

СТРУКТУРА ЕКОНОМІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ВИЗНАЧЕННЯ ТА РОЗГЛЯДУ

Юрій МОСКАЛЬ

Copyright © 2007

Суспільна проблема. В останнє десятиліття відбувається вітакультурна та соціально-економічна трансформація українського суспільства. У цьому контексті особливої актуальності набули дослідження особистісної економічної ідентичності як самостійної психологічної проблеми. У з'ясуванні цього питання важливо визначити зміст поняття, психологічні механізми формування ідентичності, а також її структуру та взаємозв'язки з іншими видами ідентичності.

Науковці, виокремлюючи економічну ідентичність як особливу складову соціальної ідентичності особистості, відзначають наявність у них деяких спільних рис: моменту усвідомлення своєї приналежності до соціальної групи, оцінку особистого членства, а також перенесення на себе її психологічних ознак. Поряд з цим економічна ідентичність має низку суттєвих відмінностей від інших видів ідентичності, що визначає специфіку її змісту, особливостей прояву і процесу формування. Розгляд цих відмінностей дасть змогу сформулювати напрямки її вивчення та розширити проблемне поле предмету економічної психології як науки.

Мета статті – обґрунтувати економічну ідентичність як окрему складову сфери економічної самосвідомості особистості, у т. ч. виділити сутнісне наповнення економічної ідентичності, визначити її структуру, дослідити взаємозв'язок з іншими видами ідентичності.

Авторська ідея. Економічна ідентичність – психологічна категорія, що відображає результат визначення людиною свого майнового становища в суспільстві. Її механізмом є соціальна категоризація у системі уявлень нею багатства і бідності. Теоретична одиниця аналізу економічної ідентичності особи – еле-

менти її вітакультурного ставлення-відношення до економічного довкілля.

Сучасний стан дослідження проблеми. До останнього часу економічна ідентичність як складова соціальної ідентичності розглядалася поверхнево й лише у контексті останньої. Власне поняття “економічна ідентичність” з'явилося недавно. Важливість цілісного підходу до проблеми вивчення економічної ідентичності та її компонентів, – вважає російський вчений В. Хащенко [12, с. 33], – зумовлена загальним теоретичним контекстом – провідною роллю економічної самосвідомості особи в концептуальній схемі розробки економічної психології людини. Дослідженням даної проблеми на пострадянських теренах займаються Н. Антонова, В. Агеев, О. Дейнека, О. Журавльов, Н. Журавльова, В. Хащенко [3; 4; 8; 10–13]. Із зарубіжних авторів економічну ідентичність вивчають англійські вчені Р. Веблі, Р. Дженкінс, С. Лі, Р. Тарпі, американські дослідники А. Люїс, М. Яромовіч, французькі науковці Т. Дево, Ж. Дешам [15–17]. Дотично цю проблему зачіпали також всесвітньовідомі психологи В. Джемс, Е. Еріксон й Т. Шибутані [2; 14].

Ключові слова: економічна ідентичність, декларована ідентичність, економічна ідентифікація, економічна категоризація, економічний статус, економічне Я, суб'єктивна шкала добробуту, двополярна система “багатство – бідність”.

Тотальна соціокультурна трансформація України за сценарієм глобальної життєвої кризи переживається національним загалом як нездоланна та фатальна психологічна проблема. Складність завдання її конструктивного дослідження вимагає переосмислення методологічних підходів та орієнтацій. Постмодерне

суспільство продукує якісно новий психотип людини на підґрунті цінності самовизначення у владі, грошах, кар'єрі тощо. У цьому зв'язку особливої актуальності набули дослідження особистісної економічної ідентичності як самостійної психологічної проблеми.

На сучасному етапі вивчення проблеми економічна ідентичність розглядається як частина економічного Я особистості – продукту економічної самосвідомості; є економіко-психологічною категорією самовизначення особистості у системі економічних відносин, щонайперше відносин власності, що є “центральними базовими відносинами особи” [2]. Власність – одночасно об'єкт переживань, надій людини й основа формування економічної суб'єктності особистості, – вважають сучасні дослідники [див. 7; 8; 13]. Відносини власності визначають чи люди багаті, чи бідні, вільні, чи соціально залежні, і є важливим регулятором економічної поведінки людини. Вони виконують важливу роль у розумінні суті особистості: у них здійснюється її самореалізація, яка проявляється у діяльності і взаємовідносинах. Ставлення до власності репрезентується у психології людини і в особливостях її економічної ідентифікації.

Усвідомлення людиною свого ставлення до власності – психологічна основа формування її економічної ідентичності як процесу усвідомлення факту володіння власністю і власними можливостями, внутрішньою силою і вольовими рисами. Визначальною ознакою цього процесу є не лише усвідомлення індивідом реального факту володіння об'єктами власності, але і психологічний запит, психологічні межі власності, тобто все те, що відноситься до його економічного Я. Отож ставлення до власності тут постає важливою економіко-психологічною характеристикою самосвідомості.

