачева, Е.И., & Купрейченко, А.Б. (2006). Отношение личности к деньгам: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях. *Психологический журнал*, 4, 26–37.
3. Дейнека, О.С. (1999). *Экономическая психология. Социально-политические проблемы*. Санкт-Петербург: СПбГУ.
4. Зубіашвілі, І.К. (2009). *Ставлення до грошей як фактор економічної соціалізації старшокласників*: автореф. дис.канд. психол. наук: 19.00.05. Київ.
5. Канеман, Д., Словик, П., & Тверски А. (2005). *Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения*. Харьков: Гуманитарный Центр.
6. Капустин, А.А. (2001). *Отношение различных социальных групп к деньгам: На основе комплексного социально-психологического исследования*: автореф. дисс. ... канд. психол. наук.
7. Карамушка, Л.М., & Ходакевич, О.Г. (2017). *Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей*: монографія. Київ: КНЕУ.
8. Московичи, С. (1995). Социальные представления: исторический взгляд. *Психологический журнал*, 16, 1, 3–18.
9. Нікітіна, О.П., & Хомуленко, Т.Б. (2013). *Психологія грошей: особистісно-віковий аспект*: монографія. Харків.
10. Письменова, А.А. (2009). Критерии классификации и характеристики монетарного поведения субъектов. *Северо-Кавказский психологический вестник*, 7(4), 77–80.
11. Семенов, М.Ю. (2011). *Деньги и люди*: монография. Киев: Изд-во «Простобук».
12. Тугарева, Е.В., Красикова, И.Ю. (2005). *Психологические типы отношения к деньгам*. Москва: Институт психологии.
13. Фенько, А.Б. (2005). *Люди и деньги: Очерки психологии потребления*. Москва: Класс.
14. Фернам, А., & Аргайл, М. (2005). *Психология денег и финансового поведения*. Под общей редакцией А. Алексеева. Санкт-Петербург.
15. Хашченко, В.А. (2012). *Психология экономического благополучия*. Москва: Институт психологии РАН.
16. *Экономическая психология* (2000). Ред. И. В. Андреева. Санкт-Петербург: Питер.
17. Яновська, С.Г., Криворучко, С.М., Самохін, О.О., Кононенко, Н.М., & Білоус, Н.С. (2019). Особливості задоволеності життям людей з різним ставленням до грошей і власної жадібності. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Психологія»*, 66, 47–53.
18. Roberts, James A., Cesar J., & Sepulveda M. (1999). Money Attitudes and Compulsive Buying: An Exploratory Investigation of the Emerging Consumer Culture in Mexico. *Journal of International Consumer Marketing*, 11, 3–74.
19. Bailey, W., & Gustafson, W. (1991). *An examination of the relationship between personality factors and attitudes to money*. In Frantz, R., Singh, H., Gerber, J. (Eds.), *Handbook of behavioral economics*. Greenwich, CT: JAI Press.
20. Burgess, S. M. (2005). The importance and motivational content of money attitudes: South Africans with living standards similar to those in industrialised Western countries. *South African Journal of Psychology*, 35, 106.
21. Feldman, F.L. (1957). A new look at the family and its money. *Journal of Home Economics*, 49, 767–772.
22. Forman, N. (1987). *Mind over money*. Toronto: Doubleday.
23. Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: the psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5, 501–509.

24. Furnham, Adrian, Wilson, Emma & Telford, Kate. (2012). The meaning of money: The validation of a short money-type measure. *Personality and Individual Differences*, 52, 707–711.
25. Goldberg H., & Lewis R., (1978). Money madness: The psychology of saving, spending, loving, and hating money: New York: William Morrow. The reviewer, Thomas L. Ruble, teaches administrative and behavioral studies at the Indiana University School of Business, *Business Horizons*, 21, 5. 94–96.
26. Gresham, A. B., & Fontenot, G. F. (1989). *The differing attitudes of the sexes toward money: an application of the money attitude scale*. In P. J. Gordon & B. J. Kellerman (Eds.), *Advances in marketing* (pp. 380–384). Cincinnati: South-Western.
27. Hanley A., & Wilhelm M.S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13(1). 5–18. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(92\)90049-D](https://doi.org/10.1016/0167-4870(92)90049-D)
28. Leder, J., Pastukhov, A., & Schütz, A. (2020). Sharing with a stranger: people are more generous with time than money. *Comprehensive Results in Social Psychology*, DOI: [10.1080/23743603.2020.1831377](https://doi.org/10.1080/23743603.2020.1831377)
29. Mitchell, T. R., Dakin, S., Mickel, A., & Gray, S. (1998). The measurement of money importance. *Paper Presented at the Annual Meeting of the Academy of Management, San Diego*.
30. Roberts, J., & Jones, E. (2001) Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*, 35. 213–240. 10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x.
31. Roberts, J., & Jones, E. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*, 35. 213–240. 10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x.
32. Rubinstein, C. (1981). Survey report on money. *Psychology Today*, 5, 24–44.
33. Seuntjens, Terri, Zeelenberg, Marcel, van de Ven, Niels, & Breugelmans, Seger. (2015). Dispositional Greed. *Journal of personality and social psychology*. 108, 10, 10.37/pspp0000031.
34. Simkiv, M. (2013). Money attitude of Ukrainian young people: socio-demographic aspect. *The Journal of Education, Culture, and Society*, 2, 36–45.
35. Tang, T. L. P. (1992). *The meaning of money revisited*. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 197–202.
36. Tang, T. L.-P. (1995). The development of a short Money Ethic Scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited, *Personality and Individual Differences*, 6, 809–816. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(95\)00133-6](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(95)00133-6).
37. Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*. 11, 419–433. <https://doi.org/10.1007/BF00411854>
38. Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*. 11, 419–433. <https://doi.org/10.1007/BF00411854>
39. Yamauchi, K. T., & Templer, D. J. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment*, 46, 522–528.

References

1. Vlasova-Chmeruk, O., & Yudko, A. (2019). Zviazok zadovolnosti zhyttiam zi stavlenniam do hroshei u osib yunatskoho viku [The relationship between adolescents' life satisfaction and money attitudes]. *Psykhologhiia osobystosti*, 1 (10), 123–128 [in Ukrainian].
2. Gorbacheva, E.I., & Kuprejchenko, A.B. (2006). Otnoshenie lichnosti k den'gam: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях [Individual's attitude towards money: moral contradictions in assessments and associations]. *Psihologicheskij zhurnal*, 4. 26–37 [in Russian].
3. Dejneka, O.S. (1999). *Ekonomicheskaja psihologija. Socialno-politicheskie problemy* [Economic psychology. Socio-political problems]. Sankt-Peterburg: SPbGU [in Russian].
4. Zubiashevili, I.K. (2009). Stavlennia do hroshei yak faktor ekonomichnoi sotsializatsii starshoklasnykiv [High school students' attitudes towards money as their economic socialization factor]. Kyiv [in Ukrainian].
5. Kaneman, D., Slovik, P., & Tverski A. (2005). Prinjatie reshenij v neopredelennosti: Pravila i predubezhdenija [Decision-making in uncertainty: rules and prejudices]. Harkov: Gumanitarnyj Centr [in Russian].
6. Kapustin, A.A. (2001). Otnoshenie razlichnyh social'nyh grupp k dengam: Na osnove kompleksnogo socialno-psihologicheskogo issledovanija [The attitudes of different social groups towards money: based on a comprehensive socio-psychological study]. [in Russian].
7. Karamushka, L.M., & Khodakevych, O.H. (2017). *Psykhologichni osoblyvosti stavlennia studentskoi molodi do hroshei* [Psychological features of students' attitudes towards money]. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
8. Moskovichi, S. (1995). Socialnye predstavlenija: istoricheskij vzgljad [Social perceptions: a historical view]. *Psihologicheskij zhurnal*, 16, 1. 3–18 [in Russian].
9. Nikitina, O.P., & Khomulenko, T.B. (2013). *Psykhologhiia hroshei: osobystisno-vikovy aspekt* [Psychology of money: personality and age aspects]. Kharkiv [in Ukrainian].
10. Pis'menova, A.A. (2009). Kriterii klassifikacii i harakteristiki monetarnogo povedenija subjektov [Criteria for monetary behavior classification and characteristics]. *Severo-Kavkazskij psihologicheskij vestnik*, 7(4). 77–80 [in Russian].
11. Semenov, M.Ju. (2011). *Dengi i ljudi* [Money and people]. Kiev: Izd-vo «Prostobuk» [in Russian].

12. Tugareva, E.V., Krasikova, I.Ju. (2005). *Psichologicheskie tipy odnoshenija k dengam* [Psychological types of attitude towards money]. Moskva: Institut psihologii [in Russian].
13. Fenko, A.B. (2005). *Ljudi i dengi: Oчерki psihologii potreblenija* [People and money: essays on the psychology of consumption]. Moskva: Klass [in Russian].
14. Fernam, A., & Argajl, M. (2005). *Psihologija deneg i finansovogo povedenija* [Psychology of money and financial behavior]. Pod obshej redakciej A. Alekseeva. Sankt-Peterburg [in Russian].
15. Hashhenko, V.A. (2012). *Psihologija jekonomicheskogo blagopoluchija* [Psychology of economic well-being]. Moskva: Institut psihologii RAN [in Russian].
16. *Jekonomicheskaja psihologija* [Economic psychology] (2000). Red. I. V. Andreeva. Sankt-Peterburg: Piter [in Russian].
17. Ianovska, S.H., Kryvoruchko, S.M., Samokhin, O.O., Kononenko, N.M., & Bilous, N.S. (2019). Osoblyvosti zadovolnosti zhyttiam liudei z riznym stavlenniam do hroshei i vlasnoi zhadibnosti [Life satisfaction of people with different attitudes towards money and towards their own greed]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina. Seriya «Psykhologhiia»*, 66, 47–53 [in Ukrainian].
18. Roberts, James A., Cesar J., & Sepulveda M. (1999). Money Attitudes and Compulsive Buying: An Exploratory Investigation of the Emerging Consumer Culture in Mexico. *Journul of International Consumer Marketing*, 11, 3–74.
19. Bailey, W., & Gustafson, W. (1991). *An examination of the relationship between personality factors and attitudes to money*. In Frantz, R., Singh, H., Gerber, J. (Eds.), *Handbook of behavioral economics*. Greenwich, CT: JAI Press.
20. Burgess, S. M. (2005). The importance and motivational content of money attitudes: South Africans with living standards similar to those in industrialised Western countries. *South African Journal of Psychology*, 35, 106.
21. Feldman, F.L. (1957). A new look at the family and its money. *Journal of Home Economics*, 49, 767–772.
22. Forman, N. (1987). *Mind over money*. Toronto: Doubleday.
23. Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: the psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5, 501–509.
24. Furnham, Adrian, Wilson, Emma & Telford, Kate. (2012). The meaning of money: The validation of a short money-type measure. *Personality and Individual Differences*, 52, 707–711.
25. Goldberg H., & Lewis R., (1978). Money madness: The psychology of saving, spending, loving, and hating money: New York: William Morrow. The reviewer, Thomas L. Ruble, teaches administrative and behavioral studies at the Indiana University School of Business, *Business Horizons*, 21, 5, 94–96.
26. Gresham, A. B., & Fontenot, G. F. (1989). *The differing attitudes of the sexes toward money: an application of the money attitude scale*. In P. J. Gordon & B. J. Kellerman (Eds.), *Advances in marketing* (pp. 380–384). Cincinnati: South-Western.
27. Hanley A., & Wilhelm M.S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13(1), 5–18. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(92\)90049-D](https://doi.org/10.1016/0167-4870(92)90049-D)
28. Leder, J., Pastukhov, A., & Schütz, A. (2020) Sharing with a stranger: people are more generous with time than money. *Comprehensive Results in Social Psychology*, DOI: 10.1080/23743603.2020.1831377
29. Mitchell, T. R., Dakin, S., Mickel, A., & Gray, S. (1998). The measurement of money importance. *Paper Presented at the Annual Meeting of the Academy of Management, San Diego*.
30. Roberts, J., & Jones, E. (2001) Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*, 35, 213–240. 10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x.
31. Roberts, J., & Jones, E. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*, 35, 213–240. 10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x.
32. Rubinstein, C. (1981). Survey report on money. *Psychology Today*, 5, 24–44.
33. Seuntjens, Terri, Zeelenberg, Marcel, van de Ven, Niels, & Breugelmans, Seger. (2015). Dispositional Greed. *Journal of personality and social psychology*, 108, 10, 10.37/pspp0000031.
34. Simkiv, M. (2013). Money attitude of Ukrainian young people: socio-demographic aspect. *The Journal of Education, Culture, and Society*, 2, 36–45.
35. Tang, T. L. P. (1992). *The meaning of money revisited*. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 197–202.
36. Tang, T. L.-P. (1995). The development of a short Money Ethic Scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited, *Personality and Individual Differences*, 6, 809–816. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(95\)00133-6](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(95)00133-6).
37. Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11, 419–433. <https://doi.org/10.1007/BF00411854>
38. Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11, 419–433. <https://doi.org/10.1007/BF00411854>
39. Yamauchi, K. T., & Templer, D. J. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment*, 46, 522–528.

Karamushka, Liudmyla, Kredentser, Oksana, Parshak, Alexander. The main trends in the development of psychology of money in foreign and Ukrainian psychology.

Introduction. Psychology of money is an important area of economic psychology. Therefore, the analysis of the main trends in the development of psychology of money is an urgent and significant scientific and applied problem.

Aim. Based on the analysis of relevant foreign and Ukrainian literature, to determine the main trends in the development of psychology of money in foreign and Ukrainian psychology.

Results. Having analyzed the relevant foreign and Ukrainian scientific literature, the authors have outlined the following areas of research in the field of psychology of money: 1) analysis of the phenomenon of money as a certain idea, 2) analysis of monetary behavior as a type of economic behavior, 3) development of assessment tools to study the psychology of money, 4) building monetary typologies, 5) analysis of monetary pathologies and the relationship between money and mental health, 6) study of psychological phenomena related to the concept of money (generosity, greed, wealth, poverty, etc.), 7) finding out the factors behind attitudes towards money.

Conclusions. The Ukrainian psychology of money, in the authors' opinion, can focus on studying hryvnia as perceived by Ukrainians, adapting foreign and developing new Ukrainian assessment tools, analyzing macro factors behind attitudes towards money, on the effects of organizational factors on attitudes towards money, as well as on Ukrainians' monetary behavior in the context of their mental and psychological health and their subjective well-being during the COVID-19 pandemic.

Key words: money, psychology of money, economic psychology, trends in the development of psychology of money, attitude towards money, monetary behavior, psychology of greed.

Відомості про авторів

Карамушка Людмила Миколаївна, академік НАПН України, доктор психологічних наук, професор, завідувачка лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Karamushka, Liudmyla Mykolayivna, Academician of the NAES of Ukraine, Dr., Prof., Head, laboratory of organizational and social psychology, G. S. Kostyuk Institute of psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0622-3419>

E-mail: LKARAMA01@gmail.com

Креденцер Оксана Валеріївна, доктор психологічних наук, доцент, провідний науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Kredentser, Oksana Valeriivna, Dr., Assoc. Prof., leading researcher, Laboratory of organizational and social psychology, G. S. Kostyuk Institute of psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4119-190X>

E-mail: okred278@gmail.com

Паршак Олександр Іванович, науковий кореспондент лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Parshak, Oleksandr Ivanovych, researcher, Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: alexparshak@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2835-9408>

Отримано 14 вересня 2020 р.

Рецензовано 12 жовтня 2020 р.

Прийнято 19 жовтня 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.6>

УДК 159.9.07.923-055.2:336.74

Клименко Наталія

КОМПЛЕКС МЕТОДИК ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНО-ПРОФЕСІЙНИХ СТИЛІВ ПОВЕДІНКИ ЯК ЧИННИКА СТАВЛЕННЯ ЖІНОК ДО ГРОШЕЙ

Клименко Наталія. Комплекс методик для дослідження особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей.

Вступ. Дослідження проблеми впливу особистісно-професійних стилів поведінки жінок на їх ставлення до грошей, що є важливим у контексті економічної соціалізації жінок та їх активного включення в соціальне та професійне життя, потребує, зокрема, розробки комплексу методик для вивчення особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей.

Мета дослідження. Розробка комплексу методик для дослідження особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей.

Результати дослідження. Розроблено комплекс методик, який складається з трьох груп: а) методики для вивчення монетарних установок особистості; б) методики для вивчення особистісно-професійних стилів жінок; в) методики для вивчення гендерних, соціально-демографічних, організаційно-професійних та соціально-економічних чинників, які впливають на ставлення жінок до грошей та на використання ними особистісно-професійних стилів.

Висновки. Проаналізований комплекс методик може бути використаний для проведення діагностики особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей.

Ключові слова: ставлення жінок до грошей, монетарні установки особистості, переважаючі стилі ставлення особистості до грошей, установки «праця-гроші», особистісно-професійні стилі поведінки, життєві позиції особистості, особистісні стилі взаємодії з іншими людьми, стилі поведінки у професійній діяльності, чинники, що впливають на ставлення до грошей, методики для дослідження ставлення до грошей, методики для дослідження особистісно-професійних стилів поведінки жінок.

Клименко Наталья. Комплекс методик для исследования личностно-профессиональных стилей поведения как фактора отношения женщин к деньгам.

Введение. Исследование проблемы влияния личностно-профессиональных стилей поведения женщин на их отношение к деньгам, что важно в контексте экономической социализации женщин и их активного включения в социальную и профессиональную жизнь, требует, в частности, разработки комплекса методик для изучения личностно-профессиональных стилей поведения как фактора отношения женщин к деньгам.

Цель исследования. Разработка комплекса методик для исследования личностно-профессиональных стилей поведения как фактора отношения женщин к деньгам.

Результаты исследования. Разработан комплекс методик, состоящий из трех групп: а) методики для изучения монетарных установок личности; б) методики для изучения личностно-профессиональных стилей женщин; в) методики для изучения гендерных, социально-демографических, организационно-профессиональных и социально-экономических факторов, влияющих на отношение женщин к деньгам и на использование личностно-профессиональных стилей.

Выводы. Проанализированный комплекс методик может быть использован для проведения диагностики личностно-профессиональных стилей поведения как фактора отношения женщин к деньгам.

Ключевые слова: отношение женщин к деньгам, монетарные установки личности, преобладающие стили отношения личности к деньгам, установки «труд-деньги», личностно-профессиональные стили поведения, жизненные позиции личности, личностные стили взаимодействия с другими людьми, стили поведения в профессиональной деятельности, факторы, влияющие на отношение к деньгам, методики для исследования отношения к деньгам, методики для исследования личностно-профессиональных стилей поведения женщин.

Вступ. Інтенсивні соціально-економічні трансформаційні процеси світового рівня вимагають від людини швидкої адаптації до постійних змін та активного способу життя. Важливою складовою функціонування будь-якого суспільства є гроші. Ставлення до грошей впливає на самооцінку, спосіб життя та реалізацію власних професійних та економічних потреб особистості. Жінки, яких традиційно називають «берегинями родинного вогнища» та «дарувальницями життя», в умовах сьогодення не обмежуються лише цими двома ролями. Вони активні члени соціально-економічного життя країни: очільниці державних, комерційних та громадських організацій, держслужбовці та науковці.

Ставлення жінок до грошей особливо важливе, адже низький рівень монетарної грамотності жінок у наш час негативно впливає на їхню адаптацію до соціально-економічних змін. Осмислення цієї проблеми потребує визначення методик для дослідження особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей.

Проблеми психології грошей знайшли відображення в роботах, присвячених вивченню різних чинників, що впливають на ставлення до грошей, сутності грошей, їх роль в економічній соціалізації особистості, ставлення до грошей різних соціальних груп, ставлення до грошей персоналу комерційних організацій тощо. Дослідження представлені в роботах як зарубіжних (Furnham, & Argyle, 1998; Tang, 1993 та ін.) так і вітчизняних (Зубіашвілі, 2007, 2009; Карамушка, & Ходакевич, 2012, 2017; Паршак, 2018, 2020; Сімків, 2011, 2012, 2014 та ін.) вчених. Що до дослідження особистісно-професійних стилів поведінки, то слід зазначити, що дослідження окремих аспектів особистісно-професійних стилів знайшли відображення в роботах зарубіжних (Берн, 1999; Стюарт, & Джойнс, 1996; Харріс, 2020; Дж. Хей, 2020; та ін.) та вітчизняних (Горностай, 2007; Костіна, 2011 та ін.) авторів.

Разом із тим, практично не дослідженою є проблема впливу особистісно-професійних стилів поведінки жінок на їх ставлення до грошей. Зокрема, не дослідженою є проблема розробки комплексу методик для вивчення особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей.

Мета дослідження: розробити комплекс методик для дослідження особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей.

Результати дослідження та їх обговорення. На основі аналізу літератури нами було підібрано *«Комплекс методик для дослідження особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей»*, який включає три групи методик, що були виділені та проаналізовані нами (табл. 1). Комплекс включає три групи методик. Першу групу складають методики для вивчення ставлення жінок до грошей. До другої групи входять методики для дослідження особистісно-професійних стилів жінок. Третя група методик спрямована на вивчення соціально-демографічних, організаційно-професійних, соціально-економічних та гендерних чинників, які впливають на ставлення жінок до грошей.

У першій групі виділено методики для: а) визначення монетарних установок особистості; б) дослідження переважаючого типу ставлення до грошей; в) вивчення соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб. До складу другої групи входять методики для: а) дослідження життєвої позиції особистості; б) вивчення особистісних стилів взаємодії з іншими людьми; в) вивчення стилів поведінки у професійній діяльності. До третьої групи належать методики для: а) вивчення гендерного типу жінок; б) вивчення соціально-демографічних, організаційно-професійних та соціально-економічних чинників.

Проаналізуємо послідовно кожен із груп методик.

Розпочнемо з **першої групи методик, які спрямовані на вивчення ставлення жінок до грошей.**

Таблиця 1

Комплекс методик для дослідження особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей

Назва методик	Показники, що досліджуються
1. Методики для вивчення ставлення жінок до грошей:	
<i>1.1. Методики для вивчення монетарних установок особистості:</i>	
Методика А. Фернема «Шкала грошовий переконань та поведінки» (MBBS) (модифікований варіант М. Сімків) (Сімків, 2012)	Рівні враженості ставлення людини до грошей відповідно до 4 типів грошових настановлень: грошова одержимість; влада; економність; неадекватна поведінка з грошима
<i>1.2. Методики для вивчення переважającego типу ставлення до грошей:</i>	
Методика Т. Танга «Шкала монетарної етики» (MAS) (модифікований варіант М. Сімків) (Сімків, 2011)	Рівні враженості грошових установок за 6 шкалами: гроші як благо; гроші як зло; гроші як засіб досягнення успіху; гроші як чинник поваги до людей; планування видатків; гроші як засіб досягнення свободи та влади
<i>1.3. Методики для дослідження установок «праця-гроші»:</i>	
Методика О. Потьомкіної «Діагностика соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб» (Потьомкіна, 2001)	Рівні враженості соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб: «процес – результат», «альтруїзм – егоїзм»; «праця – гроші», «влада – свобода»
2. Методики для вивчення особистісно-професійних стилів жінок:	
<i>1.3. 2.1. Методики вивчення життєвої позиції особистості:</i>	
Опитувальник Дж. Хей «Вікна у світ» (Хей, 2020)	Рівні враженості різних комбінацій життєвих позицій особистості, які є базовими світоглядними моделями ставлення людини як до себе, так і до інших
<i>2.2. Методики вивчення особистісних стилів взаємодії з іншими людьми:</i>	
Опитувальник Дж. Хей «Особистісні стилі» (Хей, 2020)	Рівні враженості внутрішніх Его-станів людини, які втілюються в особистісних стилях поведінки людини, таких як: «Батько-Контролер», «Батько-Вихователь», «Функціональний Дорослий», «Адаптивна дитина» та «Природна дитина»
<i>2.3. Методики вивчення стилів поведінки у професійній діяльності:</i>	
Опитувальник Дж. Хей «Робочі стилі» (Хей, 2020)	Рівні враженості внутрішніх «драйверів», які формують «Робочі стилі» поведінки людини з відповідними характеристиками: («Поспішай», «Будь досконалим», «Радуй інших», «Намагайся», «Будь сильним»)
3. Методики для вивчення гендерних, соціально-демографічних, організаційно-професійних, соціально-економічних чинників, які впливають на ставлення жінок до грошей та використання ними особистісно-професійних стилів:	
<i>3.1. Методики для вивчення гендерного типу особистості:</i>	
Методика С. Бем (модифікований варіант О. Г. Лопухової «Маскулінність, фемінність та гендерний тип особистості») (Лопухова, 2003)	Рівні враженості маскулінності та фемінності, а також для визначення психологічної статі особистості

<i>3.2. Методики для вивчення соціально-демографічних, організаційно-професійних, соціально-економічних чинників ставлення жінок до грошей:</i>	
Анкета-паспортника	Соціально -демографічні показники: стать, вік, місце проживання, сімейний стан, наявність дітей; організаційно-професійні: посада в організації, рівень освіти, загальний стаж роботи, стаж роботи на посаді; соціально- економічні: соціальне походження, економічний статус сім'ї, рівень доходу

А. Фернем (1998) застосував дану методику для дослідження детермінант грошових уявлень та грошової поведінки. Після проведення дослідження на основі факторного аналізу даних автором було виділено шість типів грошових настановлень: 1) обсесія; 2) влада/витрати; 3) збереження; 4) безпека/консервативність; 5) недостатність; 6) зусилля/здатності.

М. Сімків (2012) було проведено модифікацію даної методики. Текст методики «Шкала грошових уявлень та поведінки» був перекладений українською мовою та відредагований. У процесі перекладу були враховані морфологічні та синтаксичні особливості української мови та особливості української психологічної термінології. Унаслідок цього формулювання деяких тверджень були змінені. Проте основний зміст кожного твердження збережений.

Авторський варіант методики передбачає оцінювання кожного твердження за семибальною шкалою. В модифікованому варіанті методики М. Сімків (2012), для кращого розуміння респондентами процедури оцінювання, використовується п'ятибальна шкала: 1 – повністю незгідний; 2 – незгідний; 3 – займаю нейтральну позицію; 4 – згідний; 5 – повністю згідний. У процесі проведення аналізу змістової валідності ряд тверджень були вилючені із загального списку. Таким чином, модифікований варіант методики складається з 47 тверджень, що відображають 4 типи грошових настановлень: 1) грошова одержимість; 2) влада; 3) економість; 4) неадекватна з поведінка грошима.

До фактора «Грошова одержимість» входить 15 тверджень, що відображають постійні думки людини про гроші, переживання за своє фінансове становище та небажання обговорювати його з іншими.

До другого фактора «Влада» увійшло 8 тверджень, які відображають ставлення людини до грошей як до засобу отримання контролю над іншими людьми. Гроші також забезпечують їм відчуття власної переваги та значущості.

Третій фактор «Економість» містить 12 тверджень. Зміст цих тверджень свідчить про економічне ставлення людини до грошей, небажання їх витратити.

Четвертий фактор «Неадекватна поведінка з грошима» містить 12 тверджень, що характеризують неадекватне ставлення та поведінку людини щодо грошей. Отже, чотири фактори модифікованого варіанта методики відображають різне ставлення людини до грошей.

Призначення даної методики у підбраному нами комплексі методик полягає в тому, що вона дає можливість виявити монетарні установки особистості, які формуються в результаті накопичення досвіду поводження з грошима та взаємодії з іншими людьми з приводу грошей.

Наступна методика нашого дослідження призначена для **вивчення переважającego типу ставлення до грошей**.

Для дослідження переважającego типу ставлення жінок до грошей буде використано методику Т. Танга «Шкала монетарної етики» (MAS) (модифікований варіант М. Сімків) (Сімків, 2011).

Т. Танг (1993) створив методику для вимірювання грошових установок «Шкала грошової (монетарної) етики» (Money Ethic Scale). Спочатку методика налічувала 50 тверджень, але після проведення дослідження, список скоротився до 30 тверджень. Т. Танг (1993) після проведення факторного аналізу виділив 6 основних факторів. Методика показала високу внутрішню надійність.

Отже, на думку Т. Танга (1993), грошові установки особистості складаються з трьох компонентів: 1) афективного (гроші як добро чи зло); 2) когнітивного (гроші як засіб досягнення свободи і влади; гроші як чинник поваги до людини); поведінкового (ставлення до планування грошових видатків).

У процесі модифікації даної методики М. Сімків (2011) методику було перекладено українською мовою та відредаговано експертами. У ході роботи над україномовним перекладом тексту методики були дещо змінені формулювання тверджень та уточнені назви шкал, оскільки існують певні особливості в україномовній психологічній термінології та в українській мові взагалі. Проте основний зміст кожного твердження було збережено. Була запропонована інструкція до методики та інтерпретація всіх шкал.

Перша шкала отримала назву «Гроші як благо». До цієї шкали увійшло 9 тверджень, які свідчать про позитивне ставлення людини до грошей. Людина наділяє гроші великою цінністю та вважає їх важливим фактором у своєму житті.

Друга шкала «Гроші як зло» налічує 6 тверджень, що свідчать про негативну грошову установку, ставлення до грошей як до кореня всього зла, як до непотрібної речі.

Третя шкала має назву «Гроші як засіб досягнення успіху». До цієї шкали увійшло 4 твердження, зміст яких свідчить про те, що гроші для людини стають засобом досягнення особистого успіху, вони є життєвою метою.

Четверта шкала «Гроші як чинник поваги до людей» містить 4 твердження, які відображають ставлення людини до грошей як засобу примноження друзів і можливості проявити власну компетентність за здібності. Гроші гідні пошани, та завдяки їм людей поважають у спільноті.

Шкала п'ять «Планування видатків» містить 3 твердження, що стосуються поведінкового компонента грошових установок. Тобто людина ретельно планує свій бюджет, вчасно оплачує всі рахунки та обережно витрачає гроші.

Остання шоста шкала «Гроші як засіб досягнення свободи та влади» містить 4 твердження, які відображають ставлення людини до грошей як засобу досягнення свободи та влади. Гроші символізують силу, яка дає можливість людині бути тим, ким вона хоче.

Ця методика пройшла процедуру стандартизації даних та витримала перевірку на надійність (Сімків, 2011).

Методики А. Фернема «Шкала грошовий переконань та поведінки» (MBBS) (модифікований варіант М. Сімків) у підбраному нами комплексі методик призначена для дослідження переважаючого типу ставлення жінок до грошей.

Проведемо аналіз **методики для дослідження установок «праця-гроші»**.

Для дослідження установок «праця-гроші» в контексті соціально-психологічних установок жінок використовуватиметься «Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості в сфері мотивацій та потреб» О. Потьомкіної (2001). Методика складається з 80 питань: 40 питань спрямовані на виявлення ступеня прояву соціально-психологічних установок «процес – результат», «альтруїзм – егоїзм»; 40 питань спрямовані на виявлення ступеня прояву соціально-психологічних установок «праця – гроші», «влада – свобода».

Дослідження ступеня прояву соціально-психологічних установок «процес – результат», «альтруїзм – егоїзм» у жінок може надати нам наступні дані.

«Орієнтація на процес». Люди орієнтовані на процес часто запізнюються зі здачею роботи, їх процесуальна спрямованість перешкоджає їх результативності. Вони менше замислюються над досягненням результату. Отже, можемо припустити, що при побудові професійної кар'єри такі люди можуть не досягати бажаного успіху. Така орієнтація може також впливати на їх фінансове становище.

«Орієнтація на результат». Люди, що орієнтуються на результат можуть проявляти активну поведінку у досягненні поставлених цілей в тому числі і фінансових. Досягати

результату в будь-якій діяльності всупереч суєті, перешкод, невдач.

«Орієнтація на альтруїзм». Люди, які орієнтуються на альтруїстичні цінності, часто на шкоду собі, проте заслуговують на повагу. Вони з відкритим серцем відгукуються на прохання про допомогу. Вони можуть поділитися останнім, що в них є.

