

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ЛЮДИНИ ТА ЕКОНОМІКИ У ПРЕДСТАВНИКІВ РІЗНИХ КУЛЬТУР

Ірина РЕВАСЕВИЧ

Copyright © 2005

Постановка суспільної проблеми. У час розвитку ринкової економіки, прискореного інформаційно-технологічного прогресу проблеми людини та її буття виходять на перший план. Сталі канони, принципи, закономірності та концепції розвитку, що вироблені різними науками, на сьогодні неможливо застосовувати однаково до людей з різних культурних середовищ. У кожній культурі, навіть у кожній соціальній групі, існують власні норми, закони, правила поведінки тощо. Більшість ділових зустрічей у світі зривається через те, що хтось з учасників намагається примусити партнерів прийняти чуже бачення світу, нав'язати свої норми поведінки. Ефективному розв'язанню вищезгаданих проблем сприятиме окреслення *кроскультурних особливостей взаємодії* людей у діловому просторі.

Мета статті – розкрити специфіку економічної взаємодії представників різних культур у психосоціальному просторі, виявити й охарактеризувати блоки виробничих цінностей, за якими вирізняються країни, диференціювати основні елементи економіки як вітакультурної системи.

Сутнісний зміст. У статті подано короткий огляд основних концептуальних аспектів економіки як культурної сфери життєдіяльності, проаналізовано особливості взаємодії людини та економіки у кроскультурному форматі, розглянуто класифікацію етичних типів суб'єктів економічної взаємодії у діловому просторі та описано їх психологічні портрети;

обґрунтовується зв'язок культури з виробничими цінностями, котрому притаманні такі психокультурні параметри: дистанція влади, уникнення невизначеності, індивідуалізм-колективізм, маскуліність-фемінність.

Ключові слова: *індивід, суб'єкт, особистість, економіка, культура, психокультура, кроскультурний підхід, "рак", "риба", "акула", "дельфін", дистанція влади, уникнення невизначеності, індивідуалізм-колективізм, маскуліність-фемінність, цінності, норми, соціальна взаємодія, економічна взаємодія, економічна психологія, економічна культура, економічна поведінка, економічна діяльність, філософія економіки, психокультура економіки, "економічна людина", теорія очікуваної корисності.*

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної проблеми. Науковці неодноразово зверталися до вивчення особливостей взаємодії людини та економіки. На жаль, особистість та її властивості були практично проігноровані економічною теорією, а головна увага акцентувалась на підвищенні ефективності виробництва товарів і послуг, діяльності у системі обміну, вдосконаленні процесів розподілу і перерозподілу доходів, споживанні і використанні національного багатства [3, с. 56].

Сьогодні спільні зусилля економістів і психологів спрямовані на пошук моделей економічної поведінки, які точніше відображають дійсність, ніж відома кон-

цепція “економічної людини” А. Сміта [4; 13; 14; 20]. Зокрема, В.Г. Позняков підкреслює, що “відносини суб’єктів економічної діяльності характеризуються поєднанням стабільності і мінливості. Вони здатні акумулювати наслідки впливів змінних соціально-економічних умов макро- і мікросередовища без зримого негайного ефекту в реальній економічній поведінці. Здійснюючи вибір форми власності та економічної діяльності, індивіди не лише пристосовуються до мінливих обставин, а й активно змінюють ці умови і самих себе водночас” [9, с. 154]. В.В.Спасенніков, проаналізувавши розвиток економічної психології у Росії, зазначає, що сьогодні ця дисципліна набуває “особливого практичного значення, оскільки реальна дійсність демонструє розрив економічної і соціальної політики. Впроваджені економічні реформи поки що ні методологічно, ні практично не зорієнтовані на врахування людського чинника в економічній життєдіяльності суспільства, який реально може слугувати як механізмом гальмування реформ, так і основою їх швидкого та ефективного зrealізування. Не можна ігнорувати і ту обставину, що в основі багатопланових економічних взаємодій лежать поведінкові механізми діяльності людей. Тому оволодіння навичками психологічного аналізу мотивів, стимулів, чинників соціокультурної детермінації економічної активності є важливим компонентом професійної культури сучасного фахівця (менеджера, психолога, економіста, юриста)” [Там само, с. 155]. В.Т. Кудрявцев і Г.К.Уразалієва доводять необхідність розрізнення понять “економічна поведінка” і “економічна діяльність”. Якщо “перше відтворює “режим функціонування,” то друге – “режим розвитку” економічної системи та її суб’єктів. Економічну поведінку часто ототожнюють з економічною діяльністю, що не є правомірним, оскільки остання постає як самоспричинена цілісність, розвиток якої визначається її внутрішніми протиріччя-

ми. Вона здатна породити креативну економіку. Сучасна ж економічна психологія поки що орієнтується на парадигму економічної поведінки” [Там само, с. 156]. С.В.Малахов запропонував авторську модель економічної поведінки, яка базується на зіставленні внутрішніх і зовнішніх оцінок, результатів економічної діяльності. Ця інтраекономічна модель показує, що основу економічної теорії мають складати психологічні закономірності. Автор припускає, що прибуток як економічна категорія – це результат складних психологічних процесів, які створюють ілюзійне уявлення про доходи. Він може виникати через викривлення грошима співвідношення реальних витрат і результатів господарської діяльності. Гроші як історико-психологічний феномен володіють недоліком “не помічати” певних видів витрат, зокрема тих, що затрачаються на найману працю, нервову енергію, руйнування довкілля. На думку С.В.Малахова, неврахування цих витрат і створює ілюзію прибутку [13, с. 50]. З.С.Карпенко відмічає, що “реформування всіх засад української держави, передусім перехід на засади багатокладної економіки, не може бути успішним без ефективного освоєння кожним етносом окремої екологічної ніші у складній архітектоніці стратегічних перетворень всього суспільного організму” [9а, с. 52]. Науковець досліджувала етнофункціональні передумови підприємницької діяльності у Прикарпатському регіоні, котрі дозволяють виявити соціально-психологічний контекст запроваджених нововведень, а також етнопсихологічну готовність до оволодіння сучасними методами господарювання. Відтак було виокремлено властивості, сприятливі (здатність до ризику, опора на інтуїцію, перфекціонізм, індивідуалізм, інтернальність, організованість, прагматизм, гнучкість мислення і поведінки, наполегливість, працелюбність) і відповідно несприятливі (обережність, опора на логіку, рутинність, колективізм, екстернальність,

безалаберність, мрійливість, ригідність мислення і поведінки, пасивність, лінощі) для підприємницької діяльності [Там само, с. 53–58]. І. Буян зазначає, що винятково важливе значення у формуванні взаємозалежності і взаємодії людини та економіки належить потребам. Останні є першопричиною виникнення економіки; визначають вимоги до якості продукції, що виробляється, і послуг, які надаються; суперечливо взаємодіють із виробництвом товарів, оскільки воно не може задовольнити безмежні людські потреби повністю [4, с. 76–78]. Другою складовою згаданого взаємозв'язку є фізичні і духовні здібності людини до праці і безпосередньо сам процес праці. У цьому аспекті автор розмежовує поняття “робоча сила” і “праця”, з'ясовує особливості взаємин між людиною та економікою з огляду на зміст кожного з них [Там само, с. 80].

Серед Нобелівських лауреатів з економічних наук у 2002 році з'явилося ім'я психолога – Даніеля Канемана, якому премія була вручена за “інтеграцію досягнень психології в економічну науку, особливо тих, котрі стосуються людських роздумів і прийняття рішення за умов невизначеності” [20, с. 29]. Аксиоматика підходу Д. Канемана розглядається у форматі так званої *теорії очікуваної корисності*, що виступає основним методологічним інструментом у дослідженні процесу прийняття рішень у ситуаціях невизначеності. Психологи витлумачують людину, котра приймає рішення, як деяку “мислячу систему, яка накопичує, кодує, декодує і передає інформацію. Але на відміну від економістів, для яких головним є результат – готове рішення, психологи вважають необхідним при аналізі цих інтерактивних процесів урахувати особливості сприймання, рефлексії, пам'яті, емоцій, типи раціонального мислення та інші чинники” [Там само, с. 30].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Економічній науці

не вдалось виявити, дослідити і в комплексному, системному вигляді задіяти до економічних процесів і взаємин ті чинники, властивості та особистісні риси, котрі посідають визначне місце і відіграють лише їм притаманну роль в унікальній сфері взаємодії “людина–економіка”. Мало уваги приділялося проблемам кроскультурних досліджень при проведенні міжнародних переговорів, розв'язанні міжкультурних конфліктів, етичній взаємодії представників різних культур у соціально-психологічному діловому просторі. Психокультурний взаємозв'язок людини та економіки практично не досліджений і потребує ретельного аналізу, осмислення і витлумачення.

Виклад основного матеріалу дослідження й отриманих наукових результатів. Сфера ділових взаємин у представників різних культур на сьогодні характеризується високою динамічністю, неочікуваністю та вимагає пошуку нових рішень. Особливості національного характеру індивідів, соціокультурні відмінності привносять у їхнє спілкування додаткові труднощі та емоційне забарвлення [1; 17; 19; 21; 25].

Якими б різноманітними не були економічні знання, основним їх дискурсом у більшості досліджень був і залишається економічний матеріалізм. Ця ідея зводить всі сторони загальноісторичного життя людства до одного економічного чинника, намагаючись підвищити ефективність виробництва товарів і послуг, діяльність у системі обміну, вдосконалити процеси розподілу і перерозподілу доходів, споживання і використання національного багатства [3, с. 56].

Справа в тому, що конкретна особистість у розмаїтті своїх психічних якостей, психологічних характеристик економічною наукою ніби не помічається. Науковці розглядали економіку ніби навпаки: ставлячи на перший план результати економічної діяльності, на другий – використані якості, на третій – необхідні умови, і лише на четвертий – сам процес

економічної діяльності людей. Таким чином, організація дослідження за своєю логікою суперечить природному перебігу економічного розвитку, його відтворенню й оновленню людьми. Більшість економічних досліджень традиційно використовує модель абстрактної “економічної людини”, яка керується іноді і “темним” особистісним інтересом, але здатна приймати “світлі” рішення. Даний теоретичний підхід, обстоюючи аксіому максимізації власної вигоди, дещо застарів і, на думку багатьох учених, не може слугувати міцним науковим фундаментом для подальших економіко-психологічних досліджень [14]. Реальною методологічною альтернативою теорії “людського капіталу” є антропоекономіка, тобто “науковосинтетична концепція культурного розвитку людини, групи і суспільства як суб’єктів економічної поведінки, діяльності, спілкування і вчинення” [24, с. 14]. Сьогодні вже у контексті самого економічного процесу постає питання: “А чи є сучасна економічна наука наукою про людину?” Такий підхід до проблеми особистості в економтеорії визначає її взаємовідношення з психологією та іншими суспільними дисциплінами. Це означає, що слід переключитись із визначень економіки як перетворення людиною зовнішнього світу на її трактування як самозміну самої людини, різних, у тому числі закріплених предметно, форм її економічної діяльності. Більше того, витлумачення будь-яких зв’язків економічного процесу є неповним, якщо вони не зводяться до рівня взаємодії людських індивідів [23, с. 281].

Крім того, економічна теорія донедавна не вважалася експериментальною наукою. Джерелами даних виступали спостереження за реальними господарськими структурами, а не керовані лабораторні експерименти. Однак сьогодні економічна наука потребує детальної перевірки і розвитку своїх базових припущень, що, безумовно, передбачає врахування особливостей реальної поведінки людей за

реальних обставин [20], кроскультурних аспектів взаємодії людини й економіки. Оскільки взаємодія – “це така форма зв’язку, у процесі якої сторони тієї чи іншої системи не тільки міняються місцями, а й безперервно змінюються самі, викликаючи зміну всього взаємодіяльного цілого” [6; 11], то культурний контекст стає все більш актуальним. Підтвердженням цього є той факт, що важливим критерієм соціальної дії виступає не лише її ефективність для даної людини чи групи, але й її вагоме значення для інших осіб і соціальних спільнот. Відтак економічна взаємодія визначає передусім причинно-наслідкові зв’язки, за яких одна із взаємодіючих сторін є причиною зміни іншої, а та – наслідком зворотного впливу протидіючої сили [16, с. 182]. Однак слід зауважити, що культурна точка зору на сутність людської психіки та її розвиток полягає у подоланні базових схем натуралізму та соціоморфізму: не існує прямого і безпосереднього співвідношення “людина – природа”, “людина – соціум”, “людина – економіка”. Адже і природа, і соціальні системи суспільства як фундаментальні передумови становлення особистості не стають змістовними характеристиками її внутрішнього світу, а видозмінюються як цілком визначені канонічні форми культури. Насправді ж індивід вступає у різноманітні контакти і стосунки зі всім універсумом людської культури, і саме тут він здобуває власний істинний образ як особистість [22, с. 8]. Тому глибинний рівень соціокультурного розвитку відстежується не лише за законами природи (дозрівання), не тільки за закономірностями соціуму (формування), а перш за все за сутністю самої людини – за механізмами саморозвитку як фундаментальної здатності особи ставати і бути повноправним суб’єктом свого власного життя, спроможності на засадах економічної культури й економічного мислення перетворювати власну життєактивність на предмет конструктивного ідеально-