«Орієнтація на егоїзм». Відсутність егоїзму може нашкодити людині, як і надмірний альтруїзм. Невеличка частка «розумного егоїзму» йде людині на користь і допомагає зберегти власні кордони. Проте люди з надмірно вираженим егоїзмом зустрічаються не так часто.

Щодо дослідження соціально-психологічних установок «свобода влада», «праця – гроші» методика має наступні шкали.

«Орієнтація на працю». Люди, які орієнтуються на працю, увесь свій час використовують для того, щоб щось зробити. Іноді вони не мають вихідних і відпусток. Вони отримують задоволення у праці. Люди з такою працездатністю можуть досягати великих професійних успіхів, але їм слід бути обережними і не потрапити до пастку трудоголізму.

«Орієнтація на свободу». Такі люди обирають головною цінністю свободу. Слід зазначити, що часто орієнтація на свободу поєднується з орієнтацією на працю, рідше це поєднання «свободи» і «грошей».

«Орієнтація на владу». Існує думка, що ця орієнтація більше властива чоловікам. Для цих людей провідною цінністю є вплив на інших.

«Орієнтація на гроші». Зазвичай буває в двох випадках, коли гроші є і коли їх немає. Провідна цінність – збільшення своїх статків.

У нас час суспільних трансформаційних перетворень відбувається зміна цінностей і усталених поглядів на життя, тому дослідження соціально-психологічних орієнтацій особистості має важливе значення. «Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості в сфері мотивацій та потреб» О.Ф. Потьомкіної (2001), яку ми застосовуємо в комплексі методик нашого дослідження, призначена для дослідження установок «праця-гроші» в контексті соціально-психологічних установок жінок.

Далі розглянемо **другу групу методик, які дають можливість дослідити особистісно-професійні стилі жінок.**

У цій групі першою проаналізуємо **методику для вивчення життєвої позиції особистості.**

Дослідження життєвої позиції жінок буде здійснено за допомогою опитувальника Дж. Хей «Вікна у світ» (Дж. Хей, 2020).

Життєві позиції Е. Берн (1999) визначав як екзистенційні позиції, або ставлення людини до світу, у якому вона живе (Дж. Хей, 2020). Т. Харріс (2020) називає їх «установками життя».

Отже, життєва позиція – це стійка, внутрішньо усвідомлена система поглядів людини на життя як концепцію, на свою діяльність, а також система ставлень її до суспільства, до самої себе, зумовлена об'єктивним становищем людини у визначеній системі суспільних відносин. Водночас, життєва позиція є одним із способів соціалізації особистості, її своєрідною соціальною інтеграцією (Стюарт, & Джойнс, 1996).

Фахівці з транзакційного аналізу стверджують, що в основі життєвого сценарію людини лежить життєва позиція індивіда. Життєва позиція, виступаючи одним з основних регуляторів соціальної поведінки в конкретних умовах, забезпечує перспективу життєвого шляху і розвитку індивідуальності людини (Стюарт, & Джойнс, 1996).

Отже, об'єднавши всі можливі комбінації екзистенційних позицій, визначених Е. Берном (1999), отримуємо чотири життєвих установки стосовно себе та інших: 1) «Я не в порядку, Ви в порядку» («Я не ОК – Ви ОК»); 2) «Я не в порядку, Ви не в порядку» («Я не ОК – Ви не ОК»); 3) «Я в порядку, Ви не в порядку» («Я ОК – Ви не ОК»); 4) «Я в порядку, Ви в порядку» («Я ОК – Ви ОК») (Харріс, 2020).

Можливі комбінації життєвих позицій Дж. Хей (2020) розглядає у вигляді простої матриці як набір вікон, через які люди дивляться на світ. Дж. Хей (2020) додає до цієї концепції

п'яте вікно, яке, на її думку, чисте від викривлень сприйняття «Я, Ти» – це «відчинене вікно».

На основі теорій транзакційного аналізу, зокрема концепції життєвих позицій, Дж. Хей (2020) розробила опитувальник «Вікна у світ». Опитувальник складається з 9 розділів, кожен з них має по 4 твердження. З чотирьох тверджень необхідно обрати лише одне. Після обробки результатів опитувальник пропонує намалювати гістограму – індивідуальний профіль особистості за чотирма шкалами: «Переможець-Переможець» («Впевнений»); «Той, що програв – Переможець» («Послужливий»); «Переможець – той, що програв» («Агресивний»); «Той, що програв – Той, що програв» («Байдужий»).

«Переможець – Переможець» (Впевнений) («Я ОК – Ви ОК») – включення у взаємодію: «Здорова позиція». Ця позиція базується на реальності. Людина бере участь у житті та розв'язанні життєвих проблем. Діє з метою досягнення бажаних для неї виграваних результатів. Реалізує творчий підхід до вирішення завдань.

«Той, що програв – Переможець» («Послужливий») («Я не ОК – Ви ОК») – вихід із взаємодії: «Депресивна позиція». Людина почувається «нижче», ніж інші люди. Несвідомо вона буде обирати неприємні для неї почуття і поведінкові прояви, які «стверджуватимуть», що своє місце у житті вона визначає правильно. Людина ніби не має прав, завжди є люди, які мають більше прав, ніж вона.

«Переможець – Той, що програв» («Агресивний») («Я ОК – Ви не ОК») – позбавлення від взаємодії: «Дитяча позиція». Оборонна позиція. Намагання «піднятися» над іншими людьми. При цьому інші люди будуть сприймати цю людину як агресивну, байдужу та гнітючу.

«Той, що програв – Той, що програв» («Байдужий») («Я не ОК – Ви не ОК») – неключення у взаємодію: «Марна позиція». Людина вважає весь світ та інших людей невдахами, так само, як і себе саму. В неї недбале ставлення до більшості життєвих починань. Для неї «подарунків не існує».

Таким чином, за допомогою опитувальника Дж. Хей (2020) «Вікна у світ» ми плануємо дослідити поведінкову стратегію жінок, яка ґрунтується на аналізі життєвої позиції та показує ставлення до себе та інших.

Перейдемо до аналізу *методики для вивчення особистісних стилів взаємодії з іншими людьми*.

Для дослідження особистісних стилів взаємодії з іншими людьми доцільним є використання опитувальника Дж. Хей (2020) «Особистісні стилі».

Опитувальник «Особистісні стилі» був розроблений Дж. Хей (2020) на основі концепції «Его-станів» з використанням «Функціональної моделі станів «Я».

Концепція «Его-станів» була розроблена Е. Берном (1999) як модель особистості, яка заснована на станах «Я», які можуть бути змодельовані у структурному і функціональному плані.

Структурна модель «Его-станів» показує, що являє собою кожен зі станів «Я» (Структура = «Що?» = Зміст). Функціональна модель виявляє низку різновидів основних «станів Я» показує, як люди їх використовують (Функція = «Як?» = Зміст) (Стюарт, & Джойнс, 1996).

Кожному зі станів «Я» відповідають відповідні думки, відчуття та поведінка, які проявляються у взаємодії з іншими людьми. Функціональна модель «Его-станів» має п'ять різновидів станів «Я»: «Батько – Контролер»; «Батько – Вихователь»; «Функціональний Дорослий»; «Природна Дитина»; «Адаптивна Дитина».

Опитувальник Дж. Хей (2020) «Особистісні стилі» містить 40 тверджень, які необхідно оцінити за шкалою: повністю незгодний; частково згодний; цілком згодний; повністю згодний. Після обробки даних отримані результати пропонується намалювати у вигляді гістограми за кожною шкалою, на основі сумарних оцінок. Таким чином, можна отримати особистісний профіль людини і дослідити особистісні стилі взаємодії (поведінкові Его-стати).

«Батько – Контролер» – позитивна сторона цього особистісного стилю: встановлення

правил взаємодії, особистісних кордонів, твердість, рішучість, контроль виконання домовленостей. Негативна сторона – «командування» та «придушення» інших людей. Ставлення до інших, як до «дітей».

«*Батько – Вихователь*» – піклування про інших і самого себе, уважність, схильність допомагати іншим. Надмірне занурення у цей стан робить людину нав'язливою, з гіперопікаючою поведінкою. Така людина позбавляє іншу людину можливості самостійно рости і розвиватися.

«*Функціональний Дорослий*» – логічне мислення, розум, бачення причинно-наслідкових зв'язків, розв'язання проблем та прийняття рішень, аналіз «тут і зараз». Надмірне використання цього «Его-стану» робить людину нудною і занадто логічною. Така людина аналізує все занадто серйозно.

«*Природна Дитина*» – під впливом цього «Его-стану» людина відчуває свої потреби і проявляє справжні почуття, наповнена творчою енергією. Часто діє імпульсивно. Проявляє відчуття радості, захоплення та дружелюбність. Але надмірне перебування у стані «Природної (вільної) Дитини» може бути розцінене іншими людьми як несерйозність та надмірна емоційність.

«*Адаптивна Дитина*» – така людина швидко пристосовується до вимог навколишнього середовища, вона привітлива і знає як поводити себе у суспільстві.

Людина поводить «як потрібно», а не «як хочеться». Якщо занадто захопитися цим поведінковим стилем, то можна відчути відсутність свободи і неможливість отримати бажане. Така людина в очах оточення часто виглядає невпевненою в собі.

Отже, опитувальник Дж. Хей (2020) «Особистісні стилі», який ми застосовуємо в комплексі методик нашого дослідження, призначений для дослідження особистісних стилів взаємодії жінок з іншими людьми.

Проведемо далі аналіз **методики для вивчення стилів поведінки у професійній діяльності**. Для дослідження стилів поведінки у професійній діяльності буде використаний опитувальник Дж. Хей «Робочі стилі» (Дж. Хей, 2020).

В основі опитувальника «Робочі стилі» Дж. Хей (2020) лежить концепція драйверної поведінки Т. Кейлера (Дж. Хей, 2020).

Поняття директивної поведінки (драйверу) було введено Т. Кейлером (1974) на основі ідеї Е. Берна (1999) про те, що сценарій може програватись протягом коротких проміжків часу. Драйвер – це характерний набір поведінкових реакцій, що розгортаються у часовому проміжку до декількох секунд (Стюарт, & Джойнс, 1996). З роками ця концепція перетворилася на простий набір з п'яти характерних стилів поведінки. Їх називали драйверами, щоб підкреслити їхній «компульсивний» і нав'язливий початок, особливо коли людина перебуває у стресі. Драйвери – це несвідомі спроби поводитися так, щоб отримати визнання іншими, вони також є запрограмованими реакціями на послання, які людина отримала від значущих людей в минулому (Дж. Хей, 2020).

Драйвери отримали назву у відповідності до своїх характеристик:

«Будь досконалим» («Be perfect»), «Радуй інших» («Please others»), «Намагайся» («Try hard»), «Будь сильним» («Be strong»), «Поспішай» («Hurry»). Більш за все ці драйвери проявляються у поведінці, кожна людина використовує їх протягом життя не тільки як несвідомі моделі сценарної поведінки, а і як «Робочі стилі».

Отже, існує п'ять «Робочих стилів».

«*Будь досконалим (крацим)*» – людям з цим провідним драйвером притаманні такі риси, як методичність, надійність, точність. Їм властиве прагнення до високих стандартів виконання будь-якої діяльності. Саме через ці стандарти, які є зазвичай завищеними, у них можуть виникати конфлікти з оточуючими. Стосовно себе ці люди також висувають занадто високі вимоги: якщо вони не змогли зробити щось «бездоганно», то досить сильно дорікають собі за власні помилки. Через бажання зробити якнайкраще такі люди можуть зривати строки

виконання роботи: хочуть щось доробити, покращити тощо. У результаті робота виконується невчасно. Для людини, що має цей драйвер за головний, важливо бути кращою за інших. Тому вона і висуває до себе такі високі вимоги: я можу бути кращою лише тоді, коли буду виконувати бездоганно свою роботу (доручення, хобі, навчання тощо). Для таких людей властиве планування своєї діяльності, але ці плани не завжди втілюються у життя як такі, що не відповідають завищеним стандартам.

«*Радуй інших*» – для людини, у якої даний драйвер є головним, властиве прагнення до того, щоб навколо все було спокійно, добре, безконфліктно. Провідною детермінантою для цього драйверу є бажання подобатись іншим, причому часто за будь-яку ціну, навіть за рахунок знецінювання власних переживань та прагнень. Поведінка таких людей обумовлена пошуком підтримки та схвалення з боку оточуючих. Вони не просять про допомогу чи задоволення власних потреб у оточуючих, через очікування, що оточуючі мають самостійно здогадатись, чого вони насправді бажають. Такі люди спрямовані на надання допомоги іншим, часто забуваючи про власні потреби. Провідною потребою для людини із драйвером «Подобайся іншим» є спілкування. Саме в спілкуванні вони можуть отримувати «психологічне визнання» своєї особистості.

«*Будь сильним*» – людина, котра має цей драйвер, демонструє такі риси, як: раціональність, інтегративність, чіткість у виконанні завдань, силу, витривалість. Вона працює у напруженому графіку, використовуючи всю свою витривалість. Через такий спосіб роботи у неї може виникати стрес, фізичне перевантаження. Також проявом цього драйверу є «заборона» на почуття: власні та почуття інших людей. Головним для неї є виконання роботи, навіть ціною фізичного виснаження. Ігнорування власного тіла і тілесних відчуттів може призвести до виникнення психосоматичних захворювань. Людина з цим драйвером не любить просити про допомогу, оскільки розглядає це як прояв слабкості, що є неприпустимим для цього драйверу.

«*Намагайся*» – для людини, що має даний драйвер, провідним є здійснення дій, вчинків, які вимагають від особистості значних «енергетичних» зусиль. При здійсненні певної діяльності така людина буде намагатись стовідсотково використовувати свій ресурс. Їм подобаються нові незнайомі завдання. На початку нової роботи вони дуже енергійні, активно включаються в роботу, але через деякий час, якщо відсутня новизна у роботі, втрачають інтерес до неї. Активність знижується, і вони починають шукати щось інше, нове, оригінальніше. Таким чином, в арсеналі таких людей є багато розпочатих справ, але лише незначна їх частина доводиться до логічного завершення. Найбільш яскраво це проявляється на рівні хобі: фактично не має такого заняття, яке продовжувалося б тривалий час.

«*Поспішай*» – проявом цієї драйверної поведінки є постійне «поспішання» та високий рівень «зайнятості» людини; така особистість завжди перебуває у активному русі, здійсненні певних дій, планів тощо. Люди із цим драйвером швидко думають та приймають рішення. Можуть запізнюватись на ділові зустрічі, роботу. Вони погано слухають оточуючих, часто закінчуючи речення за свого співрозмовника. Це не люди деталей, вони мислять «глобально». Швидкий темп виконання роботи та бажання здійснювати якомога більше одночасно можуть призвести до виникнення стресу. Через велику завантаженість такі люди не встигають виконати всю роботу, припускаються помилок у процесі її виконання.

Опитувальник Дж. Хей (2020) «Робочі стилі» має 25 тверджень, які пропонується оцінити по шкалі від 0 до 8, де: 8 – повна згода, а 0 – повна незгода. Після обробки даних результати пропонується намалювати у вигляді гістограми за 5 шкалами: «Поспішай», «Будь досконалим», «Радуй інших», «Намагайся», «Будь сильним».

Опитувальник Дж. Хей (2020) «Робочі стилі» у запропонованому нами комплексі методик призначений для дослідження стилів поведінки жінок у професійній діяльності.

Далі розглянемо третю групу методик, у яку увійшли методики для вивчення соціально-демографічних, організаційно-професійних, соціально-економічних та гендерних чинників, які впливають на ставлення жінок до грошей.

Першою проаналізуємо *методику для вивчення гендерного типу особистості*. Для дослідження гендерного типу особистості буде використана методика С. Бем (модифікований варіант О.Г. Лопухової «Маскулінність, фемінність та гендерний тип особистості» (О. Лопухіна, 2013).

Методика С. Бем «Bem Sex Role Inventory» призначена для вимірювання рівня маскулінності та фемінності, а також для визначення психологічної статі особистості. Концептуальною основою оригінальної методики є теорія андрогін. Підставою теорії андрогін стала ідея А. Константінопль (1973), що фемінність і маскулінність – не протилежні полюси одновимірного континууму, а скоріше незалежні конструкти. Відповідно до теорії андрогін, кожна особистість може володіти і фемінними, і маскулінними характеристиками одночасно, крім того, передбачалося, що ефективність функціонування особистості в будь-якій сфері діяльності залежить від здатності проявляти як фемінні, так і маскулінні якості адекватно ситуацій, що виникають, а не обмежувати свою поведінку відповідно до статевої приналежності. У руслі цих ідей в 1971–1974 рр. С. Бем розробила опитувальник «Bem Sex Role Inventory» (О. Лопухіна, 2013).

Методика С. Бем «Bem Sex Role Inventory» складається з 3 шкал: шкали маскулінності, шкали фемінності та буферної шкали загальнолюдських якостей. В адаптованому варіанті шкали маскулінності та фемінності містять по 14 особистісних якостей, які відображають чоловічі або жіночі характеристики, кількість тверджень було скорочено до 27 (О. Лопухіна, 2013).

Шкала маскулінності складається з наступних характеристик особистості: мужність, вміння самостверджуватися, наполегливість, аналітичність, здатність керувати, готовність ризикувати, домінування, зовнішня стриманість, здатність діяти у якості лідера, сила, сміливість, сила волі, витривалість.

Шкала фемінності містить наступні характеристики: жіночність, поступливість, сором'язливість, схильність до прояву почуттів, ніжність,

співчутливість, м'якість висловлювань, прагнення втішити, чарівність, довірливість, дитяча безпосередність, відсутність різких, грубих висловлювань, краса, терпимість.

Методика дозволяє проаналізувати окремо рівень кожної зі шкал, а також в подальшому визначити психологічну стать особистості. Отже, *маскулінна психологічна стать* визначається перевагою маскулінних характеристик над фемінними, *фемінна психологічна стать* характеризується суттєво вищим рівнем фемінності, ніж маскулінності. Маскулінна психологічна стать є варіантом норми для чоловіків, фемінна – для жінок, а повна невідповідність психологічної статі біологічній є ознакою крос-гендерності особистості.

Андрогінна психологічна стать передбачає, що рівень і маскулінних, і фемінних характеристик буде високим. Цей тип психологічної статі сьогодні вважається нормою як для чоловіків, так і для жінок.

Недиференційована психологічна стать характеризується низьким рівнем прояву як маскулінності, так і фемінності та є ознакою психопатології або крос-культурних відмінностей у розумінні маскулінності та фемінності.

Методика С. Бем (модифікований варіант О. Г. Лопухової) «Маскулінність, фемінність та гендерний тип особистості» в підбраному нами комплексі методик призначена для дослідження гендерного типу особистості.

Розглянемо *методику для вивчення соціально-демографічних, організаційно-професійних та соціально-економічних чинників, які впливають на ставлення жінок до грошей*. Для вивчення даної групи чинників планується використання «Анкети-паспортички». До анкети будуть включені питання для дослідження таких характеристик жінок: а) соціально-демографічних показників жінок (стать, вік, місце проживання, сімейний стан, наявність дітей, кількість дітей та ін.); б) організаційно-професійних (напрямок професійної діяльності/ відсутність професійної зайнятості, посада в організації, рівень освіти, загальний стаж роботи,

стаж роботи на посаді та ін.); в) соціально-економічних (соціальне походження, економічний статус сім'ї, рівень доходу та ін.).

Низка досліджень психології грошей показують, що ставлення особистості до грошей перебуває в тісному зв'язку як з психологічними чинниками, так і з соціально-демографічними, організаційно-професійними та соціально-економічними.

Так, дослідження гендерних особливостей ставлення до грошей А. Фермена (1998) показує, що жінки частіше відчують одержимість грошима, вони більше консервативні у фінансових питаннях та схильні вважати, що вони гірше контролюють власне фінансове становище, ніж чоловіки. Т. Миронова (2012), досліджуючи соціально-демографічні детермінанти, що впливають на процес формування монетарних установок, виявила вплив чинника «місце проживання». Так, проживання на «периферії» впливає на сприйняття грошей як об'єкта, що приносить задоволення, допомагає відчути себе впевнено і вільно. Існують також вікові особливості ставлення до грошей. А. Фернем (1998) виявив, що молоді люди більш схильні використовувати гроші як засіб впливу на інших людей, меншою мірою дбають про фінансову безпеку та менш стурбовані питаннями фінансового майбутнього, порівняно з особами старшого віку.

Взаємозв'язок монетарних установок з рівнем доходу підтверджують результати багатьох зарубіжних і вітчизняних досліджень. П. Вернімонт та С. Фіцпатрік (1972) 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.

Дослідження взаємозв'язку монетарних установок з рівнем освіти особистості показали, що менш освічені люди частіше переживають грошову одержимість та використовують гроші в якості інструменту впливу на інших. Більш освічені особи більше уваги приділяють плануванню власних доходів, витрат та заощаджень (Сімків, 2014). О. Паршак (2020), досліджуючи ставлення персоналу комерційних організацій до грошей виявив, що позитивне ставлення до грошей зростає в міру підвищення рівня освіти та стажу роботи в компанії.

Таким чином, монетарні установки особистості перебувають у тісному взаємозв'язку не тільки з психологічними, а і з соціально-демографічними, організаційно-професійними та соціально-економічними чинниками.

Анкету-«паспортичку» нами було включено до комплексу методик з метою дослідження соціально- демографічних, організаційно-професійних та соціально-економічних чинників, які впливають на ставлення жінок до грошей.

Висновки:

1. У процесі дослідження визначено комплекс методик для дослідження особистісно-професійних стилів поведінки як чинника ставлення жінок до грошей.

2. Комплекс включає три групи методик: для вивчення ставлення жінок до грошей; методики для дослідження особистісно-професійних стилів жінок; методики для вивчення гендерних, соціально-демографічних, організаційно-професійних, соціально-економічних характеристик жінок, які впливають на їх ставлення до грошей.

3. У першій групі виділено методики для: визначення монетарних установок особистості; дослідження переважаючого типу ставлення особистості до грошей; вивчення соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб.

4. До складу другої групи входять методики для: дослідження життєвої позиції особистості; вивчення особистісних стилів взаємодії з іншими людьми; аналізу стилів поведінки у професійній діяльності.

5. До третьої групи увійшли: методики для вивчення гендерного типу жінок; аналізу соціально-демографічних, організаційно-професійних чинників та соціально-економічних чинників, які впливають на ставлення жінок до грошей.

6. Використання комплексу вказаних методик дає можливість, на наш погляд,

емпірично дослідити особистісно-професійних стилі поведінки як чинника ставлення жінок до грошей.

Перспективи подальших досліджень. Перспективи дослідження ми вбачаємо у розробці тренінгової програми для жінок, яка спрямована на формування у жінок усвідомленого ставлення до грошей. Тренінгова програма може бути впроваджена для психологічної підготовки жінок, які працюють в державних та комерційних організаціях, є членами громадських організацій.

Література

1. Берн, Э. (1999). *Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы*. Москва: ФАИР-ПРЕСС.
2. Горностай, П. (2007). *Личность и роль: Ролевой подход в социальной психологии личности*. Киев: Интерпресс ЛТД.
3. Зубіашвілі, І. К. (2009). *Ставлення до грошей як фактор економічної соціалізації старшокласників*. Автореф. дис. канд. психол. наук. Київ.
4. Зубіашвілі, І. К. (2007). Проблема монетарних відносин особистісно зрілих людей у сучасній психології. *Наукові записки Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*, 32, 116–123.
5. Карамушка, Л. М., & Ходакевич, О. Г. (2017). *Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей*: монографія. Київ: КНЕУ.
6. Карамушка, Л. М., & Ходакевич, О. Г. (2012). Оцінка студентами ролі грошей у їх життєдіяльності. *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. пр. Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України, 1, 35, 111–117.
7. Костіна, Т. О. (2011). Дослідження провідного драйверу особистості юнацького віку. *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. пр. Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України, 1, 57, 92–100.
8. Лопухина, О. Г. (2013). Опросник «Маскулинность, феминность и гендерный тип личности» (Российский аналог «Bem Sex Role Inventory»). *Вопросы психологии*, 1, 147–154.
9. Миронова, Т. Ю. (2012). Некоторые факторы отношения подростков и юношей к деньгам. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Философия. Психология. Педагогика*, 12, 3, 74–78.
10. Паршак, О. І. (2018). Методики для дослідження ставлення до грошей персоналу комерційних організацій. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 2 (13), 93–99.
11. Паршак, О. І. (2020). Оцінка персоналом комерційних організацій ролі грошей у його життєдіяльності: зв'язок із психологічними та організаційно-функціональними характеристиками організацій. *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. пр. Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України, 1, 57, 92–100.
12. Сімків М. В. (2011). Адаптація модифікованого українського варіанта методики Т.Танга «Шкала грошової етики» (ШГЕ). *Практична психологія та соціальна робота*, 2, 22–26.
13. Сімків, М. В. (2012). Модифікований варіант методики А. Фернема «Шкала грошових уявлень та поведінки». *Освіта регіону*, 2, 295–301.
14. Сімків, М. В. (2012). Суб'єктивний контроль як чинник ставлення до грошей у жінок. *Проблеми загальної та педагогічної психології*: зб. наук. пр. Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України, 12, 1, 541–551.
15. Сімків, М. В. (2014). Соціально-демографічні чинники монетарних настановлень молоді. *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. пр. Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України, 10, 26, 666–678.
16. Стюарт, Я., & Джойнс, В. (1996). *Транзактний аналіз*. Санкт-Петербург: Соціально-психологічний центр.
17. Харрис, Т. Э. (2020). *Я – О'Кей, Ты – О'Кей*. Москва: Академический проект.
18. Хей, Дж. (2020). *Транзактний аналіз для тренерів*. Санкт-Петербург: Метанойя.
19. Constantinople, A. (1973). Masculinity-femininity: An exception to a famous dictum. *Psychol. Bull.*, 80, 389–407.
20. Furnham, A., & Argyle, M. (1998). *The psychology of money*. New York: Routledge.
21. Kahler, T., & Capers H. (1974). The Miniscript. *Transactional Analysis Journal*, 4, 1, 26–42.
22. Tang, T. (1993). The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 93–109.
23. Wernimont, P. F. & Fitzpatrick, S. (1972). The meaning of money. *Journal of Applied Psychology*, 56, 218–226.

References

1. Berne, E. (1999). *Igry, v kotorye igrajut ljudi: Psihologija chelovecheskih vzaimootnoshenij; Ljudi, kotorye igrajut v igry: Psihologija chelovecheskoj sudby* [Games people play: the psychology of human relationships; People who play games: the psychology of human destiny]. Moscow: FAIR-PRESS [in Russian].
2. Gornostaj, P. (2007). *Lichnost i rol: Rolevoj podhod v socialnoj psihologii lichnosti* [Personality and role: Role approach in social psychology of personality]. Kiev: Interpress LTD [in Russian].

3. Zubiashvili, I. K. (2009). *Stavlennia do hroshei yak faktor ekonomichnoi sotsializatsii starshoklasnykiv* [Attitude towards money as a high school students' economic socialization factor]. Kyiv [in Ukrainian].
4. Zubiashvili, I. K. (2007). Problema monetarnykh vidnosyn osobystisno zriykh liudei u suchasni psykholohii [The problem of monetary relations between personally mature people in modern psychology]. *Naukovi zapysky Instytutu psykholohii im. H. S. Kostiuka APN Ukrainy*, 32, 116–123 [in Ukrainian].
5. Karamushka, L. M., & Khodakevych, O. H. (2017). *Psykhologichni osoblyvosti stavlennia studentskoi molodi do hroshei* [Psychological features of students' attitude towards money: a monograph]. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
6. Karamushka, L. M., & Khodakevych, O. H. (2012). Otsinka studentamy roli hroshei u yikh zhyttiedialnosti [Students' assessment of the role of money in their lives]. *Aktualni problemy psykholohii: zb. nauk. pr. Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuka APN Ukrainy*, 1, 35, 111–117 [in Ukrainian].
7. Kostina, T. O. (2011). Doslidzhennia providnoho draiveru osobystosti yunatskoho viku [A study of the leading driver of adolescence]. *Aktualni problemy psykholohii: zb. nauk. pr. Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuka APN Ukrainy*, 1, 57, 92–100 [in Ukrainian].
8. Lopuhina, O. G. (2013). Oprosnik «Maskulinnost, feminnost i gendernyj tip lichnosti» (Rossijskij analog «Bem Sex Role Inventory») [Questionnaire "Masculinity, femininity and gender type of personality" (Russian analogue of the Bem Sex Role Inventory)]. *Voprosy psihologii*, 1, 147–154 [in Russian].
9. Mironova, T. Ju. (2012). Nekotorye faktory otnoshenija podrostkov i junoshej k dengam [Some factors in adolescents and young people's attitude towards money]. *Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija. Filosofija. Psihologija. Pedagogika*, 12, 3, 74–78 [in Russian].
10. Parshak, O. I. (2018). Metodyky dlja doslidzhennia stavlennia do hroshei personalu komertsiiykh orhanizatsii [Tools for studying commercial organization staff's attitude towards money]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia*, 2 (13), 93–99 [in Ukrainian].
11. Parshak, O. I. (2020). Otsinka personalom komertsiiykh orhanizatsii roli hroshei u yoho zhyttiedialnosti: zviazok iz psykhologichnymy ta orhanizatsiino-funktsionalnymy kharakterystykamy orhanizatsii [Staff's assessment of the role of money in the life of commercial organizations: the relationship with the organizations' psychological, organizational and functional characteristics]. *Aktualni problemy psykholohii: zb. nauk. pr. Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuka APN Ukrainy*, 1, 57, 92–100 [in Ukrainian].
12. Simkiv M. V. (2011). Adaptatsiia modyfikovanoho ukrainomovnoho varianta metodyky T.Tanha «Shkala hroshovoi etyky» (ShHE) [Adaptation of the modified Ukrainian version of T. Tang's Monetary Ethics Scale (MES)]. *Praktychna psykholohiia ta sotsialna robota*, 2, 22–26 [in Ukrainian].
13. Simkiv, M. V. (2012). Modyfikovanyi variant metodyky A. Fernema «Shkala hroshovykh uiaflen ta povedinky» [Modified version of A. Fernem's Monetary Ideas and Behavior Scale]. *Osvita rehionu*, 2, 295–301 [in Ukrainian].
14. Simkiv, M. V. (2012). Subiektyvnyi kontrol yak chynnyk stavlennia do hroshei u zhinok [Subjective control as a factor in women's attitudes to money]. *Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psykholohii: zb. nauk. pr. Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuka APN Ukrainy*, 12, 1, 541–551 [in Ukrainian].
15. Simkiv, M. V. (2014). Sotsialno-demohrafichni chynnyky monetarnykh nastanovlen molodi [Socio-demographic factors in young people's monetary attitudes]. *Aktualni problemy psykholohii: zb. nauk. pr. Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuka APN Ukrainy*, 10, 26, 666–678 [in Ukrainian].
16. Stjuart, Ja., & Dzhojns, V. (1996). *Tranzaktnyj analiz* [Transactional analysis]. Sankt-Peterburg: Socialno-psihologicheskij centr [in Russian].
17. Harris, T. Je. (2020). *Ja – O'Kej, Ty – O'Kej* [I'm OK, you're OK]. Moskva: Akademicheskij proekt [in Russian].
18. Hej, Dzh. (2020). *Tranzaktnyj analiz dlja trenerov* [Transactional analysis for coaches]. Sankt-Petersburg: Metanoja [in Russian].
19. Constantinople, A. (1973). Masculinity-femininity: An exception to a famous dictum. *Psychol. Bull.*, 80, 389–407.
20. Furnham, A., & Argyle, M. (1998). *The psychology of money*. New York: Routledge.
21. Kahler, T., & Capers H. (1974). The Miniscript. *Transactional Analysis Journal*, 4, 1, 26–42.
22. Tang, T. (1993). The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 93–109.
23. Wernimont, P. F. & Fitzpatrick, S. (1972). The meaning of money. *Journal of Applied Psychology*, 56, 218–226.

Nataliia Klymenko. A set of instruments to study women's personal and professional behavioral styles as factors in their attitudes towards money.