**1 – філософія економіки
(світоглядний аспект):**

виокремлення економічного буття як основної форми діяльності, спілкування, вчинення і самореалізації людей

**2 – економічна психологія
(дослідницький аспект):**

вивчення економічного мислення та економічної свідомості індивідів, дослідження особистості як “психологічного чинника” економіки



**4 – психокультура економіки
(психодуховний аспект):**

досягнення економічного успіху завдяки врахуванню особливостей внутрішнього психодуховного світу кожної людини як універсума

**3 – економічна культура
(соціальний аспект):**

окреслення системи професійних знань і навичок, господарських норм, цінностей і символів, потрібних для виконання економічних ролей

Рис. 1.

Основні категорії економіки як соціокультурної системи

практичного перетворення, а за потреби – й на предмет повноцінної економічної діяльності [24, с.15].

Отже, слід розмежовувати “економіку як соціокультурну систему” та “економічну культуру”. Щоб зрозуміти зміст першого поняття, потрібно з’ясувати, що таке культура загалом. Науковцям ніколи не вдавалося дійти спільної думки з приводу чіткого визначення даної категорії. Хоча у різних трактуваннях багато спільного, все ж вони мають і деякі важливі відмінності. Так, під “культурою” розуміли: а) всі здібності і звички, освоєні членами суспільства (Тайлор); б) сукупність еквівалентних і взаємодоповнювальних привласнених значень, які зберігаються популяцією людей і передаються від покоління до покоління (Ронер); в) описовий термін, що охоплює не лише правила і значення, а й поведінку в цілому (Яхода); г) систему, що виявляється (між різними джерелами) у загальних обмежувачах, які звужують вчинковий репертуар, доступний членам однієї групи, по-іншому, ніж у випадках індивідів, котрі належать до іншої (Пуртінга); д) динамічна система правил, встановлених групами задля забезпечення свого виживання, включаючи установки, цінності, уявлення, норми і моделі поведінки, спільні для групи, але які реалізуються по-різному кожним специфічним об’єднанням усередині неї, передаються від покоління до покоління, відносно стійкі, проте спроможні зміню-

ватися у часі (Мацумото); е) комплекс колективних програм мозку, котрі відрізняють членів однієї людської спільності від іншої (Гофстед); є) певну систему цінностей і норм, яка спільна для окремої групи осіб і взята разом утворює структуру життя (Гілл).

Ми керуватимемося визначенням А.В. Фурмана, котрий трактує культуру “як систему історично розвиткових надбіологічних програм життєактивності, що диференціюються на чотири складові (поведінка, діяльність, спілкування, вчинок) залежно від того, який соціальний досвід вони зберігають, транслюють (від покоління до покоління) та генерують, забезпечуючи відтворення та зміни соціального життя в усіх його основних проявах” [25, с. 15]. У даному контексті економічну сферу життєдіяльності можна вважати культурою, яка містить норми, цінності і правила поведінки індивідів у діловому просторі.

Теоретичний аналіз піднятої проблеми дав змогу обґрунтувати наявність чотирьох складових економіки як соціокультурної системи (рис.1).

Філософія економіки, визначаючи суспільну взаємозумовленість різних типів розподілу і кооперації людської діяльності, перспективи її змін, вирішує не лише світоглядне завдання, а й методологічне. Вона задає систему координат, описує картини економічної реальності, накреслює орієнтири, завдяки яким особистість може визначати “моделі” своєї життєвої поведінки, створювати

необхідні і різноманітні умови для свого існування та розвитку [23, с.7]. Філософи стверджують, що *економічне буття* – це буття людини, яка акумулює в собі основні форми власної життєдіяльності, зокрема економічну. Саме вона – сукупний носій економічної соціосистеми загалом, відтворювач економічного життя.

Сутнісно вся економічна наука ставить завдання створити таку теорію, у якій визначальні структури економічного буття витлумачувалися б як форми діяльності, спілкування і самореалізації людей. Так, у книзі “Розколота цивілізація” відомий російський економіст В. Іноземцев вказує на те, що тип суспільного устрою (у тому числі економічного) вирішальним чином залежить насамперед від характеру життєдіяльності людей на різних історичних етапах. На основі цього критерію вчений обґрунтовує наявність принаймні трьох великих цивілізаційних епох:

– *доекономічну*, коли головною виступала передтрудова активність, яка давала змогу індивіду протистояти світу у боротьбі за виживання;

– *економічну*, котра базується на праці як осмислених діях задля забезпечення комфортного і безпечного середовища проживання;

– *постекономічну* – почала проявлятися в останні десятиліття через зміну спрямування життєдіяльності людства, яка витлумачується автором як *творчість* [23, с. 290].

Економічна психологія як самостійна галузь виділилась нещодавно. Вона вивчає “економічне мислення, суб’єктивну форму існування і розвитку економічних потреб та інтересів окремої особи, колективу й суспільства, а також аспекти національної свідомості, цілей та ідеалів основних суб’єктів економічної діяльності, які опосередковано впливають на розвиток продуктивних сил” [16, с. 439]. Психологічна наука довго не брала до уваги вивчення поведінки людини у сфері економіки, однак спроби осмислити із психологічного погляду і цю галузь

життя вперше здійснені уже на початку становлення психології як науки. У західній економічній теорії предметом вивчення виступає насамперед *економічна діяльність* людей. Так, французький соціолог Г. Тард у праці “Економічна психологія” стверджував, що він першим вжив даний термін у своїй статті в 1881 році. Він підкреслював, що людина – суспільна істота, і що міжособистісну взаємодію слід розглядати як базу для теорії економічної поведінки [18].

Однією із ключових категорій економічної психології є *економічна культура*, яка формовивяється через сукупність прогресивно-гуманістичних матеріально-духовних досягнень людей у різних сферах соціально-економічної діяльності. Уявлення про згаданий конструкт як про соціальну пам’ять суспільства тлумачиться як особлива мова цінностей, знання норм, вимог і санкцій, привласнення котрих пов’язує нові покоління людей з попередньою історією, дає їм змогу оволодіти досвідом та примножити його [16, с. 422–423]. Отож головна відмінність між людьми визначається за моральним аспектом, а не за географічними, етнічними, демографічними чи політичними ознаками [1; 21].

Про те, що людська взаємодія безпосередньо пов’язана із моральним змістом, свідчить наступний приклад. Колись природа виступала перед людьми у вигляді ніби безвідповідального, беззахисного, безмежно багатого, хоча інколи і впертого, дивака, з яким можна було робити все, що заманеться – безкарно і свавільно. Хто міг тоді припустити, що з часом прісна вода стане дорогим товаром і не кожна країна буде його мати у достатній кількості, що старі джерела енергії почнуть вичерпуватись, а нові принесуть велику небезпеку, що загалом екологічні проблеми вийдуть далеко за межі будь-якої, навіть найбільшої країни, стануть глобальними, загальнолюдськими і впритул зіткнуться з проблемами війни і миру? Те, що раніше здавалося

1 – “РАК”:
негативна соціальна орієнтація
і низький життєвий потенціал

2 – “РИБА”:
помірна соціальна орієнтація,
високий рівень вітакультурної енергії



4 – “ДЕЛЬФІН”:
позитивна спрямованість вчинків,
високий рівень вітакультурної енергії

3 – “АКУЛА”:
негативна спрямованість вчинків,
високий життєвий потенціал

Рис. 2.

Класифікація етичних типів суб'єктів економічної взаємодії за критеріями соціальної орієнтації і вітакультурної енергії

завданням лише окремих індивідів – фізичне виживання – сьогодні стало завданням усього людства. Кожен із мешканців нашої планети – обов'язковий учасник космічного протистояння сил життя і смерті у масштабі Всесвіту. Самотнім ніхто не виживе, кожен невідворотно платить не лише за власні, а й за чужі вчинки. Саме тому головним принципом відмінностей між людьми стає принцип спрямованості їхніх дій, ступінь соціальної відповідальності у сфері ділового простору [1, с. 90]. Зрозуміло, що різні особистості відповідальні по-різному. Доленосну роль тут відіграє рівень усвідомлення ними своєї відповідальності. Враховуючи комбінації лише двох параметрів – життєвого потенціалу (здібностей і можливостей) і моральної орієнтації, можна отримати класифікацію етичних типів суб'єктів економічної взаємодії (рис. 2).

Поєднання позитивної соціальної орієнтації з високим життєвим потенціалом дає тип “дельфіна”, а негативна спрямованість і такий же життєвий потенціал утворюють “акулу”. Помірна соціальна орієнтація і високий життєвий потенціал характерні для типу з умовною назвою “риба” – “середньої”, “простої”, “звичайної” людини. Нарешті, негативна соціальна орієнтація у поєднанні з низьким або середнім життєвим потенціалом утворює тип “рака”. До нього належать індивіди, які у тій чи іншій формі біжать від активного соціального життя, – нар-

комани, алкоголіки, нероби, дрібні хулігани та інші.

Зупинимось на характеристиці двох найяскравіших протилежностей: “акул” та “дельфінів”. Обидва наділені від природи неабиякими здібностями – розумом, енергією, прагненням змінити дійсність, незалежністю, самостійністю тощо. В обох представників функціональна мета зумовлена характером економічної діяльності, їх місцем в економічному довіллі. Завдання полягає в тому, щоб отримувати прибуток, дохід, користь. Одночасно ці типи кардинально протилежні за найважливішим – етичним – параметром, соціальною орієнтацією: ставлення до людини (не тільки до іншого, але і до себе) і суспільства. Природно відмінна їхня ідеологія, вони різняться відповідями на ключові, смисложиттєві запитання (табл. 1).

За твердженнями науковців, ці “типи загалом однакові у різних культурах і навіть цивілізаціях. Історичний і соціокультурний контексти змінюють лише їх форму, а ідеальний тип залишається практично у зримому для нас історичному просторі незмінним, оскільки незмінним протягом тисячоліть є генотип людини” [1, с. 97]. Відтак актуальним видається виділення психокультури “як надважливого пласта суспільної реальності, котрий пояснює внутрішньогрупові та міжгрупові особливості перебігу життєактивності (у формах поведінки, діяльності, спілкування, вчинку), допома-