Introduction. In order to study the impact of women's personal and professional behavioral styles on their attitudes towards money, which is an important problem in the context of women's economic socialization and inclusion in social and professional life, researchers need, in particular, special research methods and instruments.

Aim. To develop a set of instruments to study women's personal and professional behavioral styles as factors in their attitudes towards money.

Results. The author has developed a set of instruments, which includes (a) instruments to study monetary attitudes of a person, (b) instruments to study women's personal and professional behavioral styles, and (c) instruments to study gender, socio-demographic, organizational-professional and socio-economic factors behind women's attitudes towards money and personal and professional behavioral styles.

Conclusions. The proposed set of instruments can be used for assessing women's personal and professional behavioral styles as factors in their attitudes to money.

Key words: women's attitude towards money, monetary attitudes of the individual, prevailing attitudes towards money, work-money attitudes, personal and professional behavioral styles, life positions of the individual, personal style of interaction with other people, work behavioral styles, factors behind attitudes towards money, instruments to study attitudes towards money, instruments to study women's personal and professional behavioral styles.

Відомості про автора

Клименко Наталія Геннадіївна, аспірантка Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Klymenko, Nataliia, PhD student, G.S. Kostyuk Institute of psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: nk.psychol@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1897-3201>

Отримано 2 листопада 2020 р.

Рецензовано 19 листопада 2020 р.

Прийнято 20 листопада 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.7>

УДК 159.923

Клочко Алла

ТИПИ МЕНЕДЖЕРІВ ОСВІТНІХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЗА ЇХНІМ СТАВЛЕННЯМ ДО ЗМІН: ЗВ'ЯЗОК ІЗ ПСИХОЛОГІЧНИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Клочко Алла. Типи менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін: зв'язок із характеристиками організацій.

Вступ. Модернізація освіти актуалізує проблему врахування психологічних характеристик освітніх організацій, які можуть сприяти розвитку інноваційних стилів управління, притаманним певним типам менеджерів освіти.

Мета дослідження: проаналізувати зв'язок між психологічними характеристиками організації і типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

Методи дослідження. Опитувальники «Як Ви ставитесь до змін?» К. Фрайлінгера та І. Фішера, «Як розвивається Ваша організація?» В. Зігerta, Л. Ланге, (модифікація Л.М. Карамушки), методика «Оцінка задоволення роботою» В.О. Розанової, шкала суб'єктивного благополуччя Г. Перуе-Баду (адаптація М.В. Соколової), авторська анкета-паспортника.

Результати дослідження. У статті на основі емпіричного дослідження встановлено позитивні та негативні статистично значущі зв'язки між трьома групами психологічних характеристик організації (внутрішньоорганізаційними; які відображають взаємодію організації та персоналу; організаційно-функціональними) і окремими типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

Висновки. Врахування виявлених закономірностей може сприяти психологічному забезпеченню

розвитку інноваційних стилів управління у менеджерів освіти.

Ключові слова: освітні організації, менеджери освітніх організацій, типи менеджерів освіти, традиційні стилі управління, інноваційні стилі управління, психологічні характеристики організації.

Клочко Алла. Типы менеджеров образовательных организаций по их отношениям к изменениям: связь с характеристиками организации

Введение. Модернизация образования актуализирует проблему учета психологических характеристик образовательных организаций, которые могут способствовать развитию инновационных стилей управления, присущих определенным типам менеджеров образования.

Цель исследования: исследовать связь между психологическими характеристиками организации и типами менеджеров образовательных организаций по их отношению к изменениям.

Методы исследования. Опросники «Как Вы относитесь к изменениям?» К. Фрайлингера и И. Фишера, «Как развивается Ваша организация?» В. Зигерта, Л. Ланге, (модификация Л. Карамушки), методика «Оценка удовлетворение работой» В.О. Розановой, шкала субъективного благополучия Г. Перуе-Баду (адаптация М.В. Соколовой), авторская анкет-паспортичка.

Результаты исследования. В статье на основе эмпирического исследования установлены положительные и отрицательные статистически значимые связи между тремя психологическими характеристиками организации (внутриорганизационными; отражающими взаимодействие организации и персонала; организационно-функциональными) и отдельными типами менеджеров образовательных организаций по их отношению к изменениям.

Выводы. Учет выявленных закономерностей может способствовать психологическому обеспечению развития инновационных стилей управления у менеджеров образования.

Ключевые слова: образовательные организации, менеджеры образовательных организаций, типа менеджеров образования, традиционные стили управления, инновационные стили управления, психологические характеристики организации.

Вступ. Стрімке прискорення темпів суспільного розвитку, глобалізація, зміна парадигм, систем цінностей перетворюють освітню організацію сьогодні в епіцентр інноваційних змін.

Аналіз літератури показує, що проблема управління інноваційними змінами в організаціях, зокрема в освітніх, знайшла відображення в працях зарубіжних (Бишоп, &Тейлор, 2002; Стюарт, 2001; Фрайлингер, & Фишер, 2002) та вітчизняних (Даниленко, 2002; Калініна, Карамушка, Сорочан, & Шиян, 2011; Карамушка, &Толков, 2013) науковців.

Важливу роль у процесі введення змін в освітніх організаціях можуть відігравати інноваційні стилі управління менеджерів освіти. Згідно з нашим підходом (Клочко, 2017) *інноваційні стилі управління* являють собою систему методів, прийомів, способів здійснення управлінської діяльності відповідно до інноваційних завдань, які виникають сьогодні в організації: реалізація не лише власне управлінських (адміністративних) завдань, але і лідерських завдань; здатність впроваджувати інноваційні підходи в управлінні; здатність створювати команди та працювати в командах; уміння гармонійно поєднувати інтереси організації та працівників; здатність керівника продовжувати власний саморозвиток тощо. Окрім характеристик менеджерів, які, як доведено в наших попередніх дослідженнях (Клочко, 2020), можуть впливати на використання менеджерами інноваційних стилів управління в процесі ведення змін, суттєве значення можуть відігравати і психологічні характеристики освітніх організацій. Ця проблема, наскільки нам відомо, є недостатньо дослідженою в літературі.

Виходячи із актуальності та недостатньої розробки проблеми, нами визначено наступну **мету дослідження:** проаналізувати зв'язок між психологічними характеристиками організації і типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

Завдання дослідження:

1. Визначити типи менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.
2. Проаналізувати зв'язок між внутрішньоорганізаційними характеристиками організації та типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

3. Проаналізувати зв'язок між характеристиками організації, які відображають взаємодію персоналу і організації, та типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

4. Проаналізувати зв'язок між організаційно-функціональними характеристиками організації та типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

Відповідно до завдань було визначено *чотири етапи дослідження*.

Методи та організація дослідження. Дослідження типів менеджерів освітніх організацій (у контексті ставлення до змін) здійснювалося за допомогою опитувальника «Як Ви ставитесь до змін?» К. Фрайлінгера та І. Фішера (Фрайлінгер & Фишер, 2002). Опитувальник дає можливість виділити такі типи менеджерів освіти: «традиціоналіст», «реаліст», «вільнодумець».

Методика «Як розвивається Ваша організація?» В. Зігерта, Л. Ланге (модифікація Л.М. Карамушки) (Карамушка, 2009) спрямована на визначення показників організаційного розвитку освітніх організацій («організаційна зрілість», «проблемність організаційного розвитку» та «організаційний розвиток»).

Для вивчення задоволеності роботою було використано методику «Оцінка задоволення роботою» В.О. Розанової (Райгородский, 2007).

Шкала суб'єктивного благополуччя Г. Перуе-Бадю (адаптація М.В. Соколової) (Соколова, 1996) застосовувалась для вивчення особливостей прояву суб'єктивного благополуччя менеджерів освіти, що містить показники, які стосуються роботи, емоційної сфери, взаємодії з іншими людьми, стану здоров'я та загальний показник суб'єктивного благополуччя.

Організаційно-функціональні чинники досліджувались за допомогою авторської анкети-паспортички.

Статистична обробка даних здійснювалась із використанням комп'ютерної програми SPSS (версія 13). Використовувались методи описової статистики та кореляційний аналіз.

Вибірка дослідження. Дослідження було проведене серед менеджерів освітніх організацій кількох областей України. В опитуванні взяло участь 1219 менеджерів освіти.

За віковим складом учасники опитування були розподілені наступним чином: до 30 років – 9,7%, від 31 до 40 років – 23,9%, від 41 до 50 років – 32,8%, від 50 років – 22,3%. Серед опитаних менеджерів було 3,8% чоловіків та 93,4% жінок. Щодо сімейного стану, то опитані утворили такі групи: неодружені (незаміжні) – 27,9%, одружені (заміжні) – 71,7%. У 78,8% опитаних є діти, в 21,2% дітей немає.

В освітніх організаціях опитані займали такі посади: заступник керівника закладу освіти – 74,3%, керівники – 25,7%. Опитані мають наступний рівень освіти: загальну середню та середню спеціальну освіту – 6,8%, вищу – 92,0%. Щодо типу освіти учасники розділилися наступним чином: гуманітарна – 59,6%, юридично-економічна – 3,1%, технічно-природнича – 18,5%. Загальний трудовий стаж у менеджерів складає: до 15 років – 24,8%, від 16 до 25 років – 28,1%, від 26 до 35 років – 30,2%, понад 35 років – 30,2%. За стажем роботи на посаді опитані розподілилися наступним чином: до 5 років – 16,5%, від 6 до 15 років – 20,2%, від 16 до 25 років – 23,5%, понад 25 років – 39,9%. За кваліфікаційними категоріями учасники розподілилися на групи: спеціаліст – 19,3%, спеціалісти I та II категорії – 19,6%, спеціаліст вищої категорії – 59,3%. 46,2% опитаних мають педагогічне звання «вчитель-методист». За наявністю відзнак 35,2% опитаних мають відзнаки МОН України, 64,6% – інші відзнаки.

Результати дослідження та їх обговорення.

На *першому етапі дослідження* було визначено типи менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

На основі проведеного дослідження була виявлена кількісна вираженість типів менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін: «Реаліст» (46,9%), «Традиціоналіст» (36,6%), «Вільнодумець» (12,2%). Як бачимо, найбільше представленим є такий тип менеджерів освіти, як «реаліст», який було зафіксовано майже у половини опитаних. Далі слідує такий тип освітніх менеджерів, як «традиціоналіст», який притаманний трохи

більше ніж третині опитаних. І тип «вільнодумець» виявлено у зовсім невеликої кількості опитаних.

З урахуванням наявних у літературі розробок (Карамушка, 2008; Karamushka, & Ivkin, 2015)) можна говорити про певні психологічні характеристики вказаних типів менеджерів освіти, доповнюючи їх нашими уявленнями про притаманні їм стилі управління (традиційні чи інноваційні).

Зазначимо, що до типу «Традиціоналісти» належать менеджери освітніх організацій, яких непокоять зміни й навіюють на них страх. Менеджери освіти, які належать до цього типу, поважають старі порядки тому, що їм потрібні непохитні правила, щоб відчувати себе захищеним. Вони з радістю плекають традиційні цінності з тієї самої причини. Тобто можна говорити, що ця група менеджерів реалізує *традиційні стилі управління*.

До типу «Реалісти» належать менеджери освіти, які реалістично оцінюють зміни: що повинно бути, то повинно бути. Менеджери цієї групи дотримуються даного правила навіть тоді, коли ці зміни пов'язані з болісними розставаннями та звичками. Такі менеджери освіти йдуть «у ногу» з часом, проте, роблять зміни тільки такого типу, які здаються виправданими. Інновації вони вводять не різко, а послідовно, пристосовуючи їх до мінливих умов довкілля. Отже, це свідчить про те, що дана група менеджерів реалізує *інноваційні стилі управління*.

Для менеджерів освіти типу «Вільнодумці» зміни означають радість життя. Вони не дуже поважають традиції та звичаї, а застарілі структури та ідеї навівають на них нудьгу, що може позначитися на їхній поведінці. Як тільки робота перестає цікавити менеджерів цієї групи, вони починають шукати іншу, що може стати потягом до свободи, заради якої їм хочеться упродовж усього життя щось переробляти. Отже, скоріше за все, можна говорити про те, що даний тип менеджерів використовує «*ультраінноваційні стилі управління*» (Клочко, 2020).

Таблиця 1

Рівні розвитку типів менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін (у % від загальної кількості опитаних)

Типи менеджерів освітніх організацій	Рівні розвитку		
	Високий	Середній	Низький
«Реалісти»	46,9	33,5	19,5
«Традиціоналісти»	36,6	35,7	27,6
«Вільнодумці»	12,2	24,5	63,2

На *другому етапі* вивчався зв'язок між внутрішньоорганізаційними характеристиками організації та типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

Базуючись на розробках Л.М. Карамушки (Карамушка, 2008; Карамушка, 2009), до таких характеристик нами було віднесено такі показники організаційного розвитку: «організаційна зрілість», «проблемність організаційного розвитку» та «організаційний розвиток».

Як видно із *табл. 2*, у процесі дослідження виявлено позитивний статистично значущий зв'язок між такими показниками, як «організаційна зрілість» ($r_s = 0,081$; $p < 0,01$) та «організаційний розвиток» ($r_s = 0,091$; $p < 0,01$) та менеджерами освіти, які належать до *типу «Реалісти»*. Однак, як свідчать отримані дані, констатовано негативний статистично значущий зв'язок між показником «проблемність організаційного розвитку» і менеджерами освіти, які входять до цього типу ($r_s = -0,081$; $p < 0,01$). Тобто мова йде про те, що підвищення в організації показників організаційного розвитку та зниження показників проблемності розвитку сприяє збільшенню кількості менеджерів освіти, що входять до типу «Реалісти», які, як уже зазначалось вище, реалізуються інноваційні стилі управління.

Таблиця 2

Зв'язок між показниками організаційного розвитку і типами менеджерів освітніх організацій, (r_s)

Рівні розвитку	Типи менеджерів освітніх організацій		
	«Традиціоналісти» (використовують традиційні стилі управління)	«Реалісти» (використовують інноваційні стилі управління)	«Вільнодумці» (використовують «ультраінноваційні» стилі управління)
Організаційна зрілість	0,036	0,081**	-0,073*
Проблемність організаційного розвитку	-0,036	-0,081**	0,073*
Рівні організаційного розвитку	0,043	0,091**	-0,061*

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

Разом із тим, у процесі дослідження встановлена прямо протилежна закономірність стосовно менеджерів освіти, які належать до типу «Вільнодумці» (табл. 2). Це проявляється в тому, що констатовано негативний статистично значущий зв'язок між такими показниками, як «організаційна зрілість» ($r_s = -0,073$; $p < 0,05$) та «організаційний розвиток» ($r_s = -0,061$; $p < 0,05$), та менеджерами, які входять до типу «Вільнодумці». Однак, результати дослідження свідчать про наявність позитивного статистично значущого зв'язку між показником «проблемність організаційного розвитку» і менеджерами освіти, які входять до типу «Вільнодумець» ($r_s = 0,073$; $p < 0,05$). Таким чином, можна говорити про те, що кількість менеджерів, яких включено до типу «Вільнодумці», збільшується, тоді, коли зростає проблемність організаційного розвитку, а при збільшенні показників організаційної зрілості та організаційного розвитку в цілому вона, навпаки, зменшується. Тобто «Вільнодумці» активізуються тоді, коли зростає проблемність у розвитку організації. Це, як нам здається, підтверджує нашу ідею щодо «ультраінноваційності» стилів управління, які притаманні менеджерам, що належать до типу «Вільнодумець» (Клочко, 2020).

Зазначимо, що у дослідженні не виявлено статистично значущого зв'язку між показниками організаційного розвитку і менеджерами, які входять до типу «Традиціоналісти».

У цілому дослідження показано, що певний рівень організаційного розвитку (наявність «організаційної зрілості» і «проблемності організаційного розвитку») можуть сприяти проявам інноваційних та «ультраінноваційних» стилів управління, однак, не пов'язані із проявами традиційних стилів управління.

На *третьому етапі* вивчався зв'язок між характеристиками організації, які відображають взаємодію персоналу і організації, та типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

Зазначимо, що до психологічних характеристик, які відображають взаємодію організації та особистості менеджерів, нами віднесено: *задоволеність роботою та суб'єктивне благополуччя*.

Результати дослідження показали, що існує позитивний статистично значущий зв'язок між *задоволеністю менеджерів роботою* і менеджерами, які належать до типу «Реалісти» ($r_s = 0,062$; $p < 0,01$) (табл.3). Суть цього зв'язку полягає в тому, що в міру зростання задоволеністю роботою кількість менеджерів, яких включено до типу «Реалісти», і які використовують інноваційні стилі управління, як було зазначено вище, зростає. Щодо інших типів менеджерів («Традиціоналісти», «Вільнодумці»), то тут статистично значущих зв'язків між задоволеністю роботою і цими стилями не виявлено, що свідчить, очевидно, про те, що ці стилі управління не є «чутливими» до впливу задоволеності роботою.

Таблиця 3

Зв'язок між задоволеністю менеджерів роботою і типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін, (r_s)

Задоволеність роботою	Типи менеджерів освітніх організацій		
	«Традиціоналісти» (використовують традиційні стилі управління)	«Реалісти» (використовують інноваційні стилі управління)	«Вільнодумці» (використовують «ультраінноваційні» стилі управління)
	0,056	0,062*	0,046

* $p < 0,05$

Що стосується суб'єктивного благополуччя, то отримані результати говорять про наявність позитивного статистично значущого зв'язку між більшістю його показників, таких як «ступінь задоволеності повсякденною роботою» ($r_s = 0,071$; $p < 0,05$), «зміна настрою» ($r_s = 0,143$; $p < 0,01$), «значущість соціального оточення» ($r_s = 0,089$; $p < 0,01$) та загальним показником суб'єктивного благополуччя ($r_s = 0,103$; $p < 0,01$) і менеджерами освіти, які належать до типу «Реалісти» (табл. 4). Тобто можна стверджувати, що із підвищенням показників суб'єктивного благополуччя збільшується кількість менеджерів, які належать до типу «Реалісти».

Таблиця 4

Зв'язок між показниками суб'єктивного благополуччя і типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін (r_s)

Показники суб'єктивного благополуччя	Типи менеджерів освітніх організацій		
	«Традиціоналісти» (використовують традиційні стилі управління)	«Реалісти» (використовують інноваційні стилі управління)	«Вільнодумці» (використовують «ультраінноваційні» стилі управління)
<i>1. Показники, які стосуються роботи:</i>			
напруженість і чутливість	0,002	-0,027	0,006
ступінь задоволеності повсякденною діяльністю	0,020	0,071*	-0,030
<i>2. Показники, які стосуються емоційної сфери:</i>			
ознаки, що супроводжують основну психоемоційну симптоматику	-0,006	-0,053	0,036
зміни настрою	0,051	0,143**	0,039
<i>3. Показники, які стосуються взаємодії з іншими людьми:</i>			
значущість соціального оточення	0,036	0,089**	-0,003
<i>4. Показники, які стосуються стану здоров'я:</i>			
самооцінка здоров'я	-0,022	0,049	0,017
Загальний показник суб'єктивного благополуччя	0,021	0,103**	-0,006

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

У цілому, результати цього етапу засвідчили наявність як позитивного, так і негативного, зв'язку між типами менеджерів освітніх організацій відповідно до особливостей вираженості в них традиційних та інноваційних стилів управління (у контексті ставлення до змін) та психологічними характеристиками, які відображають взаємодію організації та особистості менеджерів (задоволеність роботою, суб'єктивне благополуччя).

На **четвертому етапі** вивчався зв'язок між організаційно-функціональними характеристиками організації та типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін.

До організаційно-функціональних характеристик організації нами, з урахуванням наявних у літературі розробок (Карамушка, 2013), віднесено такі характеристики: тип навчального закладу, місце розташування організації, термін існування організації, кількість осіб, які працюють в організації, кількість дітей, які навчаються у закладі, статус організації в освітній системі міста (області).

Як свідчать дані, які наведено в *табл. 5*, існує *негативний статистично значущий зв'язок між терміном існування організації і менеджерами, які належать до типу «Вільнодумці»* ($r_s = -0,063$; $p < 0,05$). Суть цього зв'язку полягає в тому, що зі збільшенням терміну існування організації кількість менеджерів освіти, які входять до типу «Вільнодумці», зменшується. Очевидно, можна говорити про те, що в новостворених закладах менеджери освіти думають нестандартно, нетрадиційно, застосовують новітні технології, що обумовлює частіше використання інноваційних стилів управління.

Таблиця 5

Зв'язок між організаційно-функціональними характеристиками організацій і типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін, (r_s)

Організаційно-функціональні чинники	Типи менеджерів освітніх організацій		
	«Традиціоналісти» (використовують традиційні стилі управління)	«Реалісти» (використовують інноваційні стилі управління)	«Вільнодумці» (використовують «ультраінноваційні» стилі управління)
Тип навчального закладу	0,001	0,011	0,000
Місце розташування організації	-0,042	-0,014	0,012
Термін існування організації	-0,03	-0,018	-0,063*
Кількість осіб, які працюють в організації	-0,018	0,025	-0,003
Кількість дітей, які навчаються у закладі	-0,017	0,025	-0,008
Статус організації в освітній системі міста (області)	-0,037	0,049	0,030

* $p < 0,05$

Разом із тим, дослідження не виявило статично значущого зв'язку між типами менеджерів освітніх організацій (у контексті ставлення до змін) та такими характеристиками організації, як «тип навчального закладу», «місце розташування організації», «кількість осіб, які працюють в організації», «кількість дітей, які навчаються у закладі», «статус організації в освітній системі міста (області)».

Отже, результати цього етапу дослідження говорять про те, що організаційно-функціональні характеристики освітніх організацій значно менше впливають на використання інноваційних стилів управління в процесі введення змін, порівняно з такими характеристиками організацій, як психологічні і такі, що відображають взаємодію персоналу і організації.

Висновки. Таким чином, у процесі дослідження виявлено позитивні та негативні статистично значущі зв'язки між трьома групами психологічних характеристик організації (внутрішньоорганізаційними; які відображають взаємодію організації та персоналу; організаційно-функціональними) і окремими типами менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін («Реалісти» та «Вільнодумці»).

Урахування виявлених закономірностей сприяє психологічному забезпеченню розвитку інноваційних стилів управління у менеджерів освіти в процесі введення змін.

Перспективи подальших досліджень ми вбачаємо в дослідженні зв'язку стилів управління менеджерів освітніх організацій («лідерських» чи «адміністративних») із характеристиками організацій та персоналу.

Література

1. Бишоп, С., & Тейлор, Р. (2002). *Тренинг изменений в организации*. 2-е междунар. изд. Санкт-Петербург: Питер.
2. Даниленко, Л. І. (2006). *Інноваційний освітній менеджмент*: навч. посіб. К.: Главник.
3. Калініна, Л., Карамушка, Л., Сорочан, Т., & Шиян, Р. (2011). *Освітній менеджмент в умовах змін*: навч. посібник; за заг. ред. В. Олійника, Н. Протасової. Луганськ: Резніков В. С.
4. Карамушка, Л.М. (2009). Дизайн дослідження та діагностичний інструментарій для вивчення психологічних особливостей організаційного розвитку. *Актуальні проблеми психології, 1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*: зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки, 24. 196–208.
5. Карамушка, Л.М., & Толков, О.С. (2013). *Формування психологічної готовності персоналу вищої школи до діяльності в умовах соціально-економічних змін*: монографія. Кам'янець-Подільський: Медобори-2006.
6. Ключко, А.О. (2017). Теоретичні аспекти дослідження стилю управління в керівників освітніх організацій. *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 47. 29–33.
7. Ключко, А.О. (2020). Типи менеджерів освітніх організацій за їхнім ставленням до змін: зв'язок з особистісними, організаційно-професійними та соціально-демографічними характеристиками *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 57. 39–44.
8. *Психологія діяльності організацій в умовах соціально-економічних змін (на матеріалі освітніх організацій)* (2008): монографія / за наук. ред. Л. М. Карамушки. Київ: Педагогічна думка.
9. Райгородский, Д. Я. (2007). *Психодиагностика персонала. Методика и тесты, 1*. Москва: Бахрах-М.
10. Соколова, М.В. (1996). *Шкала субъективного благополучия*. Ярославль: НВЦ «Психодиагностика».
11. Стюарт, Дж. (2001). *Тренинг организационных изменений*. Санкт-Петербург: Питер.
12. Фрайлингер, К., & Фишер И. (2002). *Управление изменениями в организации*. Москва: Книгописная палата.
13. Karamushka, L., & Ivkin, V. (2015). Staff attitudes to change: relationship with the educational institution's organizational culture type. *Psychoprevention Studies*, 4. P. 1–2.

References

1. Bishop, S., & Tejlор, R. (2002). *Trening izmenenij v organizacii [Organizational change-making taining]*. 2-e mezhdunar. izd. Sankt-Petersburg: Piter [in Russian].
2. Danylenko, L. I. (2006). *Innovatsiyni osvitiini menedzhment [Innovative educational management]*. Kiev: Hlavnnyk [in Ukrainian].
3. Kalinina, L., Karamushka, L., Sorochan, T., & Shyian, R. (2011). *Osvitnii menedzhment v umovakh zmin [Education management in the conditions of changes]*; za zah. red. V. Oliinyka, N. Protasovoi. Luhansk: Rieznikov, V. S. [in Ukrainian].
4. Karamushka, L.M. (2009). *Dyzain doslidzhennia ta diahnostychnyi instrumentarii dlia vyvchennia psykhologichnykh osoblyvostei orhanizatsiinoho rozvytku [Research design and diagnostic tools for studying psychological features of organizational development]*. *Aktualni problemy psykhologii, 1: Orhanizatsiina psykhologhiia. Ekonomichna psykhologhiia. Sotsialna psykhologhiia*: zb. nauk. prats Instytutu psykhologii im. G.S. Kostiuka APN Ukrainy / za red. S.D. Maksymenka, L.M. Karamushky, 24. 196–208 [in Ukrainian].
5. Karamushka, L.M., & Tolkov, O.S. (2013). *Formuvannia psykhologichnoi hotovnosti personalu vyshchoi shkoly do diialnosti v umovakh sotsialno-ekonomichnykh zmin [Formation of higher education staff's psychological readiness to work in conditions of socio-economic changes]*. Kamianets-Podilsk: Medobory-2006 [in Ukrainian].

6. Klochko, A.O. (2017). Teoretychni aspekty doslidzhennia stylu upravlinnia v kerivnykiv osvitykh orhanizatsii [Theoretical aspects of studying of educational organization heads' management styles]. *Aktualni problemy psykholohii : zb. nauk. prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy*, 47. 29–33 [in Ukrainian].
7. Klochko, A.O. (2020) Typy menedzheriv osvitykh orhanizatsii za yikhnim stavlenniam do zmin: zviazok z osobystynymy, orhanizatsiino-profesiinymy ta sotsialno-demohrafichnymy kharakterystykamy [Types of educational organization managers in relation to their attitudes towards change: relationship with personal, organizational-professional and socio-demographic characteristics]. *Aktualni problemy psykholohii: zb. nauk. prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy*, 57. 39–44 [in Ukrainian].
8. *Psykholohiia diialnosti orhanizatsii v umovakh sotsialno-ekonomichnykh zmin (na materialy osvitykh orhanizatsii) [Psychology of activity of the organization in the conditions of social and economic changes (an example of educational organizations)]* (2008), za nauk. red. L. M. Karamushky. Kyiv: Pedahohichna dumka [in Ukrainian].
9. Rajgorodskij, D. Ja. (2007). *Psihodiagnostika personala. Metodika i testy [Psychological assessment of staff. Methods and tools]*, 1. Moscow: Bahrah-M [in Russian].
10. Sokolova, M.V. (1996). *Shkala sub'ektivnogo blagopoluchija [Subjective well-being scale]*. Yaroslavl: NVC «Psihodiagnostika [in Russian].
11. Stjuart, Dzh. (2001). *Trening organizacionnykh izmenenij [Organizational change training]*. Sankt-Petersburg: Piter [in Russian].
12. Frajlinger, K., & Fisher I. (2002). *Upravlenie izmenenijami v organizacii [Change management in the organization]*. Moscow: Knigopisnaja palata [in Russian].
13. Karamushka, L., & Ivkin, V. (2015). Staff attitudes to change: relationship with the educational institutions organizational culture type. *Psychoprevention Studies*, 4. P. 1–2.

Alla Klochko. Types of educational organization managers in relation to their attitudes towards change: the relationship with the organization's characteristics.

Introduction. Modernization of education highlights the role of educational organizations' psychological characteristics in promoting the development of innovative management styles used by educational organization managers.

Aim: to analyze the relationship between educational organizations' psychological characteristics and the types of educational organization managers in relation to their attitudes to change.

Methods. K. Freilinger and I. Fischer "How Do You Feel About Change?", V. Siegert and L. Lange "How Is Your Organization Developing?" (modified by L.M. Karamushka), V.O. Rozanov "Assessment of Job Satisfaction", G. Perue-Badu Subjective Well-Being Scale (adapted by M.V. Sokolova), and a questionnaire-passport developed by the author.

Results. The empirical research conducted by the author found positive and negative statistically significant relationships between the three groups of psychological characteristics of the educational organization (intra-organizational, organization-and-staff interaction relevant, and organizational-functional) and certain types of educational organization managers in relation to their attitudes towards change.

Conclusions. The findings can facilitate the development of innovative management styles used by education organization managers.

Key words: educational organizations, educational organization managers, types of educational managers, traditional management styles, innovative management styles, psychological characteristics of the organization.

Відомості про автора

Клочко Алла Олексіївна, кандидат педагогічних наук, доцент, науковий кореспондент лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Klochko, Alla Oleksiyivna, PhD, associate professor, postgraduate student of Laboratory of Organizational And Social Psychology, G.S.Kostiuk Institute of psychology, NAPS of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: klochko_alla@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6631-2638>

Отримано 14 жовтня 2020 р.
Рецензовано 16 листопада 2020 р.
Прийнято 20 листопада 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.8>

УДК 061.5-057:351.822:161.163:159.9

Паршак Олександр

ТРЕНІНГОВА ПРОГРАМА «ПСИХОЛОГІЯ СТАВЛЕННЯ ДО ГРОШЕЙ ПЕРСОНАЛУ КОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ»

Паршак Олександр. Тренінгова програма «Психологія ставлення до грошей персоналу комерційних організацій».

Вступ. Підвищення ефективності діяльності комерційних організацій передбачає, зокрема, формування гармонійного ставлення персоналу до грошей та забезпечення його активної участі у розробці та реалізації монетарної політики організації.

Мета дослідження: розробка змісту і структури тренінгової програми для формування гармонійного ставлення до грошей персоналу комерційних організацій.

Методи дослідження. Технологічний підхід Л. Карамушки. Різні види інтерактивних технік (метод незавершених речень, «мозкові штурми», робота в малих групах, групові дискусії, рольові ігри, робота з інтернет-ресурсами, психологічні практикуми, творчі домашні завдання та ін.), спрямовані на організацію спільної діяльності та спілкування персоналу комерційних організацій.

Результати дослідження. Розроблено тренінгову програму «Психологія ставлення до грошей персоналу комерційних організацій», яка включає п'ять тренінгових сесій: «Поняття про гроші та їх роль у життєдіяльності персоналу комерційних організацій»; «Вплив організаційно-психологічних характеристик персоналу комерційних організацій на його ставлення до грошей»; «Організаційно-психологічні характеристики комерційних організацій, що впливають на ставлення персоналу до грошей»; «Монетарна політика комерційних організацій: сутність та організаційно-психологічні проблеми в її реалізації»; «Основні напрямки реалізації монетарної політики комерційних організацій». Загальний обсяг тренінгової програми складає 56 академічних годин.

Висновки. Розроблена тренінгова програма може використовуватися для психологічної підготовки персоналу комерційних організацій та для розробки і впровадження монетарної політики таких організацій.

Ключові слова: комерційні організації; персонал; гроші; ставлення до грошей; структура ставлення до грошей, тренінгова програма, інтерактивні техніки.