Таблиця 1

Психологічні портрети етичних типів людей у діловому просторі

№ п/п	Характерологічні особливості	“Акули”	“Дельфіни”
1	Ставлення до людей	Інші люди – засіб для досягнення мети. Вони – мої конкуренти, які не цінують добро і розуміють лише мову сили. Найкращий спосіб ведення справ з ними – бути сильнішим, хитрішим, менше їм довіряти. Не такі як я (особи іншої статі, іноземці) – люди другого ґатунку, якими керують тваринні інстинкти та нижчі почуття. Переможець отримує все	Більшість людей гідні поваги та довіри, у них є першопочатки добра і зла, що проявляються по-різному, залежно від багатьох чинників – природних, внутрішніх і зовнішніх, середовища виховання, освіти, ситуації тощо. Добром можна домогтися більше, ніж силою. Найкращий спосіб ведення справ – прагнення до взаємовигідного результату. Відвертість і довіра у ділових взаєминах – найкраща основа співпраці. Інших, не таких, як я, слід пралнути зрозуміти
2	Ставлення до суспільства	Соціум – сукупність людей, які встановили закони, із котрих одні мені корисні, інші – шкідливі. Останні я маю право порушувати, коли немає небезпеки бути викритим	Суспільство і його інститути – механізм, засіб узгодження інтересів окремих індивідів і соціальних груп, гарантія захисту громадян від свавілля. Закону, який я вважаю несправедливим, все ж таки слід дотримуватись, поки його не буде змінено, можливо, і завдяки моїм зусиллям
3	Ставлення до себе	Я – найкращий, хоча також тварина. Якщо я бідний, то лише тому, що соціум, його закони та інші люди заважають мені розбагатіти	Загалом я непогана людина і, як багато інших, гідна поваги. Якщо я бідний, то лише тому, що недостатньо винахідливий, не реалізую вповні свої можливості, малоосвічений, погано організований
4	Ставлення до світу і до природи	Світ ворожий, холодний і небезпечний. Тому завжди слід бути нагодованим. Реальними є лише матеріальні цінності, все інше – проповідь для невдач. Природа – це вмістилище, з якого слід брати все, що можна, в іншому разі заберуть навколишні. “Після нас – хоч погорт”	Світ чудовий. Він надає людині багато можливостей для розкриття своїх здібностей. Життя – велике благо. Воно не обмежене тільки видимим, матеріальним. Існують цінності духовні. Природі ми зобов'язані власним життям і повинні не тільки зберегти його для своїх дітей, а й зробити кращим
5	Ставлення до духовних цінностей	Можливо Бог існує, але його закони і закони людей, релігійна мораль і принципи бізнесу – різні речі. Тим не менше потрібно мати репутацію віруючого, адже це вигідно. Тому треба час від часу жертвувати на благодійні акції	Світ підпорядкований не лише матеріальним законам, а й таким, як голос совісті, співчуття до горя інших. Останні діють і в бізнесі. Я допомагаю іншим не тому, що так заведено, а тому, що, допомагаючи їм, допомагаю собі
6	Ставлення до справи	Моя справа – основа і джерело моєї влади у світі, засіб захисту від людей і соціуму	Моя робота – це моє покликання і призначення. Це те, що я можу зробити найкраще, виступаючи господарем власної долі. Це засіб цінкової реалізації своїх здібностей та ідей
7	Ставлення до ризику	Визначається співвідношенням між очікуваним прибутком і потенційною небезпекою	Визначається розрахунком довгострокових результатів, співвідношенням між очікуваним прибутком і загрозою зруйнувати справу, принести збитки іншим людям
8	Мета життя	Я живу для себе, для того щоб мати більше грошей, влади над людьми і світом, щоб жити комфортніше і безпечніше, споживати все найкраще, не обмежуючи своїх бажань. Життя дане тільки раз і прожити його треба якомога довше і краще	Я живу, для того щоб зробити життя – своє та інших, матеріальне і духовне – багатшим і кращим. Для того щоб радіти втіленню своїх найсміливіших ідей, щоб залишити за собою добру славу нащадкам. Щоб насолоджуватися грою власних сил і можливістю зреалізування своїх здібностей, свободою і незалежністю. Важливо не те, скільки я проживу, а те, як проживу
9	Засоби досягнення мети	Будь-які. Моральний вибір визначається тільки матеріальною вигодою	Будь-які законні і ті, які не суперечать моїм моральним принципам. Вибір між великим прибутком і хорошою репутацією робиться на користь останньої. Опора базується на власних силах і довірі партнерів
10	Хто мої друзі і хто – вороги ?	Потенційно всі люди – конкуренти у боротьбі за матеріальні блага. З деякими тимчасово можна кооперуватись, об'єднуватись проти спільних, найнебезпечніших у даний момент конкурентів. Тривалість цих партнерських взаємин визначається лише вигодою	Потенційно всі люди можуть стати моїми партнерами у взаємовигідній співпраці. Головний принцип вибору – ділова репутація у поєднанні зі схожою етичною орієнтацією, відповідністю критерію моральної надійності

гає зрозуміти те, чому окремі індивіди, групи чи спільноти вчиняють так, а не інакше, обґрунтовує відмінності у їх мотивації, світосприйнятті, установках, ціннісних орієнтаціях, психосмислових інваріантах” [27, с. 221–222]. Звіден очевидно, що між концептуальними (ідеальними) вимогами культури і реальною психокультурною активністю колективних суб’єктів існує певна невідповідність, котра спричинює динамічне розвиткове напруження, яке, зі свого боку, зумовлює інноваційні зміни у соціосистемах, зокрема в економіці. Саме “інновація виступає рушійною силою економічного розвитку, оскільки задля того, щоб економіка країни тривалий час стабільно розвивалась, бізнесове середовище у ній має бути сприятливим для запровадження інновацій” [5, с. 91]. Як зазначає А.В.Фурман, примітною рисою психокультури як об’єкта пізнання та конструювання є її безпосередня неочевидність, неявність. Те, що бачиться і спостерігається як психічні і культурні явища та продукти – це всього лише численні маніфестації реальної наявності психодуховного світу людини й аналогічного всесвіту культури. Тому багатьох науковців цікавлять суб’єктивні елементи психокультури, які не можна побачити або почути, але всі знають про їх існування у вигляді норм, звичаїв, установок та цінностей.

Психокультуру економіки можна охарактеризувати за допомогою базового показника – її суб’єктивного елемента, котрий “відноситься до загальних тенденцій, які впливають на поведінку і відображають значимі аспекти культурної варіабельності” [15, с. 43]. Найвідоміше дослідження зв’язку культури з економічними цінностями було здійснене Гертом Гофстедом у 60–80-х роках минулого століття. Вчений виділив чотири аспекти, за якими, на його думку, різняться культури, – дистанція влади (ДВ), уникнення невизначеності (УН), індивідуалізм-колективізм (ІК) та маскуліність-фемінність (МФ). Кожен із названих

параметрів пов’язаний з конкретними відмінностями у підходах, переконаннях і поведінці на виробництві, і кожен зокрема становить основу для розуміння визначених соціальних норм окремих країн.

Дистанція влади стосується ставлення соціуму до факту, що всі люди мають нерівні фізичні та інтелектуальні можливості. Показник характеризує ту міру, з якою різні культури заохочують чи підтримують базові ієрархічні відмінності у статусі і владі між взаємодіючими індивідами. За Гофстедом, високий ступінь ДВ існує у тих країнах, де індивідуальна нерівність із часом перетворюється на нерівність стосовно влади й добробуту. Культури з низьким показником ДВ зустрічаються в суспільствах, які намагаються максимально подолати згадані явища.

Індивідуалізм-колективізм стосується відносин індивіда зі своїми колегами. Антропологи, соціологи і психологи рівнозначно використовують його для пояснення відмінностей у взаєминах між представниками різних країн. Параметр вказує на те, наскільки більше культура пробуджує і задовольняє потреби, устремління, бажання і цінності автономної та унікальної особистості, ніж потреби групи. В індивідуалістичних соціумах зв’язки між індивідами слабкі, а індивідуальна свобода й індивідуальні досягнення високо цінуються. Водночас у суспільствах, де зроблено наголос на колективізмі, взаємини між людьми дуже близькі, і вважається, що кожен повинен обстоювати інтереси своєї групи та жертвувати власними потребами на користь колективу. Тріандіс розширив даний параметр, запровадивши вертикальний та горизонтальний рівні ІК. У горизонтальному колективізмі люди бачать себе членами внутрішньої групи, у якій всі рівні, в той час як у вертикальному представники внутрішніх підрозділів різняться ієрархічними і статусними відносинами. Взаємини між особами у горизонтальному індивідуалізмі характеризуються автономністю і рівністю, а у вертикальному –

автономністю, але не рівністю [19]. Таким чином, ІК повинен варіювати у різних соціальних контекстах. Люди неоднаково діють залежно від того, з ким вони спілкуються, і від ситуації, у якій відбувається взаємодія. Суб'єкт може відзначитися колективістськими тенденціями вдома і у стосунках з друзями та індивідуалізмом – з незнайомцями, на роботі чи навпаки. Якщо культура підтримує колективні засади у діаді взаємин “Я – своя група”, малоімовірно, що вона стане діяти таким же чином й у системі “Я – чужа група”.

Уникнення невизначеності характеризує те, якою мірою різні культури готують своїх представників до сприйняття неоднозначних ситуацій і передбачають толерантне ставлення до невизначеності. Ніхто не може достовірно передбачити чесь майбутнє. Сьогоднішні доходи легко можуть стати завтрашніми втратами, і навпаки. Те, яким чином ринок відреагує на появу нового продукту або на зміну старого, реструктурування корпорації, злиття, набуття та інші зміни, котрі відбуваються у світі бізнесу, – все це слугує джерелом невизначеності. А разом з останньою може з'явитися безлад, дисстрес і тривога. УН показує розвиток у різних культурах і соціумах механізмів, які дозволяють подолати тривожність і дисстрес. Представники країн з нетерпимим ставленням до невизначеності високо цінують гарантії зайнятості, заздалегідь відомі схеми розвитку кар'єри, пільги при виході на пенсію тощо. Вони також відчувають велику потребу в законах і правилах. Вважається, що менеджер повинен надавати чіткі й точні інструкції та суворо контролювати ініціативи своїх підлеглих. Культури з низьким УН характеризуються високим рівнем готовності до ризику й менш негативно-емоційним ставленням до змін.

Параметр маскулінності характеризує заохочення чи підтримку гендерної диференціації у сфері виробничих цінностей. Традиційно у західноєвропейській

та американській культурах від чоловіка очікують, що він буде агресивнішим, наполегливішим і домінуючим, а жінка – турботливою, піклуватиметься про сім'ю і виховуватиме дітей. Однак близько 30 років тому Рух за права жінок у США змусив наукову спільноту переглянути низку питань, пов'язаних з роллю жінок у соціумі і відображенням цієї ролі у практичній діяльності. Аспект маскулінності-фемінності описує зв'язок між гендерними та робочими ролями представників різної статі. У маскулінних культурах гендерні ролі чітко диференційовані й культурні ідеали визначаються традиційно “чоловічими цінностями”, такими зокрема, як досягнення та ефективне використання влади. У феміністичних культурах гендерні ролі менш явно диференційовані, а ставлення до чоловіків і жінок на тій самій роботі майже не відрізняється.

За кожним із чотирьох аспектів Гофстед розробив спеціальний індекс, який міг набувати значення від 0 до 100. Значенню 100 відповідали максимальні: а) рівень індивідуалізму, б) нерівність можливостей, в) нетерпиме ставлення до невизначеності та г) рівень маскулінності. Автор підрахував середній бал для працівників кожної країни. Результати підрахунків, що стосуються понад 20 країн, свідчать, що західні держави, такі, як США, Канада і Велика Британія, характеризуються максимальними показниками ІК та мінімальними ДВ. На іншому боці опинилася група латиноамериканських та азіатських країн, що ставлять колективізм вище індивідуалізму й характеризуються значною нерівністю можливостей [5; 15; 19].

Результати дослідження Гофстеда демонструють загальну картину відмінностей між різними культурами. Чимало його висновків збігаються зі стандартними західними стереотипами. Наприклад, майже усі люди переконані, що американці більші індивідуалісти і прибічники рівноправності, ніж японці, які

більші індивідуалісти й егалітаристи, ніж мексиканці. Так само багато людей погодяться з тим, що в країнах Латинської Америки, таких, як Мексика чи Філіппіни, приділяють більше уваги маскуліністичним цінностям – їхня культура є більш “чоловічою”, ніж культура Данії чи Швеції.

Однак, як зазначає Ч. Гілл, слід бути обережним і не надто довіряти висновкам із досліджень Гофстеда. Вони мають деякі обмеження. По-перше, згідно з припущеннями вченого, між культурою і нацією-державою існує однозначний зв'язок. Але, як ми вже бачили, у багатьох країнах співіснують декілька культур, проте Гофстед не враховує цих особливостей у своїх висновках. По-друге, на результати його досліджень могли вплинути особливості культури їх виконавців. До складу команди дослідників входили тільки європейці та американці. Запитання анкет та спосіб їх аналізу могли перебувати під впливом їхніх особистих упереджень та уподобань. Тому не дивно, що одержані ними дані збігаються з поширеними західними стереотипами, адже контроль за дослідженнями здійснювали представники західної культури. По-третє, всі респонденти працювали не просто в одній галузі – комп'ютерній промисловості, а й в одній компанії – “International Business Machines”. На той час “ІВМ” була вже відома своєю власною корпоративною культурою та спеціальними процедурами добору персоналу, тож, можливо, цінності її працівників за деякими важливими параметрами відрізнялися від цінностей культур, до яких вони належали. Крім того, за умовами обстежень, окремі соціальні класи (зокрема некваліфіковані робітники ручної праці) не потрапили до вибірки, за якою провадилися дослідження. І, нарешті, останнє застереження полягає в тому, що роботи Гофстеда сьогодні вже, можливо, трохи застаріли. Культури не лишаються незмінними. Вони розвиваються у часі, хоча й повільно. Тому результати, отримані в 60–

70-х роках ХХ століття, нині можуть виявитися недійсними [5].

Таким чином, хоч працю Гофстеда не можна сприймати некритично, її результати так само не варто повністю відкидати. Вони являють собою добру відправну точку для економістів, котрі намагаються з'ясувати, наскільки відрізняються між собою різні культури і яке це може мати значення для практики менеджменту і бізнесу. Крім того, варто відзначити, що деякі вчені знайшли достовірні підтвердження того, що відмінності в культурі впливають на цінності й практику поведінки на робочому місці. На основі показників Гофстеда нами створена диференціація психокультурних економічних особливостей різних країн. Порівняння економічних цінностей за даними параметрами відображено у *табл. 2*.