Паршак Александр. Тренинговая программа «Психология отношения к деньгам персонала коммерческих организаций».

Введение. Повышение эффективности деятельности коммерческих организаций предусматривает, в частности, формирование гармоничного отношения персонала к деньгам и обеспечение его активного участия в разработке и реализации монетарной политики организации.

Цель исследования: разработка содержания и структуры тренинговой программы для формирования гармоничного отношения к деньгам персонала коммерческих организаций.

Методы исследования. Технологический подход Л. Карамушки. Различные виды интерактивных техник (метод незаконченных предложений, «мозговые штурмы», работа в малых группах, групповые дискуссии, ролевые игры, работа с интернет-ресурсами, психологические практикумы, творческие домашние задания и др.), направленные на организацию совместной деятельности и общения персонала коммерческих организаций.

Результаты исследования. Разработана тренинговая программа «Психология отношения к деньгам персонала коммерческих организаций», которая включает пять тренинговых сессий: «Понятие о деньгах и их роль в жизнедеятельности персонала коммерческих организаций»; «Влияние организационно-психологических характеристик персонала коммерческих организаций на его отношение к деньгам»; «Организационно-психологические характеристики коммерческих организаций, влияющих на отношение персонала к деньгам»; «Монетарная политика коммерческих организаций: сущность и организационно-психологические проблемы в ее реализации»; «Основные направления реализации монетарной политики коммерческих организаций». Общий объем тренинговой программы составляет 56 академических часов.

Выводы. Разработана тренинговая программа, которая может использоваться для психологической подготовки персонала коммерческих организаций и для разработки и внедрения монетарной политики таких организаций.

Ключевые слова: коммерческие организации; персонал; деньги; отношение к деньгам; структура отношения к деньгам, тренинговая программа, интерактивные техники.

Вступ. Підвищення ефективності діяльності комерційних організацій в умовах конкуренції, постійних соціально-економічних змін потребує вивчення організаційно-психологічних та психолого-економічних феноменів, що пов'язані з особистістю в організації, її діяльністю та поведінкою. Однією із важливих психологічних проблем є формування в персоналу комерційних організацій гармонійного ставлення до грошей, створення необхідних організаційно-психологічних умов для участі персоналу в розробці ефективної монетарної політики комерційних організацій. Це передбачає, зокрема, здійснення психологічної підготовки персоналу комерційних організацій для розв'язання цих проблем.

Аналіз літератури показує, що окремі аспекти психологічної підготовки персоналу комерційних організацій знайшли відображення в низці робіт, в яких представлено зміст та особливості тренінгових програм, які сприяють розвитку орієнтації на клієнта персоналу комерційних організацій (Гончаренко, 2018), формуванню відданості персоналу організації (Карамушка & Андрєєва, 2012), розвитку самоефективності персоналу (Креденцер & Абдулаєва, 2016), профілактики професійного вигорання персоналу (Гнускіна, 2016) та ін.

Що ж до тренінгових програм, які зорієнтовані на формування ставлення персоналу комерційних організацій до грошей, то вони, наскільки нам відомо, відсутні. У літературі наявні деякі розробки, які стосуються змісту тренінгових програм для розвитку монетарної культури старшокласників (Зубіашвілі, 2018), формування адекватного ставлення до грошей студентів (Карамушка & Ходакевич, 2017).

Отже, соціальна значущість проблеми та її недостатня розробка обумовили визначення нами наступної **мети дослідження:** розробити та апробувати тренінгову програму для формування гармонійного ставлення персоналу комерційних організацій.

Результати дослідження та їх обговорення. В основу розробки тренінгової програми покладено технологічний підхід, який розроблено у лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України Л. Карамушкою (2005) (Карамушка, 2005).

Під технологічним підходом розуміють розроблення (проектування) та впровадження спеціальних технологій, спрямованих на: а) розв'язання конкретних проблем у діяльності організації; б) психологічну підготовку менеджерів та працівників організації (Карамушка, 2005). Зазначимо, що в нашому дослідженні технологічний підхід використовувався для вирішення завдань другого напрямку, тобто для розробки змісту психологічної підготовки персоналу комерційних організацій до формування гармонійного ставлення до грошей та його значення у розробці монетарної політики комерційних організацій.

Окрім того, були використані роботи, у яких розкрито психологічну сутність грошей (Furnham & Argyle, 1998); Goldberg & Lewis, 1978; Tang, 1993), а також технології розробки тренінгових програм (Марасанов, 1998; Хряшева, 1999; Шапиро, 1997), зокрема для персоналу комерційних організацій (Гнускіна, 2016; Гончаренко, 2018; Карамушка & Худякова, 2011).

Мета тренінгової програми: формування гармонійного ставлення до грошей персоналу комерційних організацій.

Завдання тренінгу:

1. Оволодіння персоналом комерційних організацій знаннями про сутність та функції грошей;

2. Оволодіння персоналом комерційних організацій методами діагностики для вивчення свого ставлення до грошей та визначення організаційно-психологічних чинників на мікро- та мезорівні, які впливають на це ставлення;

3. Оволодіння персоналом комерційних організацій уміннями та навичками адекватного використання грошей.

Загальна структура тренінгової програми

Тренінгова програма «Психологія ставлення до грошей персоналу комерційних організацій» (табл. 1) складається із 5 тренінгових сесій та має таку загальну структуру:

Тренінгова сесія 1. «Поняття про гроші та їх роль у життєдіяльності персоналу комерційних організацій».

Тренінгова сесія 2. «Вплив організаційно-психологічних характеристик персоналу комерційних організацій на його ставлення до грошей».

Тренінгова сесія 3. «Організаційно-психологічні характеристики комерційних організацій, що впливають на ставлення персоналу до грошей».

Тренінгова сесія 4. «Монетарна політика комерційних організацій: сутність та організаційно-психологічні проблеми в її реалізації».

Тренінгова сесія 5. Основні напрямки реалізації монетарної політики комерційних організацій.

Таблиця 1

Структура та обсяг тренінгової програми «Психологія ставлення персоналу комерційних організацій до грошей»

Тема заняття	Кількість годин
<i>Вступ до тренінгу</i>	2
<i>Тренінгова сесія 1.</i> «Поняття про гроші та їх роль у життєдіяльності персоналу комерційних організацій»	8
<i>Тренінгова сесія 2.</i> «Вплив організаційно-психологічних характеристик персоналу комерційних організацій на його ставлення до грошей»	8
<i>Тренінгова сесія 3.</i> «Організаційно-психологічні характеристики комерційних організацій, що впливають на ставлення персоналу до грошей»	8
<i>Тренінгова сесія 4.</i> «Монетарна політика комерційних організацій: сутність та організаційно-психологічні проблеми в її реалізації»	8
<i>Тренінгова сесія 5.</i> Основні напрямки реалізації монетарної політики комерційних організацій	8
<i>Завершення тренінгу</i>	4
<i>Творчі домашні завдання</i>	10
Усього:	56

Кожна із тренінгових сесій, відповідно до технологічного підходу Л. Карамушки (2005), складається із *трьох блоків*: а) *змістовно-сміслового* (орієнтований переважно на оволодіння знаннями про зміст грошей та їх функції, особливості монетарної політики комерційних організацій); б) *діагностичного* (орієнтований переважно на аналіз персоналом комерційних організацій власного ставлення до грошей, особливостей монетарної політики та організаційно-психологічних чинників, які впливають на їх становлення); в) *корекційно-розвивального* (орієнтований переважно на оволодіння персоналом комерційних організацій уміннями та навичками, необхідними для адекватного ставлення до грошей та активної участі у формуванні монетарної політики комерційних організацій) (Карамушка, 2005).

Обсяг тренінгової програми

Обсяг тренінгу «Психологія ставлення до грошей персоналу комерційних організацій» складав 56 академічних годин: а) основна частина (аудиторна) – 40 академічних годин (5 занять по 8 акад. год. на кожне заняття; 2 акад. год. – вступ до тренінгу; 4 акад. год. – заключна частина тренінгу); б) додаткова частина (домашні завдання) – 10 акад. год. (по 2 акад. год. для виконання домашніх завдань після кожного з п'яти занять).

ЗМІСТ ТРЕНІНГОВОЇ ПРОГРАМИ

Далі розглянемо зміст тренінгу (тренінгові сесії, основні компоненти тренінгових модулів та інтерактивні техніки, які було реалізовано в кожному з компонентів).

Загальний вступ до тренінгової програми:

- *«криголам»*: «знайомство» («Мене звати..., я навчаюсь..., я люблю..., ніхто навіть не здогадується, що я ставлюсь до грошей...»);
- *вивчення очікувань* (заповнення індивідуальних робочих аркушів з наступним груповим обговоренням): «Мої очікування щодо тренінгу» (учасники дають відповіді на такі запитання: «Чому я тут?», «Що таке гроші для мене?», «Що нового я хотів би внести у своє життя після тренінгу?»);
- *мультимедійна презентація*: «Визначення мети і завдання тренінгу»;
- *«мозковий штурм»* (груповий варіант): «Визначення правил групової роботи (визначення правил міжособистісної взаємодії та спільної роботи в групі)»;
- *групове обговорення*: «Як би нам хотілось організувати свою роботу сьогодні?» (визначення організаційних питань – тривалість роботи, кількість перерв тощо).

Для розроблення вступу до тренінгу використано розробки Л. Карамушки (2005) (Карамушка, 2005).

Тренінгова сесія 1. «Поняття про гроші та їх роль в життєдіяльності персоналу комерційних організацій»

Вступ до тренінгової сесії:

мета, завдання, організація тренінгової роботи.

Змістовно-смісловий компонент тренінгу: «Гроші як психолого-економічний феномен»:

- *метод незавершених речень* (індивідуальна робота): «Гроші для персоналу комерційних організацій – це...»;
- *аналітична робота в малих групах та міжгрупове обговорення*: «Як Ви розумієте роль грошей в життєдіяльності персоналу комерційних організацій та для самих організацій?»;
- *міні-лекція*: «Сутність грошей та їх роль в життєдіяльності комерційних організацій». (Для підготовки презентації використовуються наявні літературні джерела (Купрейченко, 2009; Фернар & Аргайл, 2005; Яновська, 2020)).

Діагностичний компонент тренінгу «Оцінка значущості ролі грошей у життєдіяльності персоналу комерційних організацій»:

- *психологічний практикум*: «Для чого мені потрібні гроші?».

(Для проведення психологічного практикуму використовується анкета «Моє ставлення до грошей» Л.М. Карамушки, О.І. Паршака (2018) (Паршак, 2018), яка дає можливість проаналізувати значущість грошей у життєдіяльності персоналу комерційних організацій (з цією метою використовується питання № 2 анкети). Відповіді опитаних можуть бути розподілені на сім основних груп, які стосуються оцінки значущості грошей, як засобу: 1) задоволення базових, матеріально-побутових потреб особистості, як потреба в їжі, одязі, житлі, транспорті тощо) самих співробітників, членів їх сімей, рідних і близьких; 2) забезпечення відпочинку, підтримання здорового способу життя (відвідування спортклубів, фітнес-центрів тощо), фізичного та психічного здоров'я особистості персоналу; 3) культурного розвитку (відвідування виставок, музеїв, придбання екскурсійних турів тощо) та професійного розвитку (отримання «базової» та другої вищої освіти, підвищення кваліфікації тощо) працівників; 4) накопичення грошових запасів (відкриття депозитів, придбання нерухомості тощо); 5) забезпечення певного іміджу (покупки гарного, стильного одягу; досягнення та підкреслення свого соціально-економічного статусу); 6) забезпечення розваг (відвідування нічних клубів, розважальних центрів тощо); 7) надання волонтерської допомоги соціально незахищеним верствам населення, людям з особливими потребами.

Учасники тренінгу заповнюють анкету індивідуально, потім обробляють її результати, використовуючи інструкцію тренера. Далі здійснюється обговорення отриманих результатів в парах, аналізуються спільні та відмінні відповіді на питання, представляють результати свого аналізу групі. В цілому за результатами виконання вправи формуються індивідуальний та груповий «грошовий» профіль, визначаються його досягнення та обмеження).

Корекційно-розвивальний компонент тренінгу: «Чи можна змінити значущість грошей для персоналу комерційних організацій?»:

- *аналітичне завдання в групах та міжгрупове обговорення: «Способи зміни «грошового» профілю» для персоналу комерційних організацій».*

(Для виконання завдання створюється кілька робочих груп. Кожна із груп обирає той аспект значущості грошей, який є, на їхню думку, є найбільш проблемним в «грошовому» індивідуальному або груповому профілю. Наприклад, це може бути такий аспект, як «низька оцінка значущості грошей для забезпечення здорового способу життя», «низька оцінка значущості грошей для професійного розвитку», «надмірне використання грошей для розваг» тощо. Група аналізує обрану проблему та визначає, чи варто змінювати способи її вирішення, тобто яким чином можна змінити значущість грошей в життєдіяльності персоналу (якщо аналізується особистий «грошовий» профіль) та конкретного підрозділу (якщо аналізується груповий «грошовий» профіль). Далі здійснюється міжгрупове обговорення та спільно узагальнюються організаційно-психологічні умови забезпечення адекватного ставлення до грошей персоналу комерційних організацій та її підрозділів).

Підбиття підсумків тренінгової роботи.

Творче домашнє завдання: «Гроші у моєму житті».

(Напишіть есе на тему: «Гроші у моєму житті». У процесі написання розкрийте Ваше розуміння грошей, визначте їхню роль у Вашому житті, психологічні проблеми, з якими Ви зустрічаєтесь у використанні грошей, шляхи їх подолання та ін.).

Тренінгова сесія 2. «Вплив організаційно-психологічних характеристик персоналу комерційних організацій на його ставлення до грошей»

Вступ до тренінгової сесії:

- *мета, завдання, організація тренінгової роботи;*
- *актуалізація попереднього досвіду (досвіду участі в попередньому занятті тренінгу): «Чим мені запам'яталось попередня зустріч?»;*
- *презентація та обговорення результатів виконання творчого домашнього завдання: «Гроші в моєму житті».*

Змістовно-смісловий компонент тренінгу: «Основні види організаційно-психологічних характеристик персоналу, що впливають на його ставлення до грошей»:

- *«мозковий штурм» (групова форма):* «Аналіз організаційно-психологічних характеристик персоналу комерційних організацій, які можуть впливати на його ставлення до грошей».

(На першому етапі учасники тренінгу, дотримуючись основних правил «мозкового штурму», називають характеристики персоналу, які можуть впливати на ставлення до грошей. На другому етапі здійснюється систематизація виділених характеристик, їх наочне представлення та детальне обговорення);

- *робота в малих групах (з наступних міжгруповим обговоренням)* «Вплив вікових, гендерних, сімейних характеристик персоналу на ставлення до грошей».

(Під час роботи обговорюються такі питання: «Чим відрізняється ставлення до грошей у представників різних вікових груп?» (наприклад, ставлення до використання грошей для вирішення матеріальних проблем, отримання освіти, покупки стильного одягу, розваг тощо); «Які існують стереотипи щодо необхідності та способів заробляння грошей чоловіками та жінками?»; «Чи потрібно «зайві» гроші використовувати лише для того, щоб «побалувати» дітей, чи можна щось «дозволити» і собі?»);

- *міні-лекція:* «Роль організаційно-психологічних характеристик персоналу комерційних організацій у ставленні до грошей».

(Для підготовки міні-лекції використовуються наявні літературні джерела (Карамушка & Худякова, 2011; Сімків, 2010; Хашченко & Баранова, 2004; Яновська, 2010) та власні розробки автора (Паршак, 2019; Паршак, 2020 а).

Діагностичний компонент тренінгу: «Діагностика організаційно-характеристик персоналу комерційних організацій, що впливають на його ставлення до грошей»:

- *психологічний практикум:* «Визначення соціально-психологічних установок персоналу».

(Для проведення психологічного практикуму використовується «Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості в сфері мотивацій та потреб» О.Ф. Потьомкіної (2001) (Райгородский, 2001), яка спрямована на виявлення таких соціально-психологічних установок, як орієнтація на «процес – результат», «альтруїзм – егоїзм»; «влада – свобода», «праця – гроші». Після індивідуального виконання завдання та обробки отриманих даних за допомогою тренера здійснюється обговорення отриманих результатів щодо впливу даних соціально-психологічних установок на ставлення до грошей, з урахуванням наявних у літературі даних та власних досліджень автора, робляться висновки);

Корекційно-розвивальний компонент тренінгу: «Чи можуть гроші підвищити задоволеність життям у персоналу комерційних організацій?»:

- *аналітичне завдання (роботах в парах):* «Гроші і задоволеність життям».

(Спочатку учасники пари обговорюють основні показники задоволеності життям. Для цього може бути використаний підхід Б. Ньюгартена (2003), (Митина, 2003), згідно з яким задоволеність життям включає такі показники: інтерес до життя як протилежність апатії; рішучість, цілеспрямованість, послідовність у досягненні життєвих цілей; узгодженість між поставленими і реально досягнутими цілями; позитивна оцінка власних якостей і вчинків; загальний фон настрою. Далі аналізується те, яким чином задоволеність життям персоналу комерційних організацій може впливати на ставлення до грошей і, навпаки, як гроші можуть посилювати або знижувати задоволеність життям персоналу. Також аналізується те, чи є відмінності між персоналом комерційних організацій та іншими категоріями працівників (населення) у цьому питанні, оскільки «кількість» грошей у людей, які працюють у комерційних організаціях, є більшою, а отже, ймовірно, може вносити зміни в різні «вектори»

задоволеності життям. Далі кожна пара представляє результати своєї роботи групі, тренер організовує обговорення цієї проблеми та разом із групою робить відповідні узагальнення).

Підбиття підсумків тренінгової роботи.

Творче домашнє завдання: «Моє задоволення роботою та життям: чи залежить це від грошей, які я отримую?».

(За допомогою методик «Оцінка задоволеності роботою» В.О. Розанової (2001) (Никифоров, Дмитриева & Снетков, 2001) та «Індекс життєвої задоволеності» Б. Ньюгартена (адаптація Н.В. Паніної) (Митина, 2003), визначте рівень Вашої задоволеності роботою та життям (загальний індекс та окремі складові)). Проаналізуйте, чи впливають гроші, які Ви отримує (заробітна плата на основному місці роботи, сумісництво, інші доходи), на рівень Вашої задоволеності роботою та життям? У чому це проявляється? Чи потрібно щось змінювати у цьому процесі (наприклад, підвищувати кількість грошей, більше витрачати їх для задоволення власних потреб, допомагати іншим людям, знижувати фізичне та психологічне навантаження на себе, «адже всіх грошей на заробиш» тощо?).

Тренінгова сесія 3. «Організаційно-психологічні характеристики комерційних організацій, що впливають на ставлення персоналу до грошей»

Вступ до тренінгової сесії:

- *мета, завдання, організація тренінгової роботи;*
- *актуалізація попереднього досвіду* (досвіду участі в попередньому занятті тренінгу):

«Що мене вразило на попередньому занятті?»;

- *презентація та обговорення результатів виконання творчого домашнього завдання:*

«Моє задоволення роботою та життям: чи залежить це від грошей, які я отримую?».

Змістовно-смісловий компонент тренінгу: «Аналіз організаційно-психологічних характеристик комерційних організацій, що впливають на його ставлення до грошей»:

- *«метод незавершених речень»* (індивідуальна робота «Ставлення моєї комерційної організації до грошей проявляється в ...»);

- *робота в малих групах (з наступним міжгруповим обговоренням):* «Як організація може впливати на ставлення персоналу до грошей?» (виконується на основі результатів виконання попереднього завдання, їхнього аналізу, узагальнення, доповнення, презентації результатів кожної групи та їхньої активної взаємодії тощо);

- *міні-лекція:* «Роль організаційно-психологічних характеристик комерційних організацій у забезпеченні ставлення персоналу до грошей».

(Для підготовки міні-лекції використовуються наявні літературні джерела (Власов, 2015; Гончаренко, 2018; Малинин, 2004) та власні розробки автора (Паршак, 2020 а; Паршак, 2020 б)).

Діагностичний компонент тренінгу: «Діагностика типу організаційної культури як чинника ставлення до грошей персоналу комерційних організацій»:

- *психологічний практикум:* «Діагностика типу організаційної культури комерційних організацій».

(Для проведення практикуму використовується методика «Визначення схильності до типу організаційної культури» Д. Коула (доповнена та модифікована Т.Ю. Базаровим та П.В. Малиновським) (2002) (Базаров & Еремина, 2002), яка зорієнтована на визначення різних типів організаційної культури: а) «органічної» (орієнтована на те, що діяльність працівників організації будується на принципі згоди із загально визначеною ідеєю та метою організації); б) «підприємницької» (діяльність в організації організовується за допомоги вільних ініціатив персоналу та його творчої активності, в тому числі і стосовно використання грошей); в) «бюрократичної» (передбачає наявність в організації діяльності сильного керівництва, ґрунтується на формальній владі, що достатньо жорстко регламентує активність персоналу, у тому числі і щодо використання грошей); г) «партиципативної» (передбачає орієнтацію працівників на взаємодію, співробітництво, роботу в команді; більшість проблемних питань в

такому випадку вирішуються всебічним обговоренням для спільного вироблення способів розв'язання проблеми, а роль керівництва зводиться до координації групової взаємодії персоналу організації). Завдання виконується кожним учасником індивідуально (оцінюється організаційна культура у підрозділі, де працює персонал), потім за допомогою тренера здійснюється обробка даних. Після завершення обробки аналізується те, які типи організаційної культури представлено в тих підрозділах, де працює персонал, яке значення для життєдіяльності персоналу та організації, у тому числі в ставленні до грошей, має той чи інший тип організаційної культури).

Корекційно-розвивальний компонент тренінгу: «Як посилити вплив організаційної культури на ставлення до грошей персоналу комерційних організацій?»:

- *рольова гра:* «Ставлення персоналу комерційних організацій до грошей в умовах функціонування різних типів організаційної культури».

(У процесі гри моделюється дві-три ситуації, в яких проявляється ставлення персоналу (керівників та працівників) до грошей: «ініціювання нового проекту», «розподіл премій», «допомога працівникові, який захворів», «пожертвування для підтримки військових» та ін.). Створюється чотири-п'ять груп персоналу, які працюють у підрозділах з різним типом організаційної культури («органічної», «підприємницької», «бюрократичної», «партиципативної»). По черзі програються обрані ситуації, які пропонує тренер або які називають самі учасники, і кожна група (із «своєю організаційною культурою») моделює способи вирішення цієї ситуації. «Експерти» оцінюють та аналізують особливості активності кожної групи щодо використання грошей, роблять висновки про доцільність використання тих чи інших способів поведінки).

Підбиття підсумків тренінгової роботи.

Творче домашнє завдання: «Турбота про персонал в моїй організації: чи впливає вона на моє ставлення до грошей?».

(За допомогою методики «Прояв турботи з боку керівництва» Р.Б. Шо (2012) (Карамушка & Андрєєва, 2012) визначте рівень турботи про персонал з боку керівництва Вашої організації. Проаналізуйте, яке це має значення до ставлення персоналу Вашої організації до грошей (наприклад, до використання грошей для власних потреб, турботи про своє здоров'я, просування у кар'єрі, професійний розвиток тощо). Визначте організаційно-психологічні умови підвищення турботи про персонал у Вашій організації).

Тренінгова сесія 4. Монетарна політика комерційних організацій: сутність та організаційно-психологічні проблеми в її реалізації

Вступ до тренінгової сесії:

- *мета, завдання, організація тренінгової роботи;*
- *актуалізація попереднього досвіду* (досвіду участі в попередньому занятті тренінгу): «Що я взяв для своєї роботи після попереднього заняття?»»;
- *презентація та обговорення результатів виконання творчого домашнього завдання:* «Турбота про персонал в моїй організації: чи впливає вона на моє ставлення до грошей?».

Змістовно-смісловий компонент тренінгу: «Сутність та складові монетарної політики комерційних організацій»:

- *робота в малих групах:* «Що таке монетарна політика комерційної організації?» (У 4–5 групах, які створюються за напрямками роботи в організації, обговорюються питання, які стосуються сутності монетарної політики комерційної організації та її основних складових (підходів до нарахування заробітної плати та премій, впровадження соціальних пакетів, реалізації соціальних проектів тощо);

- *міжгрупове обговорення:* «Сутність та основні складові монетарної політики комерційних організацій». (Групи по черзі представляють результати своєї діяльності, інші

групи задають уточнюючі та проблемні питання, в результаті чого учасники тренінгу розкривають базові поняття, які стосуються монетарної політики організації»);

- *міні-лекція*: «Зміст та основні функції монетарної політики комерційних організацій». (Для підготовки міні-лекції використовуються наявні літературні джерела та власні розробки автора).

Діагностичний компонент тренінгу: «Діагностика основних проблем в реалізації монетарної політики комерційних організацій»:

- *психологічний практикум*: «Аналіз проблем в реалізації монетарної політики комерційних організацій».

(Практикум проводиться з допомогою анкети «Моє ставлення до грошей» Л.М. Карамушки, О.І. Паршака (2018) (Паршак, 2018), питання № 12 якої дає можливість проаналізувати основні проблеми в реалізації монетарної роботи в організації, де працюють учасники тренінгу. Анкета заповнюється індивідуально, а потім в парах здійснюється обговорення отриманих результатів, а також презентація роботи кожної пари груп. Робляться узагальнення та висновки стосовно основних виявів проблеми, яка аналізується).

Корекційно-розвивальний компонент тренінгу: «Як можна розв'язувати проблеми, які виникають в процесі реалізації монетарної політики комерційних організацій?»:

- *робота творчих груп*: «Способи розв'язання проблем у реалізації монетарної політики комерційних організацій».

(Для виконання завдання створюється 4–5 груп, які обирають 2–3 проблеми із *табл. 2* для їх аналізу. Далі кожна група пропонує свої способи розв'язання обраних проблем (записуються обрані способи навпроти кожної із проблем) та презентує їх учасникам тренінгу. Здійснюється обговорення та аналіз представленого групами матеріалу. Розробляється узагальнена таблиця організаційно-психологічних проблем в реалізації монетарної політики комерційних організацій та способів їх розв'язання).

Таблиця 2

Організаційно-психологічні проблеми в реалізації монетарної політики комерційних організацій

Проблеми, які стосуються діяльності комерційних організацій:
Недостатнє стимулювання праці співробітників
Орієнтація компанії на заробляння грошей здебільшого для задоволення інтересів компанії, з недостатнім задоволенням інтересів працівників
Недостатнє вкладання грошей у розвиток організації
Недостатнє використання грошей для навчання персоналу
Недостатня вираженість соціальної відповідальності комерційної організації
Використання незаконних методів отримання грошей (зарплати в «конвертах», хабарів тощо)
Ігнорування інтересів громад, на території яких функціонує комерційна організація
Байдуже ставлення персоналу до використання енергетичних ресурсів компанії (електроенергії, тепла, води тощо)
Проблеми, які стосуються діяльності персоналу:
Байдуже ставлення персоналу до використання матеріально-фінансових ресурсів компанії (промислового обладнання, оргтехніки, побутового обладнання, автомобільного транспорту тощо)
Орієнтація працівників на заробляння грошей здебільшого для задоволення власних інтересів, з недостатнім задоволенням інтересів компанії
Розгляд працівниками матеріально-фінансових ресурсів організації як власних (дрібні крадіжки, використання оргтехніки, Інтернету у власних цілях тощо)

Наприкінці обговорення робиться висновок про те, що монетарна політика організації повинна мати *двосторонній характер*, тобто ефективність її реалізації залежить від активності як організації, так і персоналу.

Підбиття підсумків тренінгової роботи.

Творче домашнє завдання: «Монетарна політика моєї організації».

(За допомогою питання № 12 анкети «Моє ставлення до грошей» Л.М. Карамушки, О.І. Паршака (2018) (Паршак, 2018) провести опитування у своєму підрозділі, спрямоване на виявлення організаційно-психологічних проблем у реалізації монетарної політики комерційної організації. Обробити та проаналізувати отримані дані, розробити необхідні рекомендації щодо оптимізації монетарної політики комерційних організацій. Обговорити отримані результати з тренером. Надати звіт про виявлені проблеми керівництву відділу).

Тренінгова сесія 5. Основні напрямки реалізації монетарної політики комерційних організацій

Вступ до тренінгової сесії:

- *мета, завдання, організація тренінгової роботи;*
- *актуалізація попереднього досвіду* (досвіду участі в попередньому занятті тренінгу): «Які питання, що обговорювались на попередній тренінговій сесії, викликали найбільший інтерес?»;
- *презентація та обговорення результатів виконання творчого домашнього завдання:* «Монетарна політика моєї організації».

Змістовно-смісловий компонент тренінгу: «Основні напрямки реалізації монетарної політики комерційних організацій»:

- *робота в групах (з наступним міжгруповим обговоренням): Аналітичне завдання:* «Монетарна політика моєї організації: які основні напрямки її реалізації?».

(Під роботи обговорюються такі питання: «Яким чином визначається зарплата в організації?»; «Чи існує практика соціальних пакетів?»; «Для яких категорій назначаються соціальні пакети?»; «Які складові соціального пакету?»; «Чи надає організація допомогу соціально незахищеним верстам населення?»; «Що потрібно додати до напрямків реалізації монетарної політики організації?» та ін. У результаті проведеного обговорення робляться висновки про основні напрямки реалізації монетарної політики в організації, де працюють учасники тренінгу).

Діагностичний компонент тренінгу: «Діагностика основних напрямків реалізації монетарної політики комерційних організацій»:

- *психологічний практикум:* «Аналіз основних напрямків реалізації монетарної політики Вашої організації».

(Практикум проводиться в парах у вигляді інтерв'ю учасників пари з один одним. Для проведення інтерв'ю використовуються питання, які наведені в анкеті «Моє ставлення до грошей» Л.М. Карамушки, О.І. Паршака (2018) (Паршак, 2018). Питання № 13 анкети дає можливість проаналізувати напрямки в діяльності організації, в якій працюють учасники тренінгу, в які вкладається недостатньо коштів (впровадження передових технологій на виробництві; навчання персоналу; реалізація соціальних проєктів; розвиток інновацій в ІТ-сфері; розвиток інфраструктури компанії; соціальне забезпечення персоналу та ін.). Окрім зазначених питань анкети, можуть бути використані і інші, які є значущими для учасників інтерв'ю. Після проведення «двостороннього» опитування отримані дані узагальнюються, робиться висновок про найбільш «проблемні» напрямки та представляються інших учасникам під час групового обговорення).

Корекційно-розвивальний компонент тренінгу: «Шляхи оптимізації напрямків монетарної політики комерційних організацій»:

- *аналітичне завдання* (індивідуальне завдання із наступним обговоренням в групі): «Досвід комерційних організацій щодо впровадження монетарної політики».

(Використавши Інтернет-ресурси (матеріали сайтів провідних компаній, роботи профільних груп у соціальних мережах, інтерв'ю в Інтернет-виданнях тощо), проаналізуйте основні напрямки реалізації монетарної політики в комерційних організаціях та обговоріть їх з іншими учасниками тренінгу. Робота спочатку виконується індивідуально (орієнтовно протягом 20 хв.). Далі, за бажанням, учасники тренінгу знайомлять один одного з «цікавими знахідками». Робляться відповідні узагальнення та визначається те, що може бути впроваджено у власній організації).

Підбиття підсумків тренінгової роботи.

Творче домашнє завдання (за результатами всього тренінгу): «Як забезпечити гармонійне ставлення персоналу комерційних організацій до грошей?».

(Розробіть рекомендації керівництву Вашого підрозділу (організації в цілому) про Вашій організації організаційно-психологічних умов, які можуть сприяти формуванню гармонійного ставлення персоналу до грошей. Наприклад, це можуть бути такі умови: чітка та прозора монетарна політика організації щодо персоналу; залучення персоналу до обговорення соціальних та значущих проєктів для співробітників компанії; проведення спеціального навчання персоналу з монетарної політики (тренінгів, дистанційних курсів тощо); залучення персоналу до обговорення соціальних та значущих проєктів компанії для інших людей та ін. Визначте із списку 2–3 напрямки (або назвіть свої) та детально опишіть їх. Поділіться через електронну пошту чи групу на Вайбері своїми розробками з колегами, зробіть узагальнення пропозицій та представте їх керівництву).