Отож, обговорюючи питання про вплив національних цінностей, духовних орієнтирів на економіку, можна прийти до неоднозначних узагальнень. Цікавими у цьому форматі є істотні відмінності всіх параметрів життя населення та економіки Південної і Північної Кореї, народи яких мають одні і ті ж національні, релігійні і культурні цінності. Разом з тим не можна перебільшувати роль і вплив економічної організації суспільства, про що свідчать інші факти. Не дивлячись на те, що конфуціанство близьке до протестантизму, далеко не всі країни Південно-Східної Азії успішно будують свою економіку.

Історія, як і особистість, неповторна, тому не можна всі невдачі та успіхи пояснювати лише минулими традиціями народу, його культурними цінностями. Звичайно, система цінностей, моральні принципи, норми права, традиції чинять великий вплив на національну психологію, формують національний дух, менталітет. Але це не дає підстав стверджувати, що “рецепти сучасної ринкової економіки” не придатні для національної самобутньої свідомості українців, росіян, болгар та ін. Існують також і світові

Таблиця 2

Порівняльний аналіз економічного розвитку країн
у контексті психокультури [15, с. 368–375]

Особ- ли- вості По- каз- ники	Високий рівень прояву		Низький рівень прояву	
	Країни	Особливості виробничих цінностей	Країни	Особливості виробничих цінностей
Дистанція влади	Філіппіни, Мексика, Венесуела, Індія	<ul style="list-style-type: none"> - менеджери приймають рішення на авторитарній і патерналістській основі, - постійний нагляд і контроль оцінюються підлеглими позитивно, - менеджерам більше подобається директивний і мотивуючий керівник, - працівники не довіряють один одному, - ідеологічна підтримка участі підлеглих у процесі управління 	Нова Зеландія, Данія, Ізраїль, Австрія	<ul style="list-style-type: none"> - менеджери при прийнятті рішення радяться із підлеглими, - негативна оцінка підлеглими постійного контролю і нагляду керівництва, - цінується керівник, який безпосередньо приймає участь у справах, - працівники не бояться суперечок, проявляють готовність до кооперації, - малоосвічені особи більше цінують авторитарні цінності, ніж люди з вищою освітою
Уникнення невизначеності	Греція, Португалія, Бельгія, Японія	<ul style="list-style-type: none"> - високий рівень тривожності у населення, прояв турботи про майбутнє, багато дисстресів, пов'язаних з роботою, - страх перед поразкою, - конфлікт в організації небажаний, ідеологічні вимоги консенсусу і консультативного лідерства, - підозріле ставлення до іноземців, небажання виїжджати на постійне проживання за кордон 	Швеція, Данія, Сінгапур	<ul style="list-style-type: none"> - готовність жити сьогоднішнім днем, - незначний емоційний опір стосовно змін, виробничих інновацій, - схильність до ризику, орієнтація на індивідуальні досягнення і надія на успіх, - наявність конфлікту на виробництві – звична ситуація, - готовність йти на компроміс з опонентами, прийом на роботу іноземців
Індивідуалізм - колективізм	США, Австралія, Велика Британія, Канада	<ul style="list-style-type: none"> - важливість особистого життя працівника (час), - менеджери прагнуть до лідерства і різноманітності, найбільше цінують автономність дій, - лідери заохочують введення інновацій, стимулюють групову активність підлеглих, - індивідуальна ініціатива підлеглих заохочується керівництвом, - головною метою життя вважають задоволення, потяги і безпеку 	Перу, Пакистан, Колумбія, Венесуела	<ul style="list-style-type: none"> - важливість підготовки працівника компанією (тренінг, фізичний стан тощо), - менеджери прагнуть до послуху і порядку, особливо цінують упевненість і стабільність, - лідери дотримуються традиційних поглядів, не підтримуючи ініціативу працівників, - індивідуальна ініціатива осуджується суспільством: фаталізм, - головна мета життя – досвід, обов'язок і престиж
Маскуліність - фемініність	Японія, Австрія, Венесуела, Італія	<ul style="list-style-type: none"> - люди надають перевагу високій заробітній платі, - працівники полюбляють великі компанії, - мало жінок на виробництві, - істотні відмінності між чоловіками і жінками на однакових посадах, - значна диференціація ґендерних ролей у дитячих книгах 	Данія, Нідерланди, Норвегія, Швеція	<ul style="list-style-type: none"> - працівники надають перевагу короткому робочому дню, - все населення загалом полюбляє невеликі фірми, - більшість жінок на робочих місцях, - малі або незначні відмінності між чоловіками і жінками на однакових посадах, - рівність ґендерних ролей у дитячих книгах

стандарти в економіці, економічні закони, котрі не можна ігнорувати, а також можливості саморозвитку культури, свідомої діяльності суспільства на зміну власної культури. Психокультурні зміни можливі внаслідок як внутрішніх, так і зовнішніх причин, через самобутні соціокультурні процеси або через взаємодію культур. Саме завдяки утвердженню кроскультурних зв'язків частіше відбувається процес запозичення у розвитку культури, який є підґрунтям сучасного економічного прогресу людства [23, с. 326]. Такі форми взаємопроникнення культур, як обмін культурними цінностями, принципами соціальної організації, політичними і правовими нормами життя, стають звичним явищем. Кожна культура відбирає в іншій тільки ті елементи, які сприяють розв'язанню її власних назрілих проблем. Причому, не зважаючи на певний соціальний імунітет, захисні ресурси окремої культури, запозичені феномени органічно переплітаються, привласнюються і долучаються до структури соціуму, не деформуючи його ковітальних першооснов.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

1. Проблема взаємодії людини та економіки на сьогодні є досить актуальною. Усе частіше науковці звертають увагу на психологічні аспекти при вивченні змісту і значення економічних категорій. Перехід суспільства до постіндустріальної стадії свого розвитку посилює утвердження того факту, що головним чинником успішного економічного прогресу все ж таки є людський капітал, зокрема знання, вміння, норми, цінності особистості, які дозволяє отримати освіта, й, відповідно, професіоналізм і зусилля, котрі прикладаються у процесі праці.

2. Для характеристики економічної сфери життєдіяльності слід розмежовувати поняття “економіка як соціо-система” та “економічна культура”. Остання відображає соціальний аспект

першої і є водночас однією із базових категорій економіки як ковітальної соціально-культурної системи – універсальної цілісної матеріально-духовної сфери, у котрій людина реалізує себе як індивід, індивідуальність, особистість та універсум економічної діяльності.

3. Обґрунтування взаємозв'язку культури з виробничими цінностями, виокремлення низки психокультурних параметрів (дистанція влади, уникнення невизначеності, індивідуалізм-колективізм, маскуліність-фемінність) достовірно підтверджують те, що кроскультурні особливості взаємодії людей у діловому просторі життєреалізування не потрібно ігнорувати. При розробці теоретико-методологічних психокультурних основ економічних інноваційних перетворень треба вийти за межі власне економічної інтерпретації. Доповнюючи їх соціологічним, психологічним, історичним і культурологічним підходами, слід враховувати факт зміни, оновлення, а також виокремлення нових цінностей у внутрішньому психодуховному світі кожного індивіда.

4. Розмаїття культур і конкурентних варіантів ідеалів і норм у контексті моралі, права, громадськості та релігії в межах однієї культури, дозволяє людині, народу, нації підібрати потрібний варіант психокультурних пропозицій й у такий спосіб відповісти на виклик сучасності. І це природно, адже сьогодні все вирішує вільна і відповідальна особистість.

1. Андерсон Р., Шихирев П. “Акулы” и “дельфины” (психология и этика российско-американского делового партнерства). – М.: Дело ЛТД, 1994. – 208 с.

2. Буян І. Взаємодія людини та економіки як суспільна проблема // Психологія і суспільство. – 2003. – № 4. – С. 54–61.

3. Буян І. Основні теоретичні підходи до проблеми взаємодії людини та економіки // Психологія і суспільство. – 2004. – № 1. – С. 56–62.

4. Буян І. Складові взаємозалежності і взаємодії людини та економіки // Психологія і суспільство. – 2004. – № 3. – С. 75–81.

5. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / Пер. з англ. А.Олійник, Р.Ткачук. – К.: Основи, 2001. – 856 с.

6. Гуменюк О.Є. Модульно-розвивальна система як об'єкт соціально-психологічного аналізу. Дис. ...канд. психол. наук. – К., 1999. – Київський університет імені Тараса Шевченка: 19.00.05. – 185 с.

7. Гуменюк О.Є. Психологія впливу. – Тернопіль: Економічна думка, 2003. – 304 с.

8. Донченко О. Психологія трансперсональних конструктів // Психологія і суспільство. – 2001. – № 3. – С. 44–104.

9. *Задорожнюк Е.П.* Конференція по економічній психології // *Вопросы психологии*. – 2001. – № 1. – С. 154–157.
- 9а. *Карпенко З.* Етнофункціональні передумови підприємницької діяльності в Прикарпатському регіоні // *Психологія і суспільство*. – 2000. – № 1. – С. 52–59.
10. *Киричук О.В.* Проблеми психології педагогічної взаємодії // *Психологія*. – К.: Освіта. – 1991. – Вип. 37. – С. 3–12.
11. *Кондаков В.М.* Логический словарь-справочник. – 2-е изд. – М.: Наука, 1976. – 720 с.
12. *Майер Дж., Олесневич Д.* Міжнародне середовище бізнесу: Конкуренція та регулювання у глобальній економіці / Пер. з англ. – К.: Либідь, 2002. – 703 с.
13. *Малахов С.В.* Интраэкономическая модель экономического поведения и “иллюзия прибыльности” // *Психологический журнал*. – 1991. – Т. 12, № 4. – С. 50–60.
14. *Малахов С.В.* “Экономический человек” и рациональность экономической деятельности (обзор зарубежных исследований) // *Психологический журнал*. – 1990. – Т. 11, № 6. – С. 38–46.
15. *Мацумото Д.* Психология и культура. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 416 с.
16. *Мочерний С.* Економічна культура // *Економічна енциклопедія: У трьох томах*. – Т.1. – К.: Вид. центр “Академія”, 2000. – С. 422–423.
17. *Погорлецкий А.И.* Экономика зарубежных стран: Учебник. – 2-е изд. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 492 с.
18. *Психология. Учебник для экономических вузов / Под общ. ред. В.Н. Дружинина*. – СПб.: Питер, 2000. – 672 с.

19. *Психология и культура / Под ред. Д. Мацумото*. – СПб.: Питер, 2003. – 718 с.
20. *Пястолов С.М., Задорожнюк И.Е.* Психологический прорыв в экономической теории // *Психологический журнал*. – 2003. – Т. 24, № 4. – С. 29–30.
21. *Сірка А.* Як провадити бізнес з американцями і канадцами: що необхідно знати, щоб мати успіх у світі міжнародного бізнесу. – К.: Кобза, 1994. – 360 с.
22. *Слободчиков В.П., Исаев Е.И.* Антропологический принцип в психологии развития // *Вопросы психологии*. – 1998. – № 6. – С. 3–17.
23. *Философия экономики: Учеб. пособие для высш. учеб. заведений / Отв. ред. С.В. Сняжков*. – К.: Альтерпрес, 2002. – 384 с.
24. *Фурман А.* Концептуально-змістові засади економіки освіти // *Економіка освіти: Збірка наукових праць НДЦ “Економіка вищої освіти” НДІ вищої освіти АПН України*. – Т.1. – Тернопіль: Економічна думка, 2001. – С. 11–19.
25. *Фурман А.В.* Психокультура української ментальності. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 132 с.
26. *Фурман А.* Українська ментальність та її культурно-психологічні координати // *Психологія і суспільство*. – 2001. – № 1. – С. 9–73.
27. *Фурман А., Ревасевич І.* Програма авторського курсу “Психокультура інноваційних соціосистем” // *Психологія і суспільство*. – 2004. – № 4. – С. 221–235.

Надійшла до редакції 30.12.2004.

Шановні читачі!
Не забудьте передплатити наш журнал на 2006 рік

Ф. СП-1		Українське Державне підприємство поштового зв'язку "Укрпошта" Державний комітет зв'язку та інформатизації України									
АБОНЕМЕНТ На газету-журнал		21985 (індекс видання)									
(найменування видання)		Кількість комплектів									
«ПСИХОЛОГІЯ І СУСПІЛЬСТВО»		1									
на 200 <u>6</u> рік по місяцях											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Куди: _____ (поштовий індекс) _____ (адреса)											
Кому: _____ (прізвище, ініціали)											
		ДОСТАВНА КАРТКА-ДОРУЧЕННЯ									
№	місяць	літер									
На газету-журнал		21985 (індекс видання)									
«ПСИХОЛОГІЯ І СУСПІЛЬСТВО»		(найменування видання)									
Вартість	передплата	74 грн. 44 коп.	Кількість комплектів								
	перепредсудачення		1								
на 200 <u>6</u> рік по місяцях											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
поштовий індекс		місто _____									
код вулиці		село _____									
		область _____									
		район _____									
		вулиця _____									
Буд.	копр.	кв.	прізвище, ініціали								