Завершення тренінгу (підбиття підсумків тренінгу в цілому)

Під час завершення тренінгу здійснюється рефлексивний аналіз результатів участі у тренінгу. Учасники тренінгу дають відповіді на такі питання:

- «Ваші думки про тренінгову програму»;
- «Якою мірою тренінгова програма задовольнила Ваші очікування?»;
- «Що найбільше сподобалось (не сподобалось) Вам у тренінговій програмі?»;
- Які методи та форми навчання були найбільш ефективними/найменш ефективними?»;
- Чи є корисними отримані знання для Вашої професійної діяльності, організації життєдіяльності і в цілому?»;
- «Чи порадили б Ви пройти таку тренінгову програму своїм колегам (друзям)?».

Опитування може здійснюватися як допомогою анкети, так і за допомогою відкритого висловлювання думок у групі.

Висновки:

1. Для формування гармонійного ставлення до грошей персоналу комерційних організацій доцільно використовувати *спеціальну тренінгову програму* «Психологія ставлення до грошей персоналу комерційних організацій», яка включає п'ять тренінгових сесій: «Поняття про гроші та їх роль у життєдіяльності персоналу комерційних організацій» «Вплив організаційно-психологічних характеристик персоналу комерційних організацій на його ставлення до грошей»; «Організаційно-психологічні характеристики комерційних організацій, що впливають на ставлення персоналу до грошей» «Монетарна політика комерційних організацій: сутність та організаційно-психологічні проблеми в її реалізації»; «Основні напрямки реалізації монетарної політики комерційних організацій».

2. Кожна із тренінгових сесій, відповідно до технологічного підходу, складається із *трьох блоків*: а) змістовно-сміслового (орієнтований на оволодіння знаннями про сутність грошей та їх функції); б) діагностичного (орієнтований на оволодіння методами діагностики для визначення свого ставлення до грошей та визначення організаційно-психологічних чинників,

які впливають на це ставлення; в) корекційно-розвивального (спрямований на оволодіння уміннями та навичками гармонійного використання грошей).

3. Для розкриття змісту тренінгу використовуються різноманітні *інтерактивні техніки* (метод незавершених речей, «мозкові штурми», робота в малих групах, групові дискусії, рольові ігри, робота з Інтернет-ресурсами, психологічні практикуми, творчі домашні завдання та ін.), спрямовані на організацію спільної діяльності та спілкування персоналу комерційних організацій.

4. Впровадження та вивчення ефективності тренінгу «Психологія ставлення персоналу комерційних організацій до грошей» показало доцільність його використання для психологічної підготовки персоналу комерційних організацій з означеної проблеми.

Перспективи подальших досліджень з проблеми полягають у розробці критеріїв та методик до вивчення ефективності тренінгової програми «Психологія ставлення до грошей персоналу комерційних організацій».

Література

1. Власов, П.К. (2015). *Психология организаций: проектирование на этапе замысла*. Харьков: Гуманитарный центр.
2. Гнускіна, Г.В. (2016). Зміст та особливості проведення тренінгу «Профілактика та подолання професійного вигорання у підприємців». *Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія: зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*; за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки, 1, 44. 10–15.
3. Гончаренко, Я.В. (2018). Зміст і структура тренінгу «Психологія розвитку орієнтації на клієнта в персоналу комерційних організацій». *Організаційна психологія. Економічна психологія / за наук. ред. С.Д. Максименка та Л.М. Карамушки, 1(12)*. 7–16.
4. Зубіашвілі, І.К. (2018). Тренінгові практики у соціально-психологічному забезпеченні монетарної культури старшокласників. *Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія: зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*; за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки, 1, 48. 19–24.
5. Карамушка, Л.М., & Андреева, І.А. (2012). *Психологія відданості персоналу організації (на матеріалі діяльності банківських структур)*. Київ-Львів: Галицький друкар.
6. Карамушка, Л.М., & Ходакевич, О.Г. (2017). *Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей*. Київ: КНЕУ.
7. Карамушка, Л.М., & Худякова, Н.Ю. (2011). *Мотивація підприємницької діяльності*. Київ. Львів: Сполом.
8. Креденцер, О.В., & Абдуллаєва, І.Б. (2016). Тренінг «Розвиток самоефективності підприємців сфери торгівлі»: структура, особливості проведення та оцінка ефективності. *Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*; за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки, 1, 44. 36–41.
9. Купрейченко, А. Б. (2009). Отношение к деньгам предпринимателей с различным психологическим типом экономической активности. *Психология и экономика, 2, 1*. 12–32.
10. Малинин, Е.Д. (2004). *Организационная культура и эффективность бизнеса*. Москва: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК».
11. Марасанов, Г.И. (1998). *Социально-психологический тренинг. 3-е изд., исправл. и дополн.* Москва: Совершенство.
12. Митина, Л.М. (2003). *Психология развития конкурентоспособной личности. 2-е изд., стер.* Москва: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК».
13. Паршак, О.І. (2020). Аналіз загального ставлення персоналу комерційних організацій до грошей: рівень вираженості та зв'язок з психологічними характеристиками персоналу та організації. *Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія : зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*; за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки, 1, 57. 59–66.
14. Паршак, О.І. (2019). Вплив соціально-демографічних та організаційно-професійних характеристик персоналу комерційних організацій на його оцінку способів отримання грошей. *Організаційна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки, 1 (16)*. 64–73.
15. Паршак, О.І. (2018). Методики для дослідження ставлення до грошей персоналу комерційних організацій. *Організаційна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки, 2 (13)*. 93–99.
16. Паршак, О.І. (2020). Оцінка персоналом комерційних організацій ролі грошей у його життєдіяльності: зв'язок з психологічними та організаційно-функціональними характеристиками організацій. *Організаційна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки, 2–3 (20)*. 92–100.
17. *Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности* (2001). Под ред. Г. С. Никифоровой, М. А. Дмитриевой, В. М. Снетковой. Санкт-Петербург: Речь.

18. *Практическая психодиагностика. Методики и тесты* (2001). Д.Я. Райгородский (ред.-сост.). Самара: БАХРАХ-М.
19. *Психогимнастика в тренинге* (1999). Под ред Н.Ю. Хрящевой. Санкт-Петербург: Ювента, И.Т.
20. Сімків, М.В. (2010). Тип ставлення до оточуючих як чинник монетарних установок. *Проблеми сучасної психології* : зб. наук. праць Кам'янець-Подільського національний університет імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України ; за ред. С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої, 10. 720–731.
21. *Технології роботи організаційних психологів* (2005). За наук. ред. Л. М. Карамушки. Київ: Фірма «ІНКОС».
22. *Управление персоналом* (2002). Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ЮНИТИ.
23. Фернам, А., & Аргайл, М. (2005). *Деньги. Психология денег и финансового поведения*. Под общей ред. Алексеева. Санкт-Петербург: Речь.
24. Хашченко, В. А., & Баранова, А. В. (2004). Взаимосвязь оценки качества жизни и экономико-психологического статуса личности. *Проблемы экономической психологии*, 1, 501–527.
25. Шапиро, Д. (1997). *Конфликт и общение: Путеводитель по лабиринту регулирования конфликтов*, пер. с англ. Кишинэу: ARC.
26. Яновська, С.Г. (2010). Ціннісний аспект ставлення до грошей та особливості грошової задоволеності підприємців. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Психологія»*, 913, 192–195.
27. Furnham, A., & Argyle, M. (1998). *The psychology of money*. New York: Routledge.
28. Goldberg, H., & Lewis, R. (1978). *Money Madness: The Psychology of Saving, Spending, Loving and Hunting Money*. London: Springwood.
29. Tang, T. (1993). The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 93–109.

References

1. Vlasov, P.K. (2015). *Psihologija organizacij: projektirovanie na jetape zamysla [Psychology of organizations: designing at the conception stage]*. Harkov: Gumanitarnyj centr [in Russian].
2. Hnuskina, H.V. (2016). Zmist ta osoblyvosti provedennia treninhu «Profilaktyka ta podolannia profesiinoho vyhorannia u pidpriyemtsiv» [The content and features of the training "Prevention and overcoming of burnout among entrepreneurs"]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia: zb. nauk. prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy; za red. S.D. Maksymenka, L.M. Karamushky*, 1, 44. 10–15 [in Ukrainian].
3. Honcharenko, Ya.V. (2018). Zmist i struktura treninhu «Psykhologhiia rozvytku oriantatsii na kliienta v personalu komertsiiynykh orhanizatsii» [The content and structure of the training "Psychology of customer orientation development in the staff of commercial organizations"]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia / za nauk. red. S.D. Maksymenka ta L.M. Karamushky*, 1(12). 7–16 [in Ukrainian].
4. Zubiashevili, I.K. (2018). Treninhovi praktyky u sotsialno-psykholohichnomu zabezpechenni monetarnoi kultury starshoklasnykiv [Training practices in social and psychological support for high school students' monetary culture]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia: zb. nauk. prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy; za red. S.D. Maksymenka, L.M. Karamushky*, 1, 48. 19–24 [in Ukrainian].
5. Karamushka, L.M., & Andrieieva, I.A. (2012). *Psykhologhiia viddanosti personalu orhanizatsii (na materialy diialnosti bankivskykh struktur) [Psychology of staff's organizational commitment (an example of banks)]*. Kyiv-Lviv: Halytskyi drukar [in Ukrainian].
6. Karamushka, L.M., & Khodakevych, O.H. (2017). *Psykhologichni osoblyvosti stavlennia studentskoi molodi do hroshei [Psychological features of students' attitude to money]*. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
7. Karamushka, L.M., & Khudiakova, N.Iu. (2011). *Motyvatsiia pidpriyemnytskoi diialnosti [Entrepreneurial activity motivation]*. Kyiv. Lviv: Spolom [in Ukrainian].
8. Kredentser, O.V., & Abdullaieva, I.B. (2016). Treninh «Rozvytok samoefektyvnosti pidpriyemtsiv sfery torhivli»: struktura, osoblyvosti provedennia ta otsinka efektyvnosti [Training "Development of entrepreneurs' self-efficacy in trade": structure, features and efficiency]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia. zb. nauk. prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy; za red. S.D. Maksymenka, L.M. Karamushky*, 1, 44. 36–41 [in Ukrainian].
9. Kuprejchenko, A. B. (2009). Otnoshenie k dengam predprinimatelej s razlichnym psihologicheskim tipom jekonomicheskoy aktivnosti [Attitude towards money among entrepreneurs with different psychological types of economic activity]. *Psihologija i jekonomika*, 2, 1. 12–32 [in Russian].
10. Malinin, E.D. (2004). *Organizacionnaja kultura i jeffektivnost biznesa [Organizational culture and business efficiency]*. Moskva: Izd-vo Moskovskogo psihologo-social'nogo instituta; Voronezh: Izd-vo NPO «MODJeK» [in Russian].
11. Marasanov, G.I. (1998). *Sotsialno-psihologicheskij trening [Social-psychological training]*. Moskva: Sovershenstvo [in Russian].

12. Mitina, L.M. (2003). *Psihologija razvitija konkurentosposobnoj lichnosti [Psychology of competitive personality development]*. Moskva: Izd-vo Moskovskogo psihologo-social'nogo instituta; Voronezh: Izd-vo NPO «MODJeK» [in Russian].
13. Parshak, O.I. (2020). Analiz zahalnoho stavlennia personalu komertsiiynykh orhanizatsii do hroshei: riven vyrazhenosti ta zviazok z psykholohichnymy kharakterystykamy personalu ta orhanizatsii [Analysis of commercial organization staff's general attitude towards money: strength and connection with staff's and organization's psychological characteristics]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia*, 1(57). 59–66 [in Ukrainian].
14. Parshak, O.I. (2019). Vplyv sotsialno-demografichnykh ta orhanizatsiino-profesiinykh kharakterystyk personalu komertsiiynykh orhanizatsii na yoho otsinku sposobiv otrymannia hroshei [The impact of commercial organization staff's socio-demographic and organizational-professional characteristics on staff's assessment of the ways to make money]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia*, 1(16). 64–73 [in Ukrainian].
15. Parshak, O.I. (2018). Metodyky dlia doslidzhennia stavlennia do hroshei personalu komertsiiynykh orhanizatsii [Instruments for studying commercial organization staff's attitude towards money]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia / za red. S. D. Maksymenka, L. M. Karamushky*, 2(13). 93–99 [in Ukrainian].
16. Parshak, O.I. (2020). Otsinka personalom komertsiiynykh orhanizatsii roli hroshei u yoho zhyttiedialnosti: zviazok z psykholohichnymy ta orhanizatsiino-funktsionalnymy kharakterystykamy orhanizatsii [Commercial organization staff's assessment of the role of money in their life: the relationship with the psychological, organizational and functional characteristics of the organization]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia*, 2–3(20). 92–100 [in Ukrainian].
17. *Praktikum po psihologii menedzhmenta i professionalnoj dejatel'nosti [Practicum on psychology of management and professional activity]* (2001). Pod red. G. S. Nikiforovoj, M. A. Dmitrievoj, V. M. Snetkovoj. Sankt-Peterburg: Rech [in Russian].
18. *Prakticheskaja psihodiagnostika. Metodiki i testy [Practical psychodiagnostics. Tools and tests]* (2001). D.Ya. Rajgorodskij (red.-sost.). Samara: BAHRAH-M [in Russian].
19. *Psihogimnastika v treninge [Psychogymnastics in training]* (1999). Pod red N.Ju. Hrashhevoj. Sankt-Peterburg: Juventa, I.T [in Russian].
20. Simkiv, M.V. (2010). Typ stavlennia do otchuiuchykh yak chynnyk monetarnykh ustanovok [Attitude towards others as a monetary attitude factor]. *Problemy suchasnoi psykholohii : zb. nauk. prats Kamianets-Podil'skoho natsionalnyi universytet imeni Ivana Ohienka, Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuka APN Ukrainy ; za red. S. D. Maksymenka, L. A. Onufriievoi*, 10. 720–731 [in Ukrainian].
21. *Tekhnolohii roboty orhanizatsiinykh psykholohiv [Organizational psychologists' work technologies]* (2005). Za nauk. red. L. M. Karamushky. Kyiv: Firma «INKOS» [in Ukrainian].
22. *Upravlenie personalom [Human resource management]* (2002). Pod red. T.Ju. Bazarova, B.L. Eremina. Moskva: JuNITI [in Russian].
23. Fernam, A., & Argaj, M. (2005). *Dengi. Psihologija deneg i finansovogo povedenija [Money. Psychology of money and financial behavior]*. Pod obshhej red. Alekseeva. Sankt-Peterburg: Rech [in Russian].
24. Hashhenko, V. A., & Baranova, A. V. (2004). Vzaimosvjaz ocenki kachestva zhizni i jekonomiko-psihologicheskogo statusa lichnosti [The relationship between the individual's assessment of quality of life and their economic and psychological status]. *Problemy jekonomicheskoi psihologii*, 1, 501–527 [in Russian].
25. Shapiro, D. (1997). *Konflikt i obshhenie: putevoditel po labirintu regulirovanija konfliktov [Conflict and communication: a conflict management maze guide]*. Kishinjeu: ARC [in Russian].
26. Ianovska, S.H. (2010). Tsinnisnyi aspekt stavlennia do hroshei ta osoblyvosti hroshovoi zadovolenosti pidpriemstiv [The value aspect of entrepreneurs' attitude towards money and their monetary satisfaction]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina. Seriia «Psykholohiia»*, 913, 192–195 [in Ukrainian].
27. Furnham, A., & Argyle, M. (1998). *The psychology of money*. New York: Routledge.
28. Goldberg, H., & Lewis, R. (1978). *Money Madness: The Psychology of Saving, Spending, Loving and Hunting Money*. London: Springwood.
29. Tang, T. (1993). The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 93–109.

Olexander Parshak. Training Program "Psychology of the Commercial Organization Staff's Attitude Towards Money".

Introduction. Commercial organizations' efficiency can be improved, among other ways, through the formation of staff's harmonious attitude towards money and staff's active participation in the development and implementation of the organization's monetary policies.

Aim: to develop the content and design of the training program for the formation of commercial organization staff's harmonious attitude towards money.

Methods. The technological approach by L. Karamushka and a number of interactive techniques (unfinished sentences, "brainstorming", small-group work, group discussions, role-playing games, work with

Internet resources, psychological workshops, creative homework, etc.) aimed at organizing trainees' joint activities and communication.

Results. The author has proposed a 56-hour-long training program "Psychology of the Commercial Organization Staff's Attitude Towards Money", which includes the following five training sessions: "The Concept of Money and Their Role in Commercial Organization Staff's Life", "The Impact of the Commercial Organization Staff's Organizational and Psychological Characteristics on Staffs' Attitudes towards Money", "The Commercial Organizations' Organizational and Psychological Characteristics that Affect Commercial Organization Staff's Attitudes towards Money", "Commercial Organizations' Monetary Policy: its Content and Organizational and Psychological Problems", "The Main Directions of Commercial Organizations' Monetary Policies."

Conclusions. The proposed training program can be used for commercial organization staff's psychological training as well as in shaping and pursuing monetary policies of commercial organizations.

Key words: commercial organizations; staff; money; attitude towards; money; structure of attitude to money, training program, interactive techniques.

Відомості про автора

Паршак Олександр Іванович, науковий кореспондент лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Parshak, Oleksandr, PhD student, Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: alexparshak@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2835-9408>

Отримано 23 вересня 2020 р.

Рецензовано 19 жовтня 2020 р.

Прийнято 30 жовтня 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.9>

УДК 330.16

Савченко Олена

Хтей Софія

МЕТОДИКА ДІАГНОСТИКИ АСПЕКТІВ СПОЖИВАЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТІВ

Савченко Олена, Хтей Софія. Методика діагностики аспектів споживацької поведінки студентів.

Вступ. Існує дефіцит стандартизованих методів психологічної діагностики аспектів економічної активності особистості, зокрема споживацької поведінки.

Мета дослідження. Мета роботи полягає у розробці психодіагностичної методики «Споживацька поведінка студентів», перевірки її на надійність, валідність та дискримінативність окремих тверджень.

Методи дослідження. Запропонована авторська методика «Споживацька поведінка студентів», застосовані опитувальник «Шкала базових переконань» (Р. Янов-Бульман, адаптація О. Кравцової), авторська анкета «Щоденна купівля товарів».

Результати дослідження. Кількісно визначені наступні аспекти споживацької поведінки студентів: раціональний розподіл коштів, орієнтація на думку іншої людини та рекламу, гнучкість у придбанні товарів, купівля як отримання бажаного.

Висновки. Впроваджені процедури перевірки валідності, надійності показали високу

придатність методики для вимірювання аспектів споживацької поведінки молоді.

Ключові слова: споживання, споживацька поведінка, економічна поведінка, соціально-економічний обмін, раціональність.

Савченко Елена, Хтей София. Методика диагностики аспектов потребительского поведения студентов.

Введение. Существует дефицит стандартизированных методов психологической диагностики аспектов экономической активности личности, в частности потребительского поведения.

Цель исследования. Цель работы состоит в разработке психодиагностической методики «Потребительское поведение студентов», в проверке ее на надежность, валидности и дискриминативности отдельных утверждений.

Методы исследования. Предложена авторская методика «Потребительское поведение студентов», использован опросник «Шкала базовых убеждений» (Р. Янов-Бульман, адаптация А. Кравцовой), авторская анкета «Ежедневная покупка товаров».

Результаты исследования. Количественно определены следующие аспекты потребительского поведения студентов: рациональное распределение средств, ориентация на мнение другого человека и рекламу, гибкость в приобретении товаров, покупка как получение желаемого.

Выводы. Примененные процедуры проверки валидности и надежности показали высокую пригодность методики для измерения аспектов потребительского поведения молодежи.

Ключевые слова: потребление, потребительское поведение, экономическое поведение, социально-экономический обмен, рациональность.

Вступ. Необхідність вивчення споживацької поведінки як важливої складової економічної активності особистості була усвідомлена українськими дослідниками вже давно. На важливості вивчення психологічних феноменів споживацької поведінки наголошують і маркетологи, і соціологи, і власне психологи. Ю. Пачковський та А. Максименко (2014), як представники економічної соціології, роблять акцент на неоднозначності наслідків споживання для індивідів та суспільства загалом, оскільки низка з них має яскраво виражений демонстративний та деструктивний характер. Отже, перед дослідниками постає проблема розробки та впровадження моделі «збалансованого (сталого) споживання на підставі зменшення його обсягів та посилення відповідальності виробників перед суспільством» (Пачковський, & Максименко, 2014: 3–4). У дослідженнях Л. Коваль, С. Романчук (2010), О. Євсейцевої, Д. Потехи (2014) було продемонстровано, що недостатньо вивченими є механізми впливу зовнішніх та внутрішніх чинників на процеси прийняття рішень українськими споживачами в актуальних умовах українського споживчого ринку. Більшість дослідників підкреслюють необхідність урахування специфіки українського ринку та особливостей української ментальності при вивченні особливостей економічної поведінки, оскільки тривала ситуація соціально-економічної кризи вплинула і на аспекти ідентифікації споживачів (визначення приналежності певному суспільному класу), і на вибудовування моделей споживацької поведінки, і на формування захисних реакцій внаслідок акумулювання низки потреб, які не можуть бути задоволені повною мірою.

Обмеженість досліджень споживацької поведінки в психології обумовлена і загальними, раніше названими, причинами, а також і тим, що обмеженим є дослідницький інструментарій. У економічній галузі психології спостерігається дефіцит стандартизованих методів психологічної діагностики, відсутні і адаптації якісних іншомовних методик. Така ситуація суттєво обмежує і кількість, і якість досліджень, стримує початківців (здобувачів вищої освіти першого та другого рівня) проводити власні наукові розвідки.

Отже, **мета нашого дослідження** – розробка психодіагностичної методики «Споживацька поведінка студентів». Досягнення визначеної мети припускає вирішення низки завдань, а саме:

- визначення поняття «споживацька поведінка особистості»;

- відокремлення незалежних аспектів споживацької поведінки молоді;
- перевірка методики на надійність, валідність та дискримінативність окремих питань;
- визначення тестових норм для запропонованих шкал.

У монографії Ю. Пачковського, & А. Максименко (2014) проаналізовані підходи до вивчення споживання як економічного, соціального та психологічного феномену. Зосереджено увагу як на широкому тлумаченні змісту цього поняття, яке поєднує форми активності людини у придбанні, споживанні та звільненні від товарів, так і на більш звуженому, який припускає лише відображення «сукупності поведінкових актів, дій, тактик і стратегій поведінки, метою яких є придбання, здобуття засобів задоволення потреб» (Пачковський, & Максименко, 2014: 14).

В. Верховін, & В. Зубков (2002) розглядають споживацьку поведінку як комплексну активність, що поєднує не лише придбання різних благ або форм їх замінників, а й акти інформаційно-пошукової активності, спрямовані і на знаходження джерел доходів, і на знаходження товарів, що відповідають визначеним критеріям, і на оцінку альтернатив у процесі вибору. Автори додають також акти господарської поведінки до складових споживання, які проявляються в координаційних, регулятивних та захисних діях. Ю. Пачковський, А. Максименко розглядають споживацьку поведінку як «складну соціальну дію, спрямовану на реалізацію споживчих виборів (індивідуальних чи спільних), з метою забезпечення власної життєдіяльності» (Пачковський, & Максименко, 2014: 16). О. Кузьмук (2015) концентрує увагу на одержанні задоволення та демонструванні власного соціального статусу як двох основних функцій споживацької поведінки, двох напрямів її вивчення. Саме через споживання певних товарів особистість отримує можливість конструювати та відтворювати власну ідентичність. Російські дослідниці Н. Шайдакова та Н. Радина наголошують на тому, що вивчення споживацької поведінки ускладнюється додатковими мотивами, які супроводжують цей процес, а саме: самоствердження, економія та спілкування. Споживання може бути самостійною діяльністю, а може розглядатися як «підготовчий компонент – генезис себе як суб'єкта певної нової діяльності» (Шайдакова & Радина, 2012: 77).

У нашому дослідженні ми визначаємо споживацьку поведінку як організовану форму активності, спрямовану на задоволення актуальних потреб через пошук необхідних товарів та коштів, вибір оптимальної альтернативи та організацію процедури соціально-економічного обміну. Під «обміном» ми розуміємо процес переходу продуктів, товарів з власності одних осіб у власність інших через компенсацію іншими «зустрічними» благами. В. Верховін розглядає економічний обмін як форму соціального обміну, який припускає «взаємовигідний перерозподіл обмежених економічних ресурсів, технологій досягнення результатів і самих результатів економічної діяльності, що дозволяє при певних умовах забезпечити максимізацію тих вигод, до яких прагнуть партнери» (Верховин, 2015: 13).

Методи та організація дослідження. Для діагностики різних аспектів споживацької поведінки молоді була розроблена авторська методика «Споживацька поведінка студентів»; для перевірки конструктивної валідності методики застосовувалась стандартизована психодіагностична методика «Шкала базових переконань» (Р. Янов-Бульман, адаптація О. Кравцової), для визначення критеріальної валідності була використана авторська анкета «Щоденна купівля товарів». Дослідження проводилось у протягом 2020 року в формі онлайн-опитування за сформованими гугл-формами.

Вибірка дослідження. На першому етапі дослідження взяли участь 66 студентів ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана» (м. Київ), які навчалися на різних курсах та спеціальностях, і які добровільно погодились взяти участь у дослідженні. На другому етапі (перевірка конструктивної та критеріальної валідності методики) взяли участь 109 студентів різних університетів м. Києва. На третьому етапі – стандартизація методики – 175 осіб.

Результати дослідження та їх обговорення. Попередня версія методики «Споживацька

поведінка студентів» містила 33 твердження. В опитувальнику ми застосували 5-ти бальну шкалу, яка визначає частоту прояву певного аспекту споживацької поведінки: 1 бал – «майже ніколи», 2 бали – «час від часу», 3 бали – «50/50», 4 бали – «у більшості випадках», 5 балів – «майже у всіх випадках». Досліджуванам пропонувалась наступна інструкція: «Уважно прочитайте твердження та оберіть той варіант відповіді, який відповідає Вашій щоденній поведінці. Методика не містить правильних чи неправильних тверджень, отже, важливою є Ваша особистісна оцінка».

Після обробки первинних даних був розрахований коефіцієнт Фергюсона для кожного твердження, який відображає рівень дискримінативності питання. Ми відхилили 4 твердження, що мали низьке значення за даним показником. Дані питання не дозволяють диференціювати відповіді студентів за рівнем частоти поведінкових проявів. Середній коефіцієнт дискримінативності за питаннями, що залишились в опитувальнику, дорівнює 0,67. Цей результат ми оцінюємо як достатній.

Для перевірки внутрішньої структури методики був застосований факторний аналіз даних (STATISTICA 10.0; методом Principal components, процедура ротації – *Varimax normalized*), який проводився з метою перевірки структури опитувальника. Факторний аналіз – засіб багатовимірної математичної статистики, який дозволяє визначити статистично пов'язані ознаки задля виявлення певної кількості латентних, прихованих від безпосереднього спостереження, факторів. За результатами факторного аналізу були визначені 4 незалежні фактори, що пояснюють 43% загальної дисперсії. Розглянемо склад першого фактора, який наведений у *табл. 1*.

Перший фактор, що пояснює 13% сумарної дисперсії, відображає такий важливий аспект споживацької поведінки як раціональний – нераціональний розподіл коштів. Він відображає готовність молоді перед купівлею того чи іншого товару обдумувати необхідність придбання та приймати зважені рішення. Ті досліджувані, що отримують високі значення за даним фактором, рахують, скільки грошей вони витрачають та на що саме; складають списки продуктів, думають про негативні та позитивні сторони різних альтернатив перед купівлею товару; переважно купують товари одного перевіреного виробника; люблять здійснювати покупки продуктів на декілька днів.

Таблиця 1

Перший аспект споживацької поведінки «Раціональний розподіл коштів»

Твердження	Факторне навантаження
Я рахую скільки грошей я витратив та на що саме.	0,6
Я зважую всі за та проти перед дорогою покупкою.	0,74
Я складаю список майбутніх покупок перед тим, як іди до магазину.	0,58
Я купую товари одного і того самого виробника.	0,56
Я купую продукти на декілька днів вперед, а не на один день.	0,73
Я можу спонтанно купити дорогий товар, якщо маю у кишені достатню суму коштів.	-0,4

Звертаємо увагу на від'ємне факторне навантаження твердження 18, «Я можу спонтанно купити дорогий товар, якщо маю у кишені достатню суму коштів», що свідчить про те, що студенти не можуть спонтанно здійснювати покупки навіть, якщо мають достатню суму

грошей. Відповідь на дане твердження буде оброблятися за зворотною шкалою. Перевірка шкали на надійність-узгодженість здійснювалась за критерієм альфа-Кронбаха. Отримане значення (0,75) відповідає достатньому рівню узгодженості питань.

Склад другого фактора представлений у *табл. 2*. Шкала «Орієнтація на думку іншої людини та рекламу», яка пояснює 11% сумарної дисперсії, дозволяє оцінити рівень самостійності у придбанні та прийнятті рішення стосовно купівлі певних товарів. Ті досліджувані, які отримують високі значення за даним фактором, орієнтуються на рекламу, відслідковують акційні пропозиції у мобільних додатках; обговорюють з іншими особами покупку того чи іншого товару. Особи з низькими значеннями за даною шкалою проявляють незалежність від думок оточуючих, орієнтуються лише на власну думку стосовно якості товару чи послуги.

Таблиця 2

**Другий аспект споживацької поведінки
«Орієнтація на думку іншої людини та рекламу»**

Твердження	Факторне навантаження
Я обговорюю великі покупки з іншими членами родини, друзями.	0,66
Я видаляю рекламні сповіщення, які отримую на мобільний телефон, про акції в магазині.	-0,47
Продавець/консультант може легко переконати мене у тому, що цей продукт є необхідним для мене.	0,43
Реклама впливає на моє рішення купити певний товар.	0,36
Мені важливо знати думку продавця з приводу того, чи іншого товару.	0,61
Я користуюсь певними додатками в телефоні задля відслідковування акцій в улюблених магазинах.	0,6
Мої фінансові рішення залежать від рішень батьків.	0,59
Купуючи продовольчі товари, я орієнтуюсь на знижки.	0,45

Звернемо увагу на від'ємне значення факторного навантаження твердження 8, «Я видаляю рекламні сповіщення, які отримую на мобільний телефон про акції в магазині», отже, при обробці даних буде застосовуватися зворотна шкала. За критерієм альфа-Кронбаха ми отримали результат (0,73), що відповідає достатньому рівню узгодженості тверджень за даною шкалою. Такий результат свідчить про взаємопов'язаність відповідей на ці запитання, що підтверджує можливість їх об'єднання в єдиний показник.

Склад третього фактора представлений в *табл. 3*. Він пояснює 10% сумарної дисперсії. Гнучкість у придбанні товарів виявляється у різних аспектах: варіюванні засобами розрахунку за товар (готівка, різні платіжні картки), застосування різних форм купівлі (офлайн та онлайн), орієнтація на відгуки різних людей, які вже придбали той чи інший товар, готовність аналізувати великий обсяг інформації стосовно пропозицій різних торговельних мереж та магазинів. За результатами критерію альфа-Кронбаха був отриманий коефіцієнт (0,73), який відображає задовільний рівень узгодженості запитань за даною шкалою.

Таблиця 3

Третій аспект споживацької поведінки «Гнучкість у придбанні товарів»

Твердження	Факторне навантаження
Я використовую кредитку картку, якщо не маю готівки.	0,48
Я купую товари онлайн (одяг, техніка).	0,59
Я уважно читаю відгуки людей, що вже придбали товар, перед купівлею.	0,59
Я цікавлюсь цінами на певний товар у різних мережах, магазинах.	0,66
Я вважаю, що саме гроші можуть розв'язати будь-яку проблему.	0,51
Я упереджено ставлюсь до товару з великою знижкою.	0,38

Склад останнього фактора, який відображає значущий аспект споживацької активності молоді, а саме ставлення до купівлі товару як до процесу задоволення актуальної потреби, отримання бажаного, представлений у *табл. 4*.

Таблиця 4

Четвертий аспект споживацької поведінки «Купівля як отримання бажаного»

Твердження	Факторне навантаження
Якщо я щось хочу, я неодмінно це отримаю, незважаючи на те, скільки це коштує.	0,48
Я витрачаю більше, ніж отримую.	0,59
Я ретельно вивчаю інформацію, що написана на товарі перед купівлею.	0,50
Мені доводиться просити в борг у батьків або друзів задля того, щоб купити те, на що не вистачає коштів.	0,67
Я упереджено ставлюсь до товару з великою знижкою.	0,36
Мені неважливо, якої фірми товар, якщо ціна мене задовольняє.	0,57

Даний фактор відображає готовність студентів шукати різні засоби отримання бажаного, а саме: прояви наполегливості, ретельне вивчення інформації про товар, яка надана на обгортці, ігнорування реальності (власного доходу, актуальних грошових ресурсів), взяття коштів у борг. За критерієм альфа-Кронбаха ми отримали значення коефіцієнта (0,72), що відповідає достатньому рівню узгодженості тверджень за даною шкалою.

Низка тверджень не увійшли до складу жодного фактора, оскільки мали незначне значення факторного навантаження. Остаточний варіант методики «Споживацька поведінка студентів» складають 25 тверджень. Отже, запропонована методика дозволяє визначити 4 показники, які кількісно презентують та характеризують споживацьку поведінку молоді за такими аспектами: раціональна – ірраціональна, самостійна – залежна, гнучка – консервативна, орієнтована на задоволення сильної потреби – стримана. Наші результати узгоджуються з моделлю, запропонованою О. Євсейцевою, Д. Потехою (2016), у межах якої виокремлюються 6 секторів мотивації: безпека, задоволення, збудження, пригоди, автономність та дисципліна. Перший фактор «раціональний розподіл коштів» відповідає сектору «дисципліна», другий аспект поведінки «орієнтація на думку іншої людини та рекламу» узгоджується за змістом з сектором «автономність», третій фактор «гнучкість у придбанні товарів» відповідає певною мірою змісту сектору «безпека», а четвертий фактор «купівля як отримання бажаного»

відображає поєднання секторів «пригоди», «задоволення» й «збудження».

Кореляційний аналіз дозволив перевірити внутрішню структуру методики «Споживацька поведінка студентів». Нами був визначений лише один значущий взаємозв'язок, отже, всі інші шкали відображають рівень вираженості незалежних аспектів споживацької поведінки молоді. Виявлено позитивний кореляційний зв'язок ($r=0,3$; $\alpha \geq 0,95$) між фактором «Гнучкість у придбанні товарів» та «Купівля як отримання бажаного». Взаємопов'язаними є аспекти споживацької поведінки, які відображають готовність підлаштовуватися під мінливі умови ринку товарів та установку на швидке задоволення своїх потреб та бажань.

Визначення надійності – стійкості проводилось за допомогою процедури ретестування. Через 5 місяців після першого опитування 31 студент повторно пройшов методику. Коефіцієнти кореляції даних первинного та вторинного замірів відображають міру стійкості результатів у часі ($r_1=0,67$; $r_2=0,6$; $r_3=0,62$; $r_4=0,61$ відповідно). Усі чотири шкали продемонструвати надійність на рівні значущості 0,999. Отже, ми можемо стверджувати, що методика «Споживацька поведінка студентів» має високу ретестову надійність.

Задля перевірки конструктивної валідності запропонованих шкал методики була використана інша стандартизована методика, яка відображає змістовно пов'язані аспекти активності особистості. Значущі взаємозв'язки між показниками цих методик дозволять уточнити той аспект реальності, який вимірюють шкали нашої авторської методики. Для перевірки конструктивної валідності був обраний опитувальник «Шкала базових переконань» (Р. Янов-Бульман, адаптація О. Кравцової). За допомогою процедури кореляційного аналізу отримано 2 значущих коефіцієнта кореляції, які представлені у *табл. 5*.

Таблиця 5

Значущі взаємозв'язки між показниками методики «Споживацька поведінка студентів» та опитувальника «Шкала базових переконань»

Показник за методикою «Споживацька поведінка студентів»	Показник за опитувальником «Шкала базових переконань»	Показник кореляції	Рівень значущості
Орієнтація на думку іншої людини та рекламу	Ступінь самоконтролю	-0,4	0,99
Купівля як отримання бажаного		-0,34	0,95

Встановлено значущий обернений кореляційний зв'язок між фактором «Орієнтація на думку іншої людини та рекламу» та шкалою «Ступінь самоконтролю» ($r=-0,4$; $\alpha \geq 0,99$). Тобто досліджувані, які не мають сформованого самоконтролю, які не вміють стримувати свої бажання та емоційні імпульси, оскільки мають низький рівень волевої саморегуляції, найчастіше орієнтуються на думки інших осіб при купівлі товарів. Це відбувається тому, що вони потребують додаткової підтримки та схвалення власних рішень. Реклама здійснює на них дуже потужний вплив, формуючи потреби, які вони слабо можуть стримувати. Функцію зовнішнього контролю починають виконувати інші люди, які надають поради та оцінки прийнятих рішень, прискорюють або сповільнюють процес купівлі певних товарів. Також отримано значущий обернений кореляційний зв'язок між фактором «Купівля як отримання бажаного» та шкалою «Ступінь самоконтролю» ($r=-0,34$; $\alpha \geq 0,95$). Отже, студенти з низьким рівнем самоконтролю частіше здійснюють спонтанні покупки, частіше знижують внутрішнє напруження через акти купівлі товарів. Це обумовлюється тим, що бажання зробити покупку переважає над установками раціонального мислення (зважити необхідність, критично оцінити

якість, перевірити співвідношення ціна – якість та ін.). Досліджувані не усвідомлюють різниці між бажаними та необхідними речами, що призводить до прийняття імпульсивних ірраціональних рішень.

Оскільки відсутні російськомовні чи україномовні стандартизовані методики на дослідження різних аспектів споживацької поведінки, ми вирішили перевіряти валідність методики через аналіз критеріальної валідності. Для цього була розроблена авторська анкета «Щоденна купівля товарів», метою якої було зібрати інформацію за певними зовнішніми критеріями, які можуть виявитися чутливими до проявів різних форм споживацької поведінки. Нами були обрані наступні критерії: вік, стать, мотиватори споживацької активності, середній щоденний чек покупок, ступінь самостійності у здійсненні покупки, сума грошей, які респондент може потратити на подарунки, приблизна сума витрат на місяць, статус студента (перебуває на утриманні батьків чи самостійно заробляє гроші).

Першим критерієм ми обрали «вік». У результаті порівняння двох різновікових груп ми отримали значущі відмінності за певними аспектами споживацької поведінки (див. *табл. 6*). Для порівняння був використаний t-критерій Стьюдента для незалежних вимірів. На цьому етапі взяли участь в дослідженні 109 студентів різних університетів м. Києва.

Таблиця 6

Результати порівняння двох різновікових груп за показниками методики «Споживацька поведінка студентів»

Фактор	Група осіб 17-20 років (N=52)		Група осіб 21-25 років (N=57)		Значення критерію Стьюдента
	Серед. значення	Дисперсія	Серед. значення	Дисперсія	
Рациональний розподіл коштів	21,21	23,0	20,5	16,0	0,85
Орієнтація на думку іншої людини та рекламу	21,0	28,31	18,0	27,8	2,99**
Гнучкість у придбанні товарів	19,21	19,81	20,5	16,61	1,6
Купівля як отримання бажаного	17,5	18,41	16,1	8,6	1,97*

Примітка: * – емпіричне значення є значущим при $\alpha \geq 0,95$; ** – емпіричне значення є значущим при $\alpha \geq 0,99$.

Отже, у молодших респондентів прослідковується більш високий рівень орієнтації на думку іншої людини та рекламу ($t=2,99$; $\alpha \geq 0,99$) та більш сформована готовність здійснення спонтанної купівлі товарів, що дозволяє їм отримати бажане ($t=1,97$; $\alpha \geq 0,95$). Це пояснюється тим, що досліджувані у даному віці більш схильні прислухатись до думок інших людей та обговорюють свої покупки з рідними та друзями. Також більш молоді студенти схильні частіше здійснювати купівлю товарів під впливом бажань та емоцій, що може бути пов'язано з більш низьким рівнем самоконтролю. Отже, вік є важливим чинником споживацької поведінки в юнацькому віці. Шкали нашої методики є чутливими до вікових розбіжностей навіть у межах одного вікового періоду.

Результати порівняння двох груп, визначених за критерієм статі, представлені у *табл. 7*.

Таблиця 7

Результати порівняння двох груп, що відрізняються за статтю, за показниками методики «Споживацька поведінка студентів»

Фактор	Чоловіча група (N=54)		Жіноча група (N=55)		Значення критерію Стьюдента
	Серед. значення	Дисперсія	Серед. значення	Дисперсія	
Раціональний розподіл коштів	20,68	21,83	20,98	20,98	0,35
Орієнтація на думку іншої людини та рекламу	17,94	24,77	20,92	20,92	2,93**
Гнучкість у придбанні товарів	20,57	19,03	19,23	19,23	1,64
Купівля як отримання бажаного	16,42	15,4	17,12	17,12	0,99

Примітка: ** – емпіричне значення є значущим при $\alpha \geq 0,99$.

Результати попередніх досліджень (Проблемы экономической психологии, 2004) виявили, що чоловіки більше піддаються зовнішньому впливу інших людей та рекламі під час обирання та прийняття рішень щодо покупки товарів. «Чоловіки більш довірливі та люблять, щоб їх зустрічали привітно, усмішкою, приділяли їм увагу. Коли чоловіки купують товар за дорученням, наприклад, жінки, вони потребують допомоги, поради, оскільки їм бракує знань про певний товар, тому вони повністю довіряють продавцю» (Ложкін, & Комаровська, 2014: 153–154). Цей факт підтверджується і результатами досліджень О. Лебедєва, який встановив, що жінки, купуючи товари, демонструють більшу імпульсивність і частіше покладаються на власну точку зору, а чоловіки мають тенденцію у невизначених ситуаціях звертатися до соціально значущого середовища та реклами (Ложкін, & Комаровська, 2014).

Проте, провівши порівняльний аналіз, ми можемо побачити, що жінки більш схильні орієнтуватись на думку інших людей та рекламу ($t=2,93$; $\alpha \geq 0,99$). Розбіжності можна пояснити більшою комунікативністю жінок, більшою їх готовністю прислухатися до думок інших людей, звертатися за порадами до осіб, яких вони сприймають як експертів. Жінки чутливі до більш прямого впливу через аргументи та поради певних авторитетних осіб, а чоловіки більш сприйнятливі до непрямих впливів, які обумовлені привабливістю партнерів, певною атмосферою, слабко усвідомленими переживаннями.

За критерієм «самостійність – несамостійність здійснення покупок» була виявлена лише одна значуща розбіжність за показником «Гнучкість у придбанні товарів». Отже, ми виявили, що досліджувані, які самостійно здійснюють покупки ($M=20,57$; $D=16,46$), проявляють більшу гнучкість у купівлі товарів, опрацьовують більший обсяг інформації для прийняття рішення ($t=2,5$; $\alpha \geq 0,99$), ніж менш самостійні студенти ($M=18,04$; $D=20,14$). Установка на самостійність та незалежність у купівлі товарів та послуг спонукає досліджуваних брати на себе відповідальність за результат, а отже, застосовувати такі тактики, які більш орієнтовані на отримання позитивного результату (збирають інформацію щодо цін на один товар у різних торговельних мережах, орієнтуються на знижки та вигідні пропозиції, аналізують відгуки осіб, що раніше придбали товар та ін.).

Наступним критерієм, який ми обрали, була кількість грошей, які витрачаються на подарунок. Цей критерій відображає «нешоденні витрати», які плануються заздалегідь, або які змушують переглядати бюджет у разі їх непередбачуваності. Ми припустили, що респонденти,

які витрачають більше грошей на подарунок – більш орієнтовані на думки інших людей та рекламу. В результаті порівняння двох груп, ми отримали одну значущу розбіжність за показником рівня вираженості «орієнтації на думку іншої людини та рекламу» ($t=3,31$; $\alpha \geq 0,99$). Даний аспект споживацької поведінки більш виражений у тих студентів, які витрачають менше 500 гривень на придбання подарунку ($M=21,05$; $D=31,33$), ніж у тих, хто витрачають понад 600 гривень ($M=17,41$; $D=21,85$). Пояснити це можна тим фактом, що ті студенти, які менше витрачають коштів на придбання товарів першої необхідності, більше орієнтуються на якість товарів та їх престижність, що дозволяє певною мірою компенсувати його вартість. Ось чому вони приділяють більше часу на вивчення рекламної продукції та збирання інформації від користувачів, які раніше придбали цей товар.

Важливим економічним показником для прогнозування різних аспектів споживацької поведінки виявився показник щомісячних витрат на проживання. За результатами порівняння двох груп за цим критерієм були отримані дві значущі відмінності (див. *табл. 8*).

Таблиця 8

Результати порівняння двох груп за критерієм кількості грошей, які вони щомісячно витрачають

Фактор	До 4000 гривень на місяць (N=49)		Понад 4000 гривень на місяць (N=50)		Значення критерію Стьюдента
	Серед. значення	Дисперсія	Серед. значення	Дисперсія	
Рациональний розподіл коштів	21,75	16,12	20,06	19,97	1,98*
Орієнтація на думку іншої людини та рекламу	20,69	30,38	18,26	27,99	2,24**
Гнучкість у придбанні товарів	20,36	18,02	20,22	16,01	0,17
Купівля як отримання бажаного	17,30	17,50	16,22	8,58	1,49

Примітка: * – емпіричне значення є значущим при $\alpha \geq 0,95$; ** – емпіричне значення є значущим при $\alpha \geq 0,99$.

Досліджувані, які витрачають на місяць приблизно до 4000 гривень, схильні до більш раціонального розподілу коштів ($t=1,98$; $\alpha \geq 0,95$) та орієнтуються на думку іншої людини та рекламу ($t=2,24$; $\alpha \geq 0,99$) більше, ніж ті студенти, які визначили свої щомісячні витрати у діапазоні «понад 4000 гривень». Отже, більша обмеженість у щоденних витратах стимулює більш раціонального ставитися до купівлі товарів та послуг. Такі студенти більше рахують, скільки грошей вони витрачають, зважують всі позитивні та негативні сторони товару перед купівлею. Також цим респондентам перед здійсненням значних покупок притаманно обговорювати їх з іншими людьми, що має як позитивний момент: отримання додаткової інформації про товар, так і негативний – збільшується їх вразливість до соціального впливу інших осіб. Як наслідок, вони можуть легко піддатися зовнішньому впливу привабливої реклами або уважних продавців у магазинах.

Достатньо чутливим фактором, який визначає форми споживацької активності, за авторською методикою, є статус студента, точніше, його становище: він лише навчається, шукає роботу чи поєднує навчання та роботу. В останньому випадку студент самостійно заробляє гроші, а отже, може бути більш активним у реалізації споживацької поведінки. Результати порівняння двох груп студентів із різним статусом представлені у *табл. 9*.

Таблиця 9

Результати порівняння групи студентів, що перебувають на утриманні батьків, з групою студентів, які самостійно заробляють гроші, за показниками споживацької поведінки

Фактор	Студенти, що живуть на утриманні (N=28)		Студентів, що самостійно заробляють (N=47)		Значення критерію Стьюдента
	Серед. значення	Дисперсія	Серед. значення	Дисперсія	
Раціональний розподіл коштів	22,39	21,87	20,95	14,82	1,44
Орієнтація на думку іншої людини та рекламу	22,03	28,55	17,48	22,73	3,81***
Гнучкість у придбанні товарів	18,78	22,98	20,68	15,78	1,85
Купівля як отримання бажаного	18,1	15,17	16,08	7,64	2,58**

Примітка: ** – емпіричне значення є значущим при $\alpha \geq 0,99$; *** – емпіричне значення є значущим при $\alpha \geq 0,999$.

Як ми можемо побачити, студенти, які тільки вчаться, більше орієнтуються на думки інших та рекламу ($t=3,81$; $\alpha \geq 0,999$) та частіше сприймають купівлю товару як реалізацію бажаного, задоволення сильної потреби ($t=2,58$; $\alpha \geq 0,99$). Отже, молоді особи, які самостійно не заробляють гроші, обговорюють покупки з батьками та друзями, звертають увагу на рекламу товарів як на джерело інформації про їх якість та цінність. При купівлі товарів вони переживають задоволення, оскільки обирають та купівля товарів є тими діями, які дозволяють їм задовольняти свої потреби, переживаючи спершу збудження, а потім приємне розслаблення, зниження напруги.

Таким чином, ми можемо стверджувати, що розроблені нами шкали оцінки різних аспектів споживацької поведінки студентів є валідними, оскільки вони дозволяють встановлювати розбіжності різних груп студентів, які відрізняються за важливим для економічної активності молоді критеріями. Незначущими для визначення рівня сформованості певних аспектів споживацької поведінки виявились лише 2 критерії, а саме: середній чек щоденних покупок та домінуючі мотиватори. Підсумовуючи, ми можемо стверджувати, що схильність студентів здійснювати раціональний розподіл отриманих від батьків чи самостійно зароблених грошей пов'язана з обмеженою загальною сумою коштів, яку вони витрачають на місяць (до 4000 гривень). Схильність при купівлі товарів орієнтуватися на думки інших осіб чи рекламу пов'язана з більш молодим віком студентів, приналежністю до жіночої статі, меншою сумою грошей, яку вони готові витратити на придбання товарів, що не належать до категорії речей першої необхідності (подарунків), з певною обмеженістю коштів, що вони витрачають на щомісячне проживання (менше 4000 гривень), та зі статусом особи, що перебуває на утриманні батьків. Аспект гнучкості у придбанні товарів виражений більшою мірою у тих студентів, які мають звичку самостійно ходити в магазини задля купівлі необхідних товарів. Останній аспект споживацької поведінки, який вимірювався в нашій методиці, купівля як отримання бажаного, проявляється на більш високому рівні у більш молодших студентів (до 20 років) та в тих осіб, які ще самостійно не заробляють гроші на задоволення своїх потреб, а отримують їх від батьків.

Наступним завданням роботи було проведення стандартизації шкал авторської методики

«Споживацька поведінка студентів». Під стандартизацією ми розуміємо впровадження тестових норм за шкалами, які дозволять однозначно визначати рівень індивідуальних результатів. Попередньо була здійснена процедура перевірки отриманих даних на відповідність їх нормальному розподілу. На цьому етапі дослідження взяли участь 175 студентів різних університетів м. Києва. Була застосована процедура перевірки М. Плохинського, яка дозволяє провести оцінку відповідності та невідповідності даних нормальному розподілу через розрахунок коефіцієнтів асиметрії та ексцесу.

Наведені дані у *табл. 10* відображають значення асиметрії та ексцесу та їх стандартних помилок для чотирьох показників методики «Споживацька поведінка студентів». За критерієм М. Плохинського, емпіричні значення асиметрії та ексцесу не повинні перевищувати потроєного значення помилки.

Таблиця 10

**Показники асиметрії та ексцесу, отримані за шкалами методики
«Споживацька поведінка студентів»**

Фактори	Коефіцієнт асиметрії		Коефіцієнт ексцесу	
	Статистика	Стандартна помилка	Статистика	Стандартна помилка
Рациональний розподіл коштів	0,329	0,184	0,345	0,365
Орієнтація на думку іншої людини та рекламу	0,334	0,184	0,457	0,365
Гнучкість у придбанні товарів	0,540	0,184	0,343	0,365
Купівля як отримання бажаного	0,399	0,184	0,802	0,365

Можемо зазначити, що отримані результати за всіма шкалами відповідають нормальному розподілу, отже, ми можемо застосувати процедуру стандартизації з використанням шкали станайнів. Тестові норми за шкалами методики наведені в *табл. 11*.

Таблиця 11

Процедура переведення сирих даних за шкалами методики «Споживацька поведінка студентів» у стандартизовану шкалу станайнів

Станайн	Рациональний розподіл коштів	Орієнтація на думку іншої людини та рекламу	Гнучкість у придбанні товарів	Купівля як отримання бажаного
1	≤12	≤10	≤11	≤10
2	13-15	11-12	12-14	11-12
3	16-17	13-14	15-16	13-14
4	18-20	15-17	17-19	15
5	21-22	18-20	20-21	16-17
6	23-24	21-23	22-23	18-19
7	25-26	24-26	24	20-21
8	27-28	27-29	25-26	22-24
9	29-30	30-33	27-30	25-30

Для перевірки критеріальної валідності використана авторська анкета «Щоденна купівля товарів», яка збирала інформацію за зовнішніми критеріями економічної активності молоді (вік, стать, мотиватори споживацької активності, середній щоденний чек покупок, самостійність-несамостійність здійснення покупок, сума грошей, які респондент може потратити на подарунки, приблизна сума витрат на місяць та статус студента (перебуває на утриманні батьків чи самостійно заробляє гроші)). Результати дослідження виявили високу чутливість шкал методик до певних факторів, а саме: вік, статус студента, щомісячні грошові витрати, що доводить достатньо високу валідність методики.

Була проведена стандартизація шкал авторської методики «Споживацька поведінка студентів» на вибірці 175 осіб (студентів університетів). Сформовані тестові норми, представлені у шкалі станайнів, дозволяють визначити рівень індивідуального результату при психодіагностичному обстеженні за чотирма шкалами методики.

Перспективою подальшого дослідження є використання цієї методики у наукових та прикладних дослідженнях, визначення низки зовнішніх та внутрішніх чинників, які обумовлюють рівень сформованості різних аспектів споживацької поведінки молоді.

Література

1. Верховин, В.И., & Зубков, В.И. (2002). *Экономическая социология*: монография. Москва: Изд-во РУДН.
2. Верховин, В.И. (2015). *Экономическое поведение*: учебное пособие : в 2 частях. Москва: РУДН, Ч. 1.
3. Євсейцева, О.С., & Потеха, Д.С. (2016). Психологічні аспекти вивчення поведінки споживача. *Інвестиції: практика та досвід*, 10, 30–34. <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5017&i=5>.
4. Коваль, Л.А., & Романчук, С.А. (2010). Основні аспекти поведінки споживачів і чинники, що обумовлюють вибір певного типу споживацької поведінки. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*, 18, 2, 117–122. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2010_18%282%29_22.
5. Кузьмук, О.М. (2015). Властивості інституціоналізації споживацької поведінки в українському суспільстві. *Грані*, 3 (119). 68–71. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_3_14.
6. Ложкін, Г.В., & Комаровська, В.Л. (2014). *Економічна психологія*: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: ДП «Вид. дім "Персонал"».
7. Пачковський, Ю.Ф., & Максименко, А.О. (2014). *Споживча поведінка українських домогосподарств*: монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка.
8. Журавлева, А., & Купрейченко, А. (Ред.). (2004). *Проблемы экономической психологии*. Москва: Институт психологии РАН, Т. 1.
9. Шайдакова, Н.В., & Радина, Н.К. (2012). Проблемы потребительского поведения в зарубежной и отечественной экономической психологии. *Сибирский психологический журнал*, 43. 72–79. <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-potrebitelskogo-povedeniya-v-zarubezhnoy-i-otechestvennoy-ekonomicheskoy-psiologii>

References

1. Verhovin, V.I., & Zubkov, V.I. (2002). *Ekonomicheskaja sociologija [Economic sociology]*. Moskva: Izd-vo RUDN [in Russian].
2. Verhovin, V.I. (2015). *Ekonomicheskoe povedenie [Economic behavior]*. Moskva: RUDN, Ch. 1 [in Russian].
3. Ievseitseva, O.S., & Potiekha, D.S. (2016). Psykholohichni aspekty vyvchennia povedinky spozhyvacha [Psychological aspects of studying consumer behavior]. *Investitsii: praktyka ta dosvid*, 10, 30–34. <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5017&i=5> [in Ukrainian].
4. Koval, L.A., & Romanchuk, S.A. (2010). Osnovni aspekty povedinky spozhyvachiv i chynnyky, shcho obumovliuiut vybir pevnoho typu spozhyvatskoi povedinky [The main aspects of consumer behavior and the factors in a particular type of consumer behavior]. *Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 18, 2, 117–122. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2010_18%282%29_22 [in Ukrainian].
5. Kuzmuk, O.M. (2015). Vlastyvosti instytutsionalizatsii spozhyvatskoi povedinky v ukrainskomu suspilstvi [Properties of institutionalization of consumer behavior in Ukrainian society]. *Hrani*, 3 (119). 68–71. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_3_14 [in Ukrainian].
6. Lozhkin, H.V., & Komarovska, V.L. (2014). *Ekonomichna psykholohiia [Economic psychology]*. Kyiv: DP «Vyd. dim "Personal"» [in Ukrainian].
7. Pachkovskiy, Yu.F., & Maksymenko, A.O. (2014). *Spozhyvcha povedinka ukrainskykh domohospodarstv [Consumer behavior of Ukrainian households]*. Lviv: LNU imeni Ivana Franka [in Ukrainian].
8. Zhuravleva, A., & Kuprejchenko, A. (Red.). (2004). *Problemy jekonomicheskoy psihologii [Problems of economic*

psychology]. Moskva: Institut psihologii RAN, V. 1 [in Russian].

9. Shajdakova, N.V., & Radina, N.K. (2012). Problemy potrebitel'skogo povedeniya v zarubezhnoj i otechestvennoj jekonomicheskoy psihologii [Problems of consumer behavior in foreign and Ukrainian economic psychology]. *Sibirskij psihologicheskij zhurnal*, 43. 72–79. <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-potrebitelskogo-povedeniya-v-zarubezhnoj-i-otechestvennoj-ekonomicheskoy-psihologii> [in Russian].

Olena Savchenko, Sofiia Khtei. An instrument to diagnose different aspects of students' consumer behavior.

Introduction. Consumer behavior as an economic behavior of the individual needs to be studied based on the distinctive features of the Ukrainian market and the Ukrainian mentality. However, there is a shortage of standardized instruments to diagnose different aspects of individuals' economic activity, in particular their consumer behavior.

Aim. To develop and test validity and reliability of the psychodiagnostic instrument "Students' Consumer Behavior" as well as standardize the data on a sample of adolescents.

Methods. The author's Students' Consumer Behavior and Daily Purchases questionnaires and the R. Yanov-Bulman Basic Beliefs Scale questionnaire (adapted by O. Kravtsova).

Results. Students' consumer behavior includes: rational distribution of budget, following the opinion of other people and advertising, flexibility in making purchases, buying as a getting of the wished. It has been found that the tendency of students to make a rational distribution of money is associated with limited monthly expenses (up to 4,000 hryvnias), while the tendency to follow other people's opinions or advertisements when buying goods is associated with a young age, female gender, lower unplanned expenses, limited means of subsistence (less than 4,000 hryvnias per month) and the dependant's status. The flexibility in making purchases is more developed in students who make purchases on their own. Young students (up to 20 years) or those who depend on their parents have a tendency to buy goods to meet their needs.

Conclusions. The validation and reliability testing procedures used by the author have shown high reliability in measuring different aspects of young people's consumer behavior. The proposed scales measure the aspects of consumer behavior that are relevant to age, gender, independence of purchases, monthly expenses, students' dependence status (being financially dependent/independent of parents), etc. Young people tend not to follow other people's opinions and/or buy goods to meet their own needs as their self-control grows.

Key words: consumption, consumer behavior, economic behavior, socio-economic exchange, rationality.

Відомості про авторів

Савченко Олена В'ячеславівна, доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри педагогіки та психології, ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», м. Київ, Україна.

Savchenko, Olena Vyacheslavivna, Dr., Associate Professor, Professor of the Department of Pedagogy and Psychology, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine.

E-mail: savchenko.elena.v@gmail.com

ORCID ID: 000-0002-7069-7419

Хтей Софія Володимирівна, магістрантка другого року навчання, спеціальність Психологія, ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», м. Київ, Україна.

Khtei, Sofia Volodymyrivna, the second-year master's student, specialty Psychology, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine.

E-mail: sophia-frolova1@ukr.net

Отримано 9 листопада 2020 р.
Рецензовано 16 листопада 2020 р.
Прийнято 19 листопада 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.10>

УДК 159.9.019/.07:373.5

Снігур Юлія

ЗВ'ЯЗОК АКТИВНОСТІ ТА ОПТИМІЗМУ КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ З КОПІНГ-СТРАТЕГІЯМИ

Снігур Юлія. Зв'язок активності та оптимізму керівників закладів середньої освіти з копінг-стратегіями.

Вступ. Використання керівниками закладів середньої освіти адекватних копінг-стратегій передбачає вивчення психологічних чинників, які впливають на цей процес, зокрема таких, як активність та оптимізм керівників.

Мета дослідження: дослідити зв'язок між активністю та оптимізмом керівників закладів середньої освіти та їхніми копінг-стратегіями.

Методи дослідження. Для проведення дослідження використовувалися опитувальники «Шкала оптимізму і активності» (Н. Водопьянова, М. Штейн) та «Дослідження копінг-поведінки в стресових ситуаціях» (С. Норман, Д. Ендлер, Д. Джеймс, М. Паркер; адаптація Т. Крюковой).

Результати дослідження. Констатовано недостатній рівень вираженості активності та оптимізму в керівників закладів середньої освіти. Виявлено різні психологічні типи керівників закладів загальної середньої освіти за рівнем вираженості в них активності та оптимізму («реалісти», «пасивні оптимісти», «пасивні песимісти», «активні песимісти»). Встановлено позитивний статистично значущий зв'язок між оптимізмом і такими копінг-стратегіями, як «пошук соціальної підтримки» та «орієнтація на уникнення», а також негативний статистично значущий зв'язок між вираженістю та поєднанням оптимізму та активності (на рівні різних психологічних типів керівників) і «емоційно орієнтованою» копінг-стратегією.

Висновки. Врахування виявлених закономірностей може сприяти психологічному забезпеченню вибору керівниками закладів середньої освіти адекватних копінг-стратегій.

Ключові слова: заклади загальної середньої освіти, керівники закладів загальної середньої освіти, копінг-стратегії, активність, оптимізм, психологічні типи керівників.

Снігур Юлія. Связь активности и оптимизма руководителей учреждений среднего образования с копинг-стратегиями.

Введение. Использование руководителями учреждений среднего образования адекватных копинг-стратегий предусматривает изучение психологических факторов, влияющих на этот процесс, в частности таких, как активность и оптимизм руководителей.

Цель исследования: исследовать связь между активностью и оптимизмом руководителей учреждений среднего образования и использованием ими копинг-стратегий.

Методы исследования. Для проведения исследования использовались опросники «Шкала оптимизма и активности» (Н. Водопьянова, Н. Штейн) и «Исследование копинг-поведения в стрессовых ситуациях» (С. Норман, Д. Эндлер, Д. Джеймс, М. Паркер; адаптация Т. Крюковой).

Результаты исследования. Констатируется недостаточный уровень выраженности активности и оптимизма у руководителей учреждений среднего образования. Выявлены различные психологические типы руководителей учреждений общего среднего образования по уровню выраженности у них активности и оптимизма («реалисты», «пассивные оптимисты», «пассивные пессимисты», «активные пессимисты»). Установлена положительная статистически значимая связь между оптимизмом и такими копинг-стратегиями, как «поиск социальной поддержки» и «ориентация на избегание», а также негативная статистически значимая связь между выраженностью и сочетанием оптимизма и активности (на уровне различных психологических типов руководителей) и «эмоционально ориентированной» копинг-стратегией.

Выводы. Учет выявленных закономерностей может способствовать психологическому обеспечению выбора руководителями учреждений среднего образования адекватных копинг-стратегий.

Ключевые слова: *учреждения общего среднего образования, руководители учреждений общего среднего образования, копинг-стратегии, активность, оптимизм, психологические типы руководителей.*

Вступ. Подолання професійного стресу та складних, проблемних ситуацій у діяльності керівників закладів середньої освіти передбачає використання керівниками конструктивних копінг-стратегій. На їхній вибір впливають певні психологічні характеристики керівників, зокрема, їхня активність та оптимізм.

Аналіз літератури показує, що проблема активності та оптимізму особистості знайшла певне відображення в ряді робіт зарубіжних та вітчизняних учених. Зокрема, було визначено сутність активності особистості, її види та місце в системі психологічного знання (Джидарьян, 1988; Кузнєцова, 2017; Петровский, 1992; Сычёв, 2008). Також розкрито сутність оптимізму (Мудзыбаев, 2003); його вплив розвиток мотивації досягнення (Виндекер 2009), успішність у професійній діяльності та поведінку у важких життєвих ситуаціях (Боднар, 2005; Тхоржевская, & Болдырева, 2009), проаналізовано взаємозв'язок активності та оптимізму і подолання стресу (Водопьянова, 2009; Baldwin D. R. et al., 2003; Iwanaga M., et al, 2004; Yamawaki N., et al, 2003).

Щодо *працівників освітніх організацій*, то тут виконано окремі дослідження, в яких підкреслено роль активності та оптимізму як важливої складової особистісних якостей педагогічних працівників (Вітебська, 2011; Назарова, 2012). Вивчення зв'язку активності та оптимізму керівників закладів середньої освіти з їхніми копінг-стратегіями раніше не здійснювалось.

Мета дослідження: дослідити зв'язок між активністю та оптимізмом керівників закладів середньої освіти та їхніми копінг-стратегіями.

Завдання дослідження:

1. Дослідити рівень вираженості активності та оптимізму в керівників закладів загальної середньої освіти.

2. Проаналізувати типи керівників закладів загальної середньої освіти (за рівнем вираженості в них активності та оптимізму) та їхню кількісну представленість.

3. Дослідити зв'язок між активністю та оптимізмом керівників закладів середньої освіти (як окремими показниками, так і типами керівників, виділених на основі окремих показників) та копінг-стратегіями, які використовують керівники.

Визначені завдання дослідження були реалізовані на *трьох етапах дослідження*.

Методи та методики дослідження. Для дослідження *активності і оптимізму*, як чинників вибору керівниками копінг-стратегій, було використано опитувальник *«Шкала оптимізму і активності»* (Водопьянова Н., Штейн М.) (Водопьянова, 2009). Дана методика дає можливість дослідити рівень вираженості активності та оптимізму особистості (за двома субшкалами), а також та визначити п'ять типів особистості на основі різного поєднання показників, які отримані за двома субшкалами («реалісти», «активні оптимісти», «активні песимісти», «пасивні песимісти», «пасивні оптимісти»).

Дослідження копінг-стратегій керівників закладів середньої освіти здійснювалось за допомогою опитувальника *«Методика дослідження копінг-поведінки в стресових ситуаціях»* (Норман С., Ендлер Д., Джеймс Д, Паркер М; адаптація Крюкової Т.) (Водопьянова, 2009). Методика дає можливість дослідити такі копінг-стратегії: 1) «проблемно орієнтовану»; 2) «емоційно орієнтовану»; 3) «уникнення»; 4) «відволікання»; 5) «пошук соціальної підтримки».

Математична обробка даних здійснювалася за допомогою комп'ютерного пакета статистичних програм SPSS (версія 22). Для статистичної обробки та аналізу даних використовувались такі методи: описова статистика та кореляційний аналіз.

Вибірка дослідження. Дослідження проводилось у 2018 році у Київській області та в м. Києві. В опитуванні взяв участь 191 працівник освітніх організацій, з них 23,0% директори закладів загальної середньої освіти, 30,9% – заступники директорів, 14,1% – керівники кафедр

(методоб'єднань), 31,9% – керівники робочих (творчих) груп. Тобто в дослідженні взяли участь керівники всіх рівнів управління закладів загальної середньої освіти (топ-керівники, керівники середнього рівня і лінійні керівники).

Серед опитаних 22,0% були чоловіки та 78,0% жінки. За віком показником опитувані були розподілені таким чином: 12,6 % були віком до 30 років, 47,6% мали вік від 31 до 40 років, 24,1% були віком від 41 до 50 років, і 15,7% мали вік понад 50 років. Тобто переважна частина опитаних були керівниками «активного професійного віку».

Більше половини опитуваних (56,0%) мали найвищу кваліфікаційну категорію, якою є «спеціаліст вищої категорії», решта мали інші кваліфікаційні категорії: спеціаліст – 9,4%, спеціаліст I категорії – 14,7%, спеціаліст II категорії – 19,9%.

Результати дослідження та їх обговорення. На *першому етапі* досліджувався рівень вираженості активності та оптимізму в керівників закладів загальної середньої освіти.

Як видно із табл. 1, у результаті дослідження виявлено недостатній рівень вираженості у керівників закладів середньої освіти *активності*. Установлено, що високий рівень активності притаманний лише 5,3% опитаних, середній – 79,5%, та низький – 15,2%.

Відповідно до методики дослідження (Водопьянова, 2009), під *активністю* розуміється енергійність, життєрадісність, безпечність, безтурботність, схильність до ризику. Як бачимо, для переважної більшості опитаних характерно середній рівень активності, що можна, напевне, пояснити тим, що високий рівень відповідальності керівників обумовлює їхню переважну орієнтацію на дотримання певного балансу (орієнтація на середній рівень вираженості) щодо якостей, які характеризують активність особистості, тобто поєднання, з одного боку, енергійності, життєрадісності, а з іншого боку, безпечності, безтурботності, схильності до ризику.

Що стосується вираженості у керівників середньої освіти *оптимізму*, то тут отримано значно нижчі показники, порівняно із активністю (табл. 1). Так, високий рівень вираженості цієї якості констатовано лише у 2,1% опитаних, середній – у 34,0%, і низький – у 63,9%. Звертає на себе увагу той факт, що у більше ніж половини опитаних виявлено низький рівень вираженості оптимізму.

Таблиця 1

Рівень вираженості оптимізму та активності в керівників закладів загальної середньої освіти (у % від загальної кількості опитаних)

Показники	Рівень вираженості, у %		
	Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
Активність	5,3	79,5	15,2
Оптимізм	2,1	34,0	63,9

Зазначимо, що, згідно з методикою дослідження (Водопьянова, 2009), під *оптимізмом* розуміється схильність людини вірити в свої сили і успіх, мати переважно позитивні очікування від життя і людей. При цьому вказується на те, що оптимісти, як правило, екстравертовані, доброзичливі та відкриті до спілкування. Низький рівень оптимізму в керівників закладів середньої освіти можна, скоріше за все, пояснити, з одного боку, складними соціально-економічними умовами, в яких сьогодні працюють заклади середньої освіти, а з іншого боку, постійними вимогами до введення реформ, інновацій у цих закладах, які здебільшого не «підкріплюються» необхідною економічною базою (достатнім рівнем заробітної плати персоналу, необхідною технікою та обладнанням, інформаційно-комп'ютерним забезпеченням тощо) та рівнем психологічної готовності персоналу (наявністю необхідних мотивів, умінь, навичок тощо).

Отже, можна говорити про певні резерви щодо вираженості активності та оптимізму в керівників закладів середньої освіти, особливо з урахуванням того, що керівники закладів середньої освіти повинні демонструвати певні зразки «активної» та «оптимістичної» рольової поведінки для своїх працівників, надихати їх на активну професійну діяльність, прояви оптимізму щодо можливостей досягнення основних цілей життєдіяльності людини тощо.

На *другому етапі* аналізувались типи керівників закладів загальної середньої освіти (за рівнем вираженості в них активності та оптимізму) та їхня кількісна представленість.

Як видно із *табл. 2*, у дослідженні виявлено чотири типи керівників закладів середньої освіти («реалісти», «пасивні оптимісти», «пасивні песимісти», «активні песимісти») із п'яти можливих типів згідно з методикою дослідження (Водопьянова, 2009). Керівників, які належать до типу «активні оптимісти», серед опитаних керівників закладів середньої освіти не виявлено.

Проаналізуємо психологічні особливості кожного із типів керівників закладів середньої освіти та їхню кількісну представленість. При опису цих стилів будемо спиратись на «психологічні портрети» представників стилів, які надані в методиці (Водопьянова, 2009).

Як видно із *табл. 2*, для переважної більшості опитаних (69,8%) характерний такий тип, як «Реалісти». Представники цього типу адекватно оцінюють поточну ситуацію за своїми силами (можливостями) і не намагаються стрибнути «вище голови», отримують задоволення від того, що мають, стійкі до психологічного стресу.

Значно менш вираженим, приблизно в чотири рази, є тип «Пасивні песимісти» («Жертовні») (16,7%). Для представників цього типу характерно те, що вони ні в що не вірять і нічого не роблять для того, щоб змінити своє життя в кращий бік. Вони характеризуються переважанням похмурого і пригніченого настрою, пасивністю, зневірою у власних силах. У важких ситуаціях надають перевагу відходу від розв'язання проблеми, вважають себе жертвами обставин.

Таблиця 2

Кількісна представленість психологічних типів керівників закладів загальної середньої освіти (за рівнем вираженості у них активності та оптимізму)

Психологічні типи керівників	%
«Реалісти»	69,7
«Пасивні песимісти»	16,7
«Активні песимісти»	12,1
«Пасивні оптимісти»	1,5
«Активні оптимісти»	0,0

Приблизно на такому рівні вираженості перебуває і такий тип керівників закладів середньої освіти, як «Активні песимісти» («Негативісти») (12,1%). Для них характерна більша активність, але ця активність має деструктивний характер, замість того щоб створювати щось нове, такі люди намагаються зруйнувати уже те, що існує. У важких ситуаціях часто проявляють агресію.

І зовсім невелика кількість опитаних (1,5 %), порівняно із розглянутими вище типами, належить до типу «Пасивні оптимісти» («Ледарі»). Представники цього типу впевнені в тому, що «все само собою вирішиться», що «все буде добре», хоча і не докладають до цього жодних зусиль. Вони добродушні, веселі, можуть навіть у поганому знаходити щось добре, разом із тим, їхньою характерною рисою є недостатня активність. Вони більшою мірою надіються на удачу, ніж на власні сили. Схильні до пасивного очікування та відкладання прийняття рішень.

І не виявлено керівників закладів середньої освіти, які належать до «ідеального» типу «Активні оптимісти» («Ентузіасти»). Характерними рисами представників цього типу є те, що вони вірять у власні сили та успіх, позитивно налаштовані на майбутнє, здійснюють активні

дії для того, щоб досягти життєвих цілей, для них не є характерними смуток та поганий настрій, вони легко долають «удари долі», якими б важкими вони не були. У важких ситуаціях активно шукають способи розв'язання проблеми.

Таким чином, у цілому, можна *позитивно* оцінити той факт, що серед керівників закладів середньої освіти дві третини належать до типу «Реалісти», які здатні реально оцінюють ситуацію і свої можливості для розв'язання проблем, з якими вони зустрічаються. Також позитивної оцінки заслуговує те, що серед керівників майже відсутні такі, які входять до типу «Пасивні песимісти» («Ледарі»). Ці позитивні риси можна пояснити, як нам здається, специфікою діяльності, яка поєднує в собі такі види діяльності, як педагогічна та управлінська, і пов'язана з відповідальністю за навчання, визнання та розвиток особистості.

Разом із тим, до *негативних тенденцій* можна віднести те, що у дослідженні виявлено відсутність до певної міри «ідеального типу» у наведеній системі класифікацій типів керівників, яким є тип «Активні оптимісти» («Ентузіасти»), а також те, що в середньому орієнтовно п'ята частина керівників належить до типів керівників, які виділені на «песимістичній основі» («Активні песимісти» та «Пасивні песимісти»), що обумовлено, скоріше за все, складнощами соціально-економічного характеру, які характерні для суспільства в цілому та для освітньої галузі зокрема. Однак думаємо, що тут певну роль відіграють і окремі особистісні характеристики керівників та особливості їхньої життєдіяльності в цілому (особливості сімейного життя, фізичний стан тощо).

Отже, в цілому ми бачимо, що *існують резерви* щодо розвитку активності та оптимізму у керівників закладів середньої освіти.

На *третьому етапі* досліджувався зв'язок між активністю та оптимізмом керівників закладів середньої освіти (як окремими показниками, так і типами керівників, виділеними на основі поєднання показників «активність» та «оптимізм») та копінг-стратегіями, які використовують керівники.

Як видно з *табл. 3*, у процесі дослідження було встановлено *позитивний* статистично значущий зв'язок між *оптимізмом* і такими копінг-стратегіями, як «пошук соціальної підтримки» ($r=0,338$, $p<0,01$) та «орієнтація на уникнення» ($r=0,278$, $p<0,01$). Сутність цього зв'язку полягає в тому, що чим більше вираженим у керівників закладів середньої освіти є оптимізм, тим більше вони використовують такі копінг-стратегію, як «пошук соціальної підтримки» та «орієнтація на уникнення».

Таблиця 3

Зв'язок між активністю та оптимізмом керівників закладів загальної середньої освіти та копінг-стратегіями, (r)

Показники	Копінг-стратегії				
	«Проблемноорієнтована»	«Пошук соціальної підтримки»	«Емоційно орієнтована»	«Уникнення»	«Відволікання»
Активність	-0,057	-0,114	-0,004	0,100	0,108
Оптимізм	0,076	0,338**	0,005	0,278**	0,075
Психологічні типи	-0,160	0,154	-0,260*	0,077	0,010

* $p<0,05$; ** $p<0,01$

Відповідно до існуючих у літературі підходів про зміст різних видів копінг-стратегій, які аналізує Л. Карамушка (за критеріями «активність-пасивність» та «конструктивність-неконструктивність») (Карамушка, 2020), зміст названих копінг-стратегій можна охарактеризувати таким чином. Так, копінг-стратегія «пошук соціальної підтримки» належить

до «активних» копінг-стратегій (які спрямовані на цілеспрямоване усунення або послаблення стресової ситуації) та до «проміжних конструктивних» копінг-стратегій (за ступенем орієнтації на розв'язання проблеми). Копінг-стратегія «уникнення» належить до «пасивних» копінг-стратегій (які спрямовані на зниження емоційної напруги, а не на зміну стресової ситуації) та «неконструктивних» копінг-стратегій (оскільки орієнтовані на ігнорування проблеми). Отже, в цілому, доходимо висновку, що наявність у керівників закладів середньої освіти оптимізму та його підвищення може сприяти використанню копінг-стратегій, які сприяють усуненню або зниженню стресової ситуації і частковому її вирішенню.

Разом із тим, слід зазначити, що у дослідженні не виявлено статистично значущого зв'язку між *активністю* керівників закладів середньої освіти та копінг-стратегіями, які вони використовують. Очевидно, можна говорити про те, що однієї активності «недостатньо» керівникам закладів середньої освіти для вибору копінг-стратегій, тут суттєвим є ще наявність у них такої якості, як оптимізм.

Також у процесі дослідження встановлено *негативний* статистично значущий зв'язок ($r=-0,260$, $p<0,05$) між психологічними типами керівників (які виділені на основі поєднання показників «активність» та «оптимізм») та копінг-стратегіями, які використовують керівники. Зміст цього зв'язку полягає в тому, що чим більше керівники закладів середньої освіти «рухаються» в напрямку від «пасивних песимістів» до «реалістів», тобто чим більше в них вираженим є поєднання активності та оптимізму, тим менше вони використовують «емоційно орієнтовану стратегію». Як зазначається в літературі, дана копінг-стратегія зумовлена виникненням негативних емоцій, які пов'язані із ситуацією, та зосередженістю на таких емоціях. З урахуванням того, що керівники закладів загальної середньої освіти перебувають у постійній управлінській та педагогічній взаємодії з членами педагогічного колективу, учнями та їхніми батьками, виникнення такого негативного емоційного фону може негативно позначитися не лише на психологічному здоров'ї самого керівника (наприклад, обумовлювати виникнення професійного вигорання керівників), але і на психологічному здоров'ї всієї освітньої організації (спричинити негативний емоційний настрій, появу напруженості, конфліктних ситуацій тощо (Карамушка, & Снігур, 2020). Тому зниження використання керівниками закладів середньої освіти «емоційно орієнтованої» копінг-стратегії, яке стає можливим у результаті підвищення активності та оптимізму керівників, може сприяти підвищенню ефективності діяльності цих закладів (покращенню сприятливого соціально-психологічного клімату, показників навчально-виховного процесу тощо).

Висновки:

1. Виявлено *недостатній рівень вираженості активності та оптимізму* в керівників закладів середньої освіти, при цьому рівень вираженості оптимізму керівників *значно поступається* рівню вираженості активності.

2. Встановлено *різні типи керівників* закладів загальної середньої освіти (за рівнем вираженості в них активності та оптимізму): «реалісти», «пасивні оптимісти», «пасивні песимісти», «активні песимісти». Найбільша кількість опитаних керівників (дві третини) належить до типу «реалісти». Керівників, які належать до типу «активні оптимісти», серед опитаних керівників закладів середньої освіти *не виявлено*.

3. Встановлено *позитивний* статистично значущий зв'язок між *оптимізмом* і такими копінг-стратегіями, як «пошук соціальної підтримки» та «орієнтація на уникнення».

4. Встановлено *негативний* статистично значущий зв'язок між психологічними типами керівників закладів середньої освіти та «емоційно орієнтованою» копінг-стратегією (чим більше керівники «рухаються» в напрямку від «пасивних песимістів» до «реалістів», тобто чим більше у них вираженими є поєднання оптимізму з активністю, тим менше вони використовують «емоційно орієнтовану стратегію»).

До перспектив подальших досліджень. Перспективи дослідження полягають у розробці тренінгової програми, спрямованої на психологічну підготовку керівників закладів середньої освіти до адекватного використання копінг-стратегій.

Література

1. Боднар, А. М. (2005). Оптимизм как фактор, влияющий на успешность в профессиональной деятельности. *Психологический вестник*, 5, 275–283.
2. Виндекер, О.С. (2009). Взаимосвязь мотивации достижения с показателями оптимизма-пессимизма. *Психологический журнал*, 5, 15–35.
3. Вітебська, П. В. (2011). Умови та етапи формування педагогічного оптимізму вихователя в педагогічному колективі (з досвіду А.С. Макаренка). *Педагогічні науки*, 8 (1), 80–84. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpm_2011_8\(1\)_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpm_2011_8(1)_18)
4. Виндекер, О.С. (2009). Взаимосвязь мотивации достижения с показателями оптимизма. *Проблемы образования, науки и культуры*, 4 (68), 119–125.
5. Водопьянова, Н.Е. (2009). *Психодиагностика стресса*. Санкт-Петербург: Питер.
6. Джидарьян, И. А. (1988). *Категория активности и её место в системе психологического знания*. Москва: Наука.
7. Карамушка Л. М. (2020). Вплив копінг-стратегій на структурні компоненти психологічного здоров'я персоналу освітніх організацій. *Актуальні проблеми психології: зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. 2020. Т. І. *Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія* / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Вип. 57. 12–21.
8. Карамушка Л.М., & Снігур Ю.С. (2020) Копінг-стратегії керівників закладів загальної середньої освіти: рівень вираженості та значення для психологічного здоров'я персоналу та організації. *Психолого-педагогічні координати розвитку особистості: зб. наук. матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конф., 2–3 червня 2020 р.* Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка, 102–106.
9. Кузнецова, М.М. (2017). Оптимизм в системе понятий позитивной психологии. *Психология*. Харків. 146–158.
10. Мудзыбаев, К. (2003). Оптимизм и пессимизм личности. *Социологические исследования*, 12, 87–96.
11. Назарова, Н. М. (2012). *Сравнительная специальная педагогика*. Москва: Академия.
12. Петровский, В. А. (1992). *Психология неадаптивной активности*. Москва: ТОО Горбунок.
13. Сычёв, О.А. (2008). *Психология оптимизма: учебно-методическое пособие к спецкурсу*. Бийск: 69.
14. Тхоржевская, Л.В., & Болдырева, Т.А. (2009). Оптимизм в трудной жизненной ситуации: функциональный подход. *Психология*, 1, 55.
15. Baldwin, D. R. et al., (2003). Optimism and stress: An African-American college student perspective. *College Student Journal*, 37(2), 276–285.
16. Iwanaga, M., et al (2004). Coping availability and stress reduction for optimistic and pessimistic individuals. *Personality & Individual Differences*, 36(1), 11–22.
17. Yamawaki, N., et al (2003). Defensive pessimism, self-esteem instability, and goal strivings. *Cognition & Emotion*, 18(2), 233–249.

References

1. Bodnar, A. M. (2005). Optimizm kak faktor, vlijajushhij na uspešnost v professional'noj dejatel'nosti [Optimism as a professional efficiency factor]. *Psichologicheskij vestnik*, 5, 275–283 [in Russian].
2. Vindeker, O.S. (2009). Vzaimosvjaz motivacii dostizhenija s pokazateljami optimizma-pessimizma [The relationship between achievement motivation and optimism-pessimism indicators]. *Psichologicheskij zhurnal*, 5, 15–35 [in Russian].
3. Vitebska, P. V. (2011). Umovy ta etapy formuvannja pedahohichnoho optymizmu vykhovatelya v pedahohichnomu kolektyvi (z dosvidu A.S. Makarenka) [The conditions for and stages of development of teachers' optimism in the pedagogical collective (A.S. Makarenko's experience)]. *Pedahohichni nauky*, 8 (1), 80–84. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpm_2011_8\(1\)_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpm_2011_8(1)_18) [in Ukrainian].
4. Vindeker, O.S. (2009). Vzaimosvjaz motivacii dostizhenija s pokazateljami optimizma [The relationship between achievement motivation and optimism indicators]. *Problemy obrazovanija, nauki i kultury*, 4 (68), 119–125 [in Russian].
5. Vodopjanova, N.E. (2009). *Psichodiagnostika štressa* [Psychodiagnosis of stress]. Sankt-Petersburg: Piter [in Russian].
6. Dzhidar'jan, I. A. (1988). *Kategorija aktivnosti i ejo mesto v sisteme psichologičeskogo znanija* [The category of activity and its place in the system of psychological knowledge]. Moscow: Nauka [in Russian].
7. Karamushka L. M. (2020). Vplyv kopinh-stratehii na strukturni komponenty psykhohohichnoho zdorovia personalu osvithnikh orhanizatsii [The effects of copying strategies on the structural components of educational organization staff's psychological health]. *Aktualni problemy psykhohohii: zb. nauk. prats Instytutu psykhohohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy*. 2020. T. I. *Orhanizatsiina psykhohohiia. Ekonomichna psykhohohiia. Sotsialna psykhohohiia* / za red. S.D. Maksymenka, L.M. Karamushky. Kyiv: Instytut psykhohohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy. Vyp. 57. 12–21 [in Ukrainian].
8. Karamushka L.M., & Snihur Yu.S. (2020) Kopinh-stratehii kerivnykiv zakladiv zahalnoi serednoi osvity: riven vyrazhenosti ta znachennia dlia psykhohohichnoho zdorovia personalu ta orhanizatsii [The coping-strategies used by secondary education institution principals: their strength and role in promoting organization's and staff's psychological

- health]. *Psykhologo-pedahohichni koordynaty rozvytku osobystosti*: zb. nauk. materialiv I Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 2–3 chervnia 2020 r. Poltava: Natsionalnyi universytet imeni Yurii Kondratiuka, 102–106 [in Ukrainian].
9. Kuznetsova, M.M. (2017). Optymizm v systemi poniat pozytyvnoi psykhologii [Optimism in the system of concepts of positive psychology]. *Psykhohyia*. Kharkiv. 146–158 [in Ukrainian].
10. Mudzybaev, K. (2003). Optimizm i pessimizm lichnosti [Personal optimism and pessimism]. *Sociologicheskie issledovaniya*, 12, 87–96 [in Russian].
11. Nazarova, N. M. (2012). *Sravnitel'naya special'naya pedagogika [Comparative special education]*. Moscow: Akademija [in Russian].
12. Petrovskij, V. A. (1992). *Psihologija neadaptivnoj aktivnosti [The psychology of maladaptive activity]*. Moscow: TOO Gorbunok [in Russian].
13. Sychjov, O.A. (2008). *Psihologija optimizma [The psychology of optimism]*. Bijsk: 69 [in Russian].
14. Thorzhevskaja, L.V., & Boldyreva, T.A. (2009). Optimizm v trudnoj zhiznennoj situacii: funkcional'nyj podhod [Optimism in a difficult life situation: a functional approach]. *Psihologija*, 1, 55 [in Russian].
15. Baldwin, D. R. et al., (2003). Optimism and stress: An African-American college student perspective. *College Student Journal*, 37(2), 276–285.
16. Iwanaga, M., et al (2004). Coping availability and stress reduction for optimistic and pessimistic individuals. *Personality & Individual Differences*, 36(1), 11–22.
17. Yamawaki, N., et al (2003). Defensive pessimism, self-esteem instability, and goal strivings. *Cognition & Emotion*, 18(2), 233–249.

Snigur, Yulia. The relationship between the secondary education institution principals' activity and optimism and their coping strategies.

Introduction. The need for effective coping strategies to be used by the principals of secondary education institutions necessitates the study of the psychological factors associated with the coping strategies, in particular, secondary education institution principals' activity and optimism.

Aim: to investigate the relationship between the secondary education institution principals' activity and optimism and their coping strategies.

Methods. N. Vodopyanova and N. Stein Optimism and Activity Scale and the Coping Behavior in Stressful Situations by Norman, D. Endler, D. James, and M. Parker (adapted by T. Krukova).

Results. The secondary education institution principals were found to have low activity and optimism. In relation to the levels of their activity and optimism, the secondary education institution principals were divided into "realists", "passive optimists", "passive pessimists", and "active pessimists". Secondary education institution principals' activity and optimism had positive statistically significant relationships with such principals' coping strategies as "social support seeking" and "avoidance", and a negative statistically significant relationship with the coping strategy called "emotional orientation" (according to the psychological types of secondary education institution principals).

Conclusions. The findings can facilitate secondary education institution principals' choice of effective coping strategies.

Key words: secondary education institution, secondary education institution principals, coping strategies, activity, optimism, psychological types of secondary education institution principals.

Відомості про автора

Снігур Юлія Сергіївна, аспірантка лабораторії організаційної психології та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН, фахівець II-ї категорії навчально-організаційної групи із забезпечення навчального процесу Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна.

Snihur, Yuliya Serhiivna, PhD student of the Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, specialist of the Second category of the Educational Process Support group, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine.

Email: Snigur2007@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3150-7870>

Отримано 30 вересня 2020 р.
Рецензовано 26 жовтня 2020 р.
Прийнято 2 листопада 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.2.20.11>

УДК 159.92: 316.66

Чаусова Тетяна

ВНУТРІШНЯ СВОБОДА ЯК ЦІННІСНА ОСНОВА РОЗВИТКУ ЗДАТНОСТІ ДО ЛІДЕРСТВА МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ

Чаусова Тетяна. Внутрішня свобода як ціннісна основа розвитку здатності до лідерства майбутніх психологів.

Вступ. Проблема розвитку внутрішньої свободи та лідерських якостей у майбутніх психологів як ключових здатностей сучасних фахівців набуває особливого значення в умовах сьогодення.

Мета дослідження: вивчити особливості внутрішньої свободи як ціннісної основи розвитку здатності до лідерства майбутніх психологів загалом та в закладах вищої освіти різних форм власності зокрема.

Методи. Для проведення дослідження використані методи тестування та математичні методи статистики.

Результати дослідження. Доведено, що внутрішня свобода особистості та лідерський потенціал у майбутніх психологів проявляються доволі слабо. Установлено взаємозв'язок внутрішньої свободи особистості майбутніх психологів з їх лідерським потенціалом загалом і залежно від форми власності закладу вищої освіти, в якому вони навчаються, зокрема.

Висновки. Отримані результати можуть бути використані у підготовці майбутніх психологів під час навчання у закладах вищої освіти для розвитку й прояву лідерських якостей у подальшій професійній діяльності.

Ключові слова: лідерство, здатність до лідерства, лідерські якості, майбутні психологи, внутрішня свобода особистості, заклади вищої освіти приватної та державної форм власності.

Чаусова Татьяна. Внутренняя свобода как ценностная основа развития способности к лидерству будущих психологов.

Введение. Проблема развития внутренней свободы и лидерских качеств у будущих психологов как ключевых способностей современных специалистов приобретает особое значение в условиях современности.

Цель исследования: изучить особенности внутренней свободы как ценностной основы способности к лидерству будущих психологов в целом и в учреждениях высшего образования различных форм собственности в частности.

Методы. Для проведения исследования использованы методы тестирования и математические методы статистики.

Результаты исследования. Доказано, что внутренняя свобода личности и лидерский потенциал у будущих психологов проявляется довольно слабо. Установлена взаимосвязь внутренней свободы личности будущих психологов с их лидерским потенциалом в целом и в зависимости от формы собственности учреждения высшего образования, в котором они обучаются.

Выводы. Полученные результаты могут быть использованы в подготовке будущих психологов во время обучения в учреждениях высшего образования для развития и проявления лидерских качеств в дальнейшей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: лидерство, способность к лидерству, лидерские качества, внутренняя свобода личности, будущие психологи, учреждения высшего образования частной и государственной форм собственности.

Вступ. Вибір Україною європейського вектору розвитку та проголошення в якості пріоритету такого розвитку побудову громадянського суспільства зумовили запит на

особистість нової формації, однією з провідних характеристик якої є внутрішня свобода, що забезпечує здатність до вільного вибору свого індивідуального шляху розвитку, самоуправління у процесі особистісної та професійної самореалізації тощо.

На думку дослідників Б. Братусь (1997), В. Чорнобровкіна (2015) та ін., внутрішня свобода передбачає: 1) позитивну емоційну оцінку суб'єктом себе та світу, що становить основне відчуття надійності світу; 2) сприйняття себе як людини, здатної діяти адекватно та успішно; 3) переконаність у праві вибору власної та особистої відповідальності за власні дії та, водночас, невтручання у ті справи та події, які є сферою самовизначення та відповідальності інших людей чи соціальних груп; 4) усвідомлення можливостей та меж вплив світу на людину і людини на світ; 5) духовне самовизначення у ціннісному ставленні до світу, людей, себе; розуміння власної унікальності і водночас єдності зі світом тощо.

Внутрішня свобода зумовлена досвідом, який накопичує в собі досвід відносин особистості зі світом, стосунків з іншими людьми та ставлення до себе, набутий протягом усього життя (Сердюк, 2017) і пов'язана з можливістю вибору тієї чи іншої позиції, втілюється у вчинках людини, в обраній нею позиції, в її ставленні до інших людей. Водночас, складні реалії сьогодення спричиняють ефект «масовізації» людини, яка втрачає свою внутрішню самостійність, «знеособлюється», переживає глибоку тривогу перед прийдешніми кризами й можливою втратою професії (Москаленко, 2014).

Відповідно зростають вимоги до підготовки практичних психологів, які будуть надавати кваліфіковану психологічну допомогу особистості у складних життєвих ситуаціях, проявляючи високий рівень здатності до лідерства й самолідерства (лідерського потенціалу) в процесі конструктивної підтримки себе й клієнтів.

За С. Калашниковою (2011), лідерський потенціал являє собою сукупність внутрішніх потреб, можливостей, засобів, ціннісного ставлення, які сприяють досягненню такого рівня інтеграції компетентності, відповідальності, активності і комунікабельності, що забезпечує провідний вплив на членів групи при спільному вирішенні завдань у різних видах життєдіяльності та задає позитивну спрямованість процесу професійного становлення (Калашникова, 2011: 326–327).

Лідерський потенціал характеризує ступінь активності життєвої позиції особистості, її здатності ініціювати, розвивати контакти з оточуючими, впливати на них (Karabuschenko & Petrovskaya, 2019). У зв'язку з цим В. Міляєва (2011) вказує на риси, з яких складається лідерський потенціал, акцентуючи увагу на таких з них, як: комунікабельність, цілеспрямованість, відповідальність, наполегливість, мотивація до успіху, позитивна самооцінка, упевненість у собі, щирість, рішучість, розвинута інтуїція, чутливість, готовність до ризику (інноваційність) та ін. (Міляєва, 2011: 142).

В. Дмитрієва (2011) зауважує, що готовність стати лідером свого життя потребує від людини взяття на себе відповідальності за свої рішення та їх наслідки (Дмитрієва, 2011). Солідарні з науковцями І. Салихова & Д. Антипова (2014), які до провідних рис лідерства відносять такі, як: екологічність, володіння інноваційним мисленням, пасіонарність, внутрішня свобода, комунікативність тощо (Салихова & Антипова, 2014).

Також, численні дослідження різних років дають підстави для припущення про зв'язок внутрішньої свободи особистості та тих її якостей, що дотичні до лідерського потенціалу (Amram, 2020; Bischoff, 2020; Bondarchuk, 2018; Бояцис & Макки, 2007, Гупа & Пономарьов, О. С., 2016; Bertsch, Nguyen, Alford, Baran, Ondracek & Reynen, 2017; Blanchard, Fowler & Hawkins, 2005, etc).

Водночас, практика підготовки майбутніх психологів свідчить, що значна їх частина не здобуває у процесі навчання у закладі вищої освіти необхідних якостей лідера, які значною мірою визначають їх становлення і успіх у професійній діяльності: напористість (бажання

досягнення успіху, амбіції, ініціатива), щирість та винахідливість (довіра до себе, відкритість), мотивація лідерства (ставлення до лідерства як до особливого виду діяльності, вплив на навколишніх з метою досягнення спільної мети), асертивність (самоповага, віра у власні здібності), креативність (життєтворчість, оригінальність та гнучкість мислення), компетентність (знання про закономірності діяльності колективу та уміння втілювати ці знання у практику діяльності) тощо. Таким чином, ситуація соціально-економічної нестабільності та невизначеності у державі, зміст підготовки майбутніх психологів у закладах вищої освіти об'єктивно впливають на розуміння та актуалізацію майбутніми психологами їх внутрішньої свободи та лідерських якостей (Дмитрієва, 2011).

Відповідно актуалізується проблема розвитку здатності до лідерства майбутніх психологів, пошуку особистісних чинників та умов, що сприяють такому розвитку, в тому числі на рівні специфіки закладів вищої освіти, в яких така підготовка здійснюється.

Мета дослідження – вивчити особливості внутрішньої свободи як ціннісної основи розвитку здатності до лідерства майбутніх психологів в закладах вищої освіти різних форм власності.

Завдання дослідження:

1) дослідити рівні та чинники внутрішньої свободи й здатності до лідерства у майбутніх психологів;

2) проаналізувати особливості взаємозв'язку внутрішньої свободи та здатності до лідерства майбутніх психологів у закладах вищої освіти приватної та державної форм власності.

Методи та організація дослідження. У дослідженні було використано опитувальник В. Чернобровкіної «Я і світ», який містить 4 шкали: 1) позитивна життєва позиція, 2) психологічна межа «Я»; 3) детермінація та самодетермінація; 4) екзистенційний погляд на життя, які в сукупності визначають показники та загальний рівень внутрішньої свободи особистості (Чернобровкіна, 2012),

Рівні здатності до лідерства або лідерського потенціалу (низький, середній, високий та схильність до диктату) вивчалися за методикою Р. Немова (1998) «Здатність до лідерства» (Немов, 1998: 517–521).

Вибірка дослідження. У дослідження взяли участь 482 майбутніх психологи з різних регіонів України, з яких 76,7% навчаються у закладах вищої освіти державної, а 23,3% – у закладах вищої освіти приватної форми власності.

Результати дослідження та їх обговорення. На першому етапі емпіричного дослідження за допомогою опитувальника В. Чернобровкіної (2012) виявлено рівні розвитку складових і загальний рівень внутрішньої свободи особистості досліджуваних психологів (табл. 1).

Як впливає з даних, наведених у табл. 1, внутрішня свобода особистості у майбутніх психологів проявляється доволі слабо. Високі й «хороші» рівні за загальним показником «Внутрішня свобода» виявлено у 12,2% та 34,9% досліджуваних відповідно, вони характеризуються позитивно-оптимістичним ставленням до життя, довірою до себе та інших, що водночас узгоджується зі здатністю конструктивно протистояти спробам зовнішнього тиску або маніпулювання, здатністю брати на себе відповідальність за власні дії та вибори, відмежовуючи сферу відповідальності інших, невтручанням в особистий простір інших і захистом свого життя від небажаних втручань, власною життєвою філософією і життєвим шляхом.

Занижені та низькі оцінки за сумарним показником опитувальника встановлено у 27,4% та 24,5% респондентів відповідно, що свідчить про домінування полюса залежності у відносинах людини зі світом, негативними установками на себе й тих, хто навколо, втрату впевненості у собі у складних ситуаціях життя. Таким чином, відсутність досвіду

конструктивної взаємодії зі світом стає причиною збідненої життєвої філософії, у якій відсутнє усвідомлення цінності особистої свободи людини.

Таблиця 1

**Розподіл майбутніх психологів за рівнями
внутрішньої свободи та її показників**

Показники внутрішньої свободи	Рівні (кількість досліджуваних, у %)			
	низький	знижений	«хороший»	високий
Позитивна життєва позиція	25,7	36,1	31,1	7,1
Психологічна межа «Я»	19,1	35,3	29,9	15,8
Детермінація та самодетермінація	19,1	31,1	40,2	9,5
Екзистенційний погляд на життя	13,3	37,3	34,4	14,9
Загальний показник внутрішньої свободи	24,5	27,4	34,9	12,2

Детальний аналіз за шкалами зазначеної методики показав, що за шкалою «Позитивна життєва позиція» високий рівень виявлено лише у 7,1% досліджуваних, які характеризуються довірою до світу, інших людей і себе, оптимістичним поглядом у майбутнє, здатністю спиратися на себе й людей, які поряд, надавати та отримувати підтримку. Їхня провідна життєва позиція «Я»+ Світ +». Близьким до цих характеристик є «хороший» рівень, який властивий близько третини (31,1%) майбутніх психологів. Водночас більше половини досліджуваних характеризуються або зниженим (36,1%) з приховано негативним базовим емоційним фоном життя, помірною невпевненістю в собі та недовірою до світу й людей, або низьким (25,%) рівнями зазначеної шкали.

Щодо другої шкали «Психологічна межа «Я»», то високий її рівень виявлено у 15,8%. Це свідчить про стійку психологічну межу «Я» респондентів, уміння висловлювати свою позицію, здатність не підлягати впливу тих, хто навколо, якщо їхні очікування суперечать власним потребам та цілям, здатність до свідомого вибору на основі власних орієнтирів тощо. «Хороший» рівень за зазначеною шкалою виявлений у 29,9% досліджуваних, що характеризується імпульсивністю, певною незалежністю від впливу і очікувань інших на власну поведінку, якщо ці впливи суперечать власним цілям. Майже половина респондентів за другою шкалою виявили знижений (35,3%) і низький (19,1%) рівні, які характеризуються схильністю до вияву залежності від інших, несамостійністю у прийнятті рішень, неспроможністю відстоювати власну позицію, бути незалежним у своїх почуттях, настрої та діях.

За шкалою «Детермінація та самодетермінація» високий рівень виявлено лише у 9,5% досліджуваних, що проявляється у впевненості у власній спроможності розв'язувати складні життєві ситуації, здатності виявляти стійкість у стресовій ситуації, установці на можливість саморозвитку. У 40,2% досліджуваних встановлено «хороший» рівень, що характеризується відчуттям власної сили в протистоянні складним обставинам життя, переконання про спроможність долати труднощі, спрямовувати процес свого життя в напрямку бажаних цілей.

У половини респондентів встановлено занижений (31,1%) та низький (19,1%) рівні, що виявляється у переконанні про власну спроможність протистояти життєвим випробуванням,

бути стійким у стресових ситуаціях, долати труднощі, орієнтації на минуле замість прагнення в майбутнє.

Щодо четвертої шкали «Екзистенційний погляд на життя» майже у половини досліджуваних виявлено високий (14,9%) і «хороший» (34,4%) рівні, які характеризуються стійкими переконаннями про екзистенційний аспект людського існування, усвідомленням й прийняттям цінності сенсу життя, свободи й відповідальності людини у виборі власного шляху. Знижена норма виявлена у 37,3% респондентів, що виражається у обмеженому смисловому «обрії» життєвої філософії. Низький рівень встановлений у 13,3% досліджуваних, що виявляється у збідненості життєвої філософії і знеціненні вищих життєвих сенсів.

Крім того, за методикою Р.Немова визначалася здатність до лідерства майбутніх психологів, яка виявилася доволі невисокою (табл. 2).

Таблиця 2

Розподіл майбутніх психологів за рівнями лідерського потенціалу

Рівні лідерського потенціалу	Кількість досліджуваних, у %
низький	17,8
середній	51,5
високий	22,0
схильність до диктату	8,7

Так, з табл. 2 видно, що високий рівень лідерського потенціалу притаманний лише 22,0% досліджуваних, що характеризується низкою здібностей і вмінь, якими мусить володіти лідер для постійного успіху у професійній діяльності: харизматичність, цілеспрямованість, амбітність, взаємоповага, рішучість, віра в свої сили, внутрішня свобода, здатність ефективно і переконливо спілкуватися, знаходити компроміс і мотивувати навколишніх, передбачати майбутні перспективи, об'єктивно порівнювати свої ідеї і плани із сучасною дійсністю.

На жаль, на практиці більшість майбутніх психологів, які здобувають освіту у ЗВО в межах «знаннєвого» підходу до професійної підготовки, після закінчення навчання демонструють неготовність до самостійної життєдіяльності в сучасному суспільстві, неадекватно оцінюють соціокультурну ситуацію, невпевнені в собі. Так, у майже половини респондентів виявлено середній і низький рівень розвитку лідерського потенціалу (51,5% та 17,8% відповідно). При цьому 8,7% майбутніх психологів виявили схильність до диктаторства.

Отже, виникає протиріччя між потребою суспільства й ринку праці у фахівцях нової формації з чіткими життєстверджуючими позиціями, задатками лідера та певною системою цінностей і недостатньою розробленістю у психолого-педагогічній науці теорії і практики формування у майбутніх фахівців цих необхідних якостей у процесі навчання у закладах вищої освіти.

На наступному етапі емпіричного дослідження визначалися особливості взаємозв'язку внутрішньої свободи особистості майбутніх психологів та їх лідерського потенціалу загалом і залежно від форми власності закладу вищої освіти, в якому вони навчаються, зокрема.

Так, за результатами дисперсійного аналізу виявлено зв'язок між внутрішньою свободою і лідерським потенціалом майбутніх психологів (рис. 1).

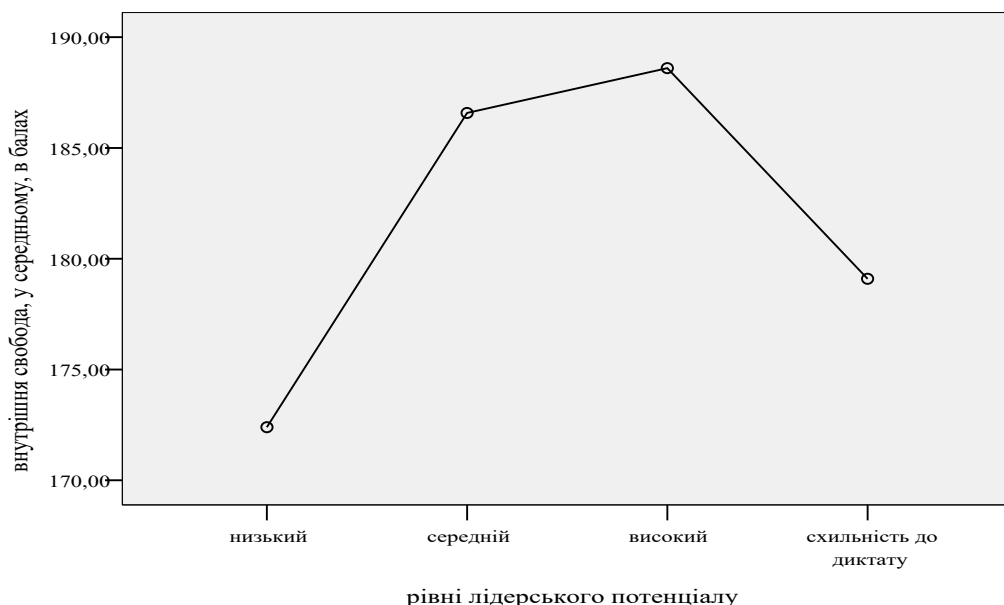


Рис. 1. Особливості взаємозв'язку внутрішньої свободи та рівнів розвитку лідерського потенціалом майбутніх психологів

Як впливає з рис. 1, зі зростанням показників внутрішньої свободи, рівні лідерського потенціалу майбутніх психологів є вищими ($p < 0,01$). Примітно при цьому, що зі зростанням показників до набуття схильності до диктату показники внутрішньої свободи досліджуваних стають значно нижчими, сягаючи практично тих її меж, що співвідносяться із низькими показниками. Останнє узгоджується з працями (Гронский, 2018), в яких проаналізовано природу диктаторів та авторитарного стиля керівництва як захисного механізму, що найбільш притаманний особистостям з підвищеною егоцентричною авторитарною спрямованістю у взаємодії. Зазначені характеристики обумовлюють низьку спрямованість на співробітництво, знижений самоконтроль у сфері ділових стосунків, гіпертрофовану чутливість до негативних, загрозливих факторів соціального оточення, що призводить до порушення цілісності та гармонійності внутрішнього світу особистості і може негативно позначитися на почутті внутрішньої свободи професіонала.

Крім того, було проаналізовано особливості взаємозв'язку внутрішньої свободи особистості та лідерського потенціалу майбутніх психологів із закладів вищої освіти державної та приватної форм власності (рис. 2).

З рис. 2 видно, що показники внутрішньої свободи майбутніх психологів є вищими для майбутніх фахівців, які навчаються в закладах освіти приватної форми власності. Особливо яскраво такі відмінності проявляються для студентів з високим рівнем лідерського потенціалу, якому відповідають вищі показники внутрішньої свободи студентів із закладів вищої освіти приватної форми власності ніж із державних ЗВО. Це можна пояснити більш інноваційними змістом та формами підготовки майбутніх фахівців у закладах вищої освіти приватної форми власності, у яких підтримуються і стимулюються уміння бути нестандартним, оригінальним, схильним до нешаблонного мислення, бути зразком для наслідування, здатним мотивувати одногрупників на реалізацію власних ідей, підтримувати групові норми та цінності.

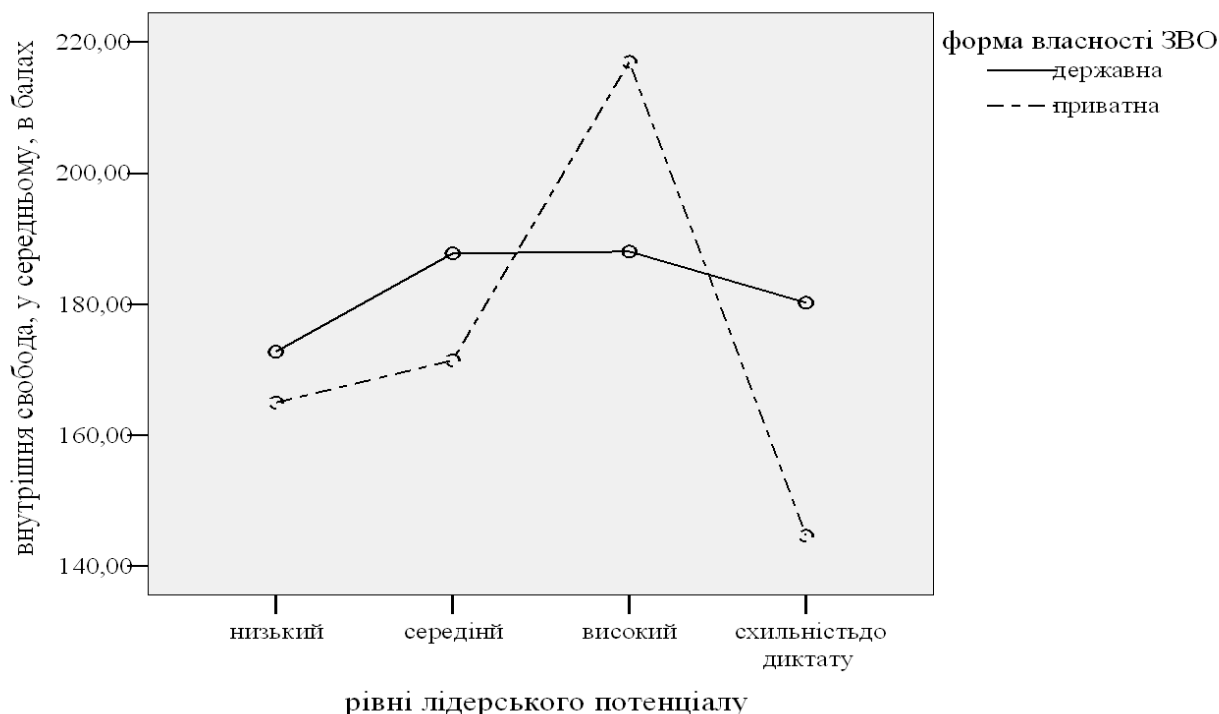


Рис. 2. Особливості взаємозв'язку внутрішньої свободи особистості та лідерського потенціалу майбутніх психологів із закладів вищої освіти державної та приватної форми власності

Натомість, для майбутніх психологів із закладів вищої освіти приватної форми власності, схильних до диктату, показники внутрішньої свободи є значно нижчими, ніж для студентів із закладів освіти державної форми власності ($p < 0,05$). Можливим припущенням стосовно природи установлених відмінностей може слугувати бажання досліджуваних понад усе утримувати лідерські позиції у групі, що робить їх залежними від чужої думки, а в складних ситуаціях життя призводить до втрати впевненості у собі.

Висновки. Таким чином, проведений теоретичний аналіз наукових досліджень виявив, що внутрішня свобода особистості визначається і розкривається через поняття: усвідомленої необхідності, вільного вибору, творчості, спонтанності, волі, незалежності, самовизначення, активності, можливості подолання, виходу за рамки власних кордонів, рефлексії й тим самим може бути пов'язана з лідерським потенціалом особистості.

За результатами емпіричного дослідження установлені: 1) недостатні рівні прояву як внутрішньої свободи, так і лідерського потенціалу майбутніх психологів; 2) прямий, статистично значущий зв'язок між зазначеними феноменами; 3) більш високі показники внутрішньої свободи й лідерського потенціалу в майбутніх психологів, які навчаються в закладах вищої освіти приватної форми власності.

У зв'язку з цим одним зі шляхів вирішення заявленої в нашому дослідженні проблеми є розробка і застосування таких методів, прийомів і засобів в процесі навчання, які б сприяли розвитку якостей, необхідних для подальшого самоствердження майбутніх психологів у житті та професійній діяльності, зокрема, розвитку лідерських якостей майбутніх фахівців у процесі навчання у закладах вищої освіти.

Перспективи подальших досліджень. Перспективною лінією наукових пошуків може стати подальший теоретичний розвиток психологічного змісту поняття «внутрішньої свободи»

майбутнього психолога» як необхідної умови психологічного здоров'я особистості, зростання її лідерського потенціалу, саморозвитку та самореалізації. Є також необхідність у ґрунтовному вивченні організаційно-психологічних умов розвитку як внутрішньої свободи особистості фахівців різних спеціальностей, так і їх лідерського потенціалу.

Література

1. Бояцис, Р., & Макки, Е. (2007). *Резонансное лидерство: самосовершенствование и построение плодотворных отношений с людьми на основе активного сознания, оптимизма и эмпатии*. Москва: Альпина Бизнес Букс. Серия «Классика Harvard Business Review».
2. Братусь, Б. С. (1997). Образ человека в гуманитарной, нравственной и христианской психологии. *Психология с человеческим лицом: гуманистическая перспектива в постсоветской психологии*; ред.: Д. А. Леонтьев, В. Г. Щур. Москва: Смысл, 67–91.
3. Гронский, А. В. (2018) О концептах авторитарной и тоталитарной личности. *Журнал практической психологии и психоанализа*, 1. <https://psyjournal.ru/articles/o-konceptah-avtoritarnoy-i-totalitarnoy-lichnosti>
4. Гура, Т. В., & Пономарьов, О. С. (2016). Соціальні та психологічні вимоги до особистості керівника та характеру його мислення. *Проблеми сучасної психології: зб. наук. пр. Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*, 34, 90–102. Кам'янець-Подільський: Аксіома.
5. Дмитриева, В. А. (2011). Психологические особенности лидерства и возможности его развития. *Современная социальная психология: теоретические подходы и прикладные исследования*, 2 (11). Взято з <https://onto.ru/public/publications/235/>
6. Калашникова, С. А. (2011). *Теоретико-методологічні засади професійної підготовки управлінців-лідерів в умовах сучасних суспільних трансформацій*. Дис. д-ра пед. наук. Київ.
7. Москаленко, Д. Н. (2014). *Феномен свободы в социокультурном пространстве трансформирующегося общества*. Автореф. дисс. канд. филос. наук. Ставрополь.
8. Немов, Р. С. (1998). Психология: учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений: в 3 кн. Кн. 3: *Психодиагностика. Введение в научное психологическое исследование с элементами математической статистики*. 3-е изд., (с. 512–517). Москва.
9. Салихова, И. С., & Антипова, Д. А. (2014). Лидерство как инновационный управленческий феномен в деятельности современных корпораций. *Вестник московского государственного областного университета. Серия: экономика*, 2, 49–57.
10. Сердюк, Л. З. (2017). *Психологічні основи самодетермінації особистості в концепції внутрішньої свободи Г. О. Балла. О. В. Завгородня, В. Л. Зливков (Ред.), Гуманний розум: зб. ст., присвячених пам'яті Георгія Олексійовича Балла: Ін-т психології імені Г. С. Костюка НАПН України; уклад. С. О. Лукомська, О. В. Федан. Київ: Пед. думка*.
11. Чернобровкіна, В. А. (2015). Внутрішня свобода особистості: досвід психологічного дослідження. *Наукові записки Нац. ун-ту «Києво-Могилянська академія». Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота*, 175, 47–52.
12. Чернобровкіна, В. А. (2012). *Психологія особистісної свободи*. Луганськ: ДЗ «Луган. нац. ун-т ім. Т. Шевченка».
13. Amram, J. Y. (2020). *The contribution of emotional and spiritual intelligences to effective business leadership*. Dis. of PhD in Clinical Psychology. Palo Alto, California: Inst. of Transpers. Psych. https://intelligensi.com/wp-content/uploads/2020/07/EI_and_SI_in_Leadership_Amram_Dissert.pdf
14. Bertsch, A., Nguyen, H. T. H., Alford, A., Baran, W., Ondracek, J. & Reynen, J (2017). Exploring the Relationship Between Personality and Preferred Leadership. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 14(1), 32–45.
15. Bischoff, W. (2020). *Authentic Leadership. A Challenge of the Future for the Water Management Sector*. Dipl. Psych.. Taken from: <https://humancultureacademy.com/wp-content/uploads/2020/02/Auth.Leadership.pdf>
16. Blanchard, K., Fowler, S. & Hawkins, L. (2005). *Self-leadership and the one-minute manager*. New York, NY: Polvera Publishing.
17. Bondarchuk, O. (2018). The features of teachers' inner freedom with different levels of psychological safety of their educational environment. *Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки*, 7(36), 9–20.
18. Karabuschenko, N. B., & Petrovskaya, M. V. (2019). *Psychological Characteristics of Leadership as a Component of the Elitism of Personality. Advances in Economics, Business and Management Research*, (1st International Conference on Emerging Trends and Challenges in the Management Theory and Practice, ETCMTP), 119, 121–124.
19. Sen, A. K. (2005). Human rights and capabilities. *Journal of Human Development*, 6(2), 151–166.

References

1. Bojacis, R., & Makki, E. (2007). *Rezonansnoe liderstvo: samovershenstvovanie i postroenie plodotvornyh otnoshenij s ljud'mi na osnove aktivnogo soznaniya, optimizma i jempatii* [Resonant leadership: self-improvement and building fruitful relationships with people based on active consciousness, optimism and empathy]. Moskva: Alpina Biznes Buks. Serija «Klassika Harvard Business Review» [in Russian].
2. Bratus, B. S. (1997). Obraz cheloveka v gumanitarnej, нравstvennoj i hristianskoj psihologii [The image of man in humanitarian, moral and Christian psychology]. *Psihologija s chelovecheskim licom: gumanisticheskaja perspektiva v postsovetskoj psihologii*; red.: D. A. Leontev, V. G. Shhur, Moskva: Smysl, 67–91 [in Russian].
3. Gronskej, A. V. (2018). O konceptah avtoritarnoj i totalitarnoj lichnosti [The concepts of authoritarian and totalitarian personality]. *Zhurnal prakticheskoy psihologii i psihoanaliza*, 1, <https://psyjournal.ru/articles/o-konceptah-avtoritarnoy-i-totalitarnoy-lichnosti> [in Russian].
4. Hura, T. V., & Ponomarov, O. S. (2016). Sotsialni ta psykholohichni vymohy do osobystosti kerivnyka ta kharakteru yoho myslennia [Social and psychological requirements for the personality of the leader and the type of his/her thinking]. *Problemy suchasnoi psykholohii: zb. nauk. pr. Kamianets-Podil'skoho natsional'nogo universytetu imeni Ivana Ohienka, Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuka NAPN Ukrainy*, 34, 90–102. Kamianets-Podil'skyi: Aksioma [in Ukrainian].
5. Dmitrieva, V. A. (2011). Psihologicheskie osobennosti liderstva i vozmozhnosti ego razvitiya [Psychological features of leadership and opportunities for its development]. *Sovremennaja social'naja psihologija: teoreticheskie podhody i prikladnye issledovanija*, 2(11). Vзяto z <https://onto.ru/public/publications/235/> [in Russian].
6. Kalashnykova, S. A. (2011). *Teoretyko-metodologicheskie zasady profesiinoj podgotovki upravlyatsiv-lideriv v umovakh suchasnykh suspilnykh transformatsii* [Theoretical and methodological principles of managers-leaders' professional training in the conditions of modern social transformations]. Dys. d-ra ped. nauk. Kyiv [in Ukrainian].
7. Moskalenko, D. N. (2014). *Fenomen svobody v sociokul'turnom prostranstve transformirujushhegosja obshchestva* [The phenomenon of freedom in the socio-cultural space of a transforming society]. Avtoref. diss. kand. filos. nauk. Stavropol' [in Russian].
8. Nemov, R. S. (1998). Psihologija: uchebnik. Kn. 3: Psihodiagnostika. Vvedenie v nauchnoe psihologicheskoe issledovanie s jelementami matematicheskoy statistiki [Psychology: textbook. Book 3: Psychodiagnosics. Introduction to scientific psychological research with elements of mathematical statistics]. 3-e izd., (s. 512–517). Moskva [in Russian].
9. Salihova, I. S., & Antipova, D. A. (2014). Liderstvo kak innovacionnyj upravlencheskij fenomen v dejatel'nosti sovremennykh korporacij [Leadership as an innovative managerial phenomenon in the activities of modern corporations]. *Vestnik moskovskogo gosudarstvennogo oblas'nogo universiteta. Serija: jekonomika*, 2, 49–57 [in Russian].
10. Serdiuk, L. Z. (2017). Psykholohichni osnovy samodeterminatsii osobystosti v kontseptsii vnutrishnoi svobody H. O. Balla [Psychological bases of personal self-determination in the G.O. Ball's concept of internal freedom]. O. V. Zavorodnia, V. L. Zlykov (Red.), *Humanni rozum: zb. st., prysviachenykh pamiaty Heorhii Oleksiiivycha Balla*: In-t psykholohii imeni H. S. Kostiuka NAPN Ukrainy; ukлад. S. O. Lukomska, O. V. Fedan. Kyiv: Ped. Dumka [in Ukrainian].
11. Chernobrovkina, V. A. (2015). Vnutrishnia svoboda osobystosti: dosvid psykholohichnoho doslidzhennia [Inner freedom of the individual: the experience of psychological research]. *Naukovi zapysky Nats. un-tu «Kyievo-Mohylianska akademiia». Pedahohichni, psykholohichni nauky ta sotsialna robota*, 175, 47–52 [in Ukrainian].
12. Chernobrovkina, V. A. (2012). *Psykhologhiia osobystisnoi svobody* [Psychology of personal freedom]. Luhansk: DZ «Luhansk. nats. un-t im. T. Shevchenka» [in Ukrainian].
13. Amram, J. Y. (2020). The contribution of emotional and spiritual intelligences to effective business leadership. Dis. of PhD in Clinical Psychology. Palo Alto, California: *Inst. of Transpers. Psych.* https://intelligensi.com/wp-content/uploads/2020/07/EI_and_SI_in_Leadership_Amram_Dissert.pdf
14. Bertsch, A., Nguyen, H. T. H., Alford, A., Baran, W., Ondracek, J. & Reynen, J (2017). Exploring the Relationship Between Personality and Preferred Leadership. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 14(1), 32–45.
15. Bischoff, W. (2020). *Authentic Leadership. A Challenge of the Future for the Water Management Sector*. Dipl. Psych. Taken from: <https://humancultureacademy.com/wp-content/uploads/2020/02/Auth.Leadership.pdf>
16. Blanchard, K., Fowler, S. & Hawkins, L. (2005). *Self Leadership and The One Minute Manager*. New York, NY: Polvera Publishing.
17. Bondarchuk, O. (2018). The features of teachers' inner freedom with different levels of psychological safety of their educational environment. *Visnyk pisliadyplomoi osvity. Seriia «Sotsialni ta povedinkovi nauky*. 7(36), 9–20.
18. Karabuschenko, N. B., & Petrovskaya, M. V. (2019). Psychological Characteristics of Leadership as a Component of the Elitism of Personality. *Advances in Economics, Business and Management Research, (1st International Conference on Emerging Trends and Challenges in the Management Theory and Practice, ETCMTP)*, 119, 121–124.
19. Sen, A. K. (2005). Human rights and capabilities. *Journal of Human Development*, 6(2), 151–166.

Chausova, Tetiana. Internal freedom as a value basis for the development of future psychologists' leadership skills

Introduction. The problem of development of future psychologists' internal freedom and leadership qualities as their key features has grown in importance in today's conditions.

Aim: to study the features of internal freedom as a value basis for the development of future psychologists' leadership skills in general and in higher education institutions of various forms of ownership in particular.

Methods. Questionnaires and mathematical statistics.

Results. Future psychologists' inner freedom and leadership potential are quite weak. There are associations between future psychologists' inner freedom and their leadership potential in general and the ownership type of their higher education institution.

Conclusions. The obtained results can be used in future psychologists' leadership qualities development training in higher education institutions.

Key words: leadership, leadership qualities, future psychologists, inner freedom of the individual, higher education institution of private and state ownership.

Відомості про автора

Чаусова Тетяна Володимирівна, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології та особистісного розвитку, Державний заклад вищої освіти «Університет менеджменту освіти» НАПН України, м. Київ, Україна.

Chausova, Tetiana, PhD, Associate Professor of the Chair of Psychology, State Higher Educational Institution «University of Educational Management» of National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: tvchausova@ukr.net

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-9005-9089>

Отримано 14 жовтня 2020 р.
Рецензовано 16 листопада 2020 р.
Прийнято 20 листопада 2020 р.

Наукове видання

**ОРГАНІЗАЦІЙНА ПСИХОЛОГІЯ
ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ**

Науковий журнал

№ 4 (21) / 2020

**За науковою редакцією
С.Д. Максименка та Л.М. Карамушки**

Літературний редактор Ю.М. Лезвинська

Підп. до друку 27.11.2020
Формат 700х100/8
Ум. друк.арк. 10,7
Наклад 100 прим.
Замовлення №1/21

Віддруковано в ТОВ "ГК "Все просто"
04073, м.Київ, вул. Скляренка,9