Особливість процесу формування економічної ідентичності полягає в тому, що вона є результатом соціальної категоризації (ідентифікації і диференціації) у двополярній системі уявлень про економічні категорії “бідні – багаті”. Як показали дослідження російських вчених, такі уявлення, як базовий компонент економічної свідомості особи, утворюють індивідуальну (суб'єктивну) модель економічного добробуту людини, котра характеризується єдністю матеріальних (атрибути), фінансових (межа бідності і багатства) і психологічних (цілі, засоби, причини досягнення, особисті риси) категорій-ознак [див. 10; 11; 12]. Со-

ціально-економічні умови впливають на людину і сприймаються нею неоднозначно, диференційовано, вибірково, оскільки опосередковують, трансформуються наступністю соціально-психологічних і власне психологічних явищ [3; 4]. У цьому випадку економічна ідентичність особи, рівень і структура її найбільш значущих ознак і критеріїв, їх ієрархія визначаються конкретною формою взаємодії зовнішніх соціально-економічних умов довкілля і психологічних чинників [12]. Останнє підкреслює психосоціальну природу формування економічної ідентичності.

Усвідомлення людиною свого майнового статусу і суб'єктивна оцінка величини реальних доходів можливі тільки через співвідношення її об'єктивного економічного стану з внутрішньою системою економічних координат (суб'єктивної шкали добробуту). Ця система є орієнтиром для оцінки власного матеріального становища і визначає персональні стандарти. Встановлення особистістю власного економічного статусу переважно залежить від суб'єктивно опрацьованих психологічних критеріїв.

Соціальні нормативи стандартів життєвого рівня існують в усіх соціально-економічних групах. Ці уявлення виконують важливу роль, адже відображають реальну картину майнової диференціації населення, поляризацію суспільства за майновим станом, а також характеризують соціально-економічні тенденції розвитку соціуму, зокрема економічну ситуацію в країні.

За допомогою механізму оцінного порівняння людина визначає свою приналежність до групи, дає їй назву і приписує ознаки, тобто встановлює власний статус на суб'єктивному континуумі добробуту. Відповідно до цього принципу відбувається категоризація груп, членами яких люди себе усвідомлюють, і тих, яких не вважають своїми. Отже, біполярна оцінка – це спосіб встановлення ступеня отождолення індивіда якостям тих груп, уявлення про які становлять його суб'єктивну модель добробуту. Порівняння себе з групами багатих і бідних людей на основі індивідуальної суб'єктивної шкали за допомогою біполярної оцінки є, за В.А. Хащенком, “провідним механізмом економічної ідентифікації особи” [12, с. 35].

Усвідомлення приналежності до майнової групи зумовлене суб'єктивними уявленнями особистості про диференціальні ознаки і враховує величину їх розбіжності при визначенні багатих і бідних людей. Тому важливою ха-

рактеристикою економічної самосвідомості є ступінь поляризації суб'єктивної моделі економічного добробуту людини. Водночас дво-полярність оцінок багатой і бідної людини зумовлює розмірність суб'єктивної шкали і тісно пов'язана з таким параметром економічної самосвідомості індивіда, як сила економічного Я, в основі якої перебуває самооцінка власної конкурентоздатності. Відтак економічна ідентичність за своєю природою відмінна від інших її видів за особливостями свого спричинення. Ця сентенція вимагає емпіричного обґрунтування, зокрема, відповіді на питання про співвідношення об'єктивних (соціальний контекст) і суб'єктивних (психологічних) чинників економічної ідентифікації особи. Принцип двополярності як механізм економічної категоризації може відігравати роль основи у розробці методичних прийомів вимірювання персоніфікованої економічної ідентичності.

Слід розрізняти поняття економічної ідентичності та економічного статусу особи як економічної категорії, що стосується характеристики матеріального становища людини (визначається рівнем доходу і споживання, матеріального і майнового добробуту, володіння нерухомістю та ін.). Економічна ідентичність найчастіше не співпадає з реальним економічним статусом індивіда. Вона також відмінна від поняття “декларованої ідентичності” як суб'єктивно оцінюваного економічного статусу, що встановлюється емпірично через оцінку індивідом свого матеріального положення. Це зумовлено наступними причинами:

1. Економічна ідентичність припускає усвідомлення своєї тотожності з конкретною соціально-економічною групою власників і ступенем їх диференційованості. Це означає, що суб'єктивний економічний статус є когнітивним компонентом економічної ідентичності.

2. Збіг змісту понять “економічна ідентичність” і “суб'єктивний економічний статус” може привести до не зовсім правомірного тлумачення останнього як економіко-психологічного феномена, котрий містить соціальні уявлення про себе як економічний суб'єкт, переживання своєї приналежності до певної майнової групи та ідентифікацію з нею [4]. У такому тлумаченні суб'єктивний економічний статус особи тотожний не тільки поняттю економічна ідентичність, а й феномену економічного Я особи, проте останнє містить як уявлення

про свою майнову приналежність, так і уявлення індивіда про власну унікальність, тобто особисту ідентичність.

3. Економічна ідентичність спирається не лише на оцінку людиною свого реального добробуту, але багато в чому і на його рівень, якому віддається (очікувана) перевага відповідно до економічних домагань особи.

Ще століття тому дослідники встановили, що стандарти життя, на які зорієнтована людина, спричинені не установками тих груп, членом яких вона реально є, а тих, до яких вона себе відносить. Саме тому економічна ідентичність і визначає ступінь задоволення особи своїм реальним матеріальним положенням. Ототожнення із певною соціально-економічною групою – це своєрідна точка відліку системи суб'єктивних майнових критеріїв. Саме так відбувається оцінка індивідом свого добробуту. Задоволення матеріальним добробутом стає індикатором афектного компоненту економічної ідентичності поряд із іншими переживаннями, викликаними приналежністю до певної групи. Оцінка матеріального добробуту і задоволеність ним часто не співпадають, а поряд співіснують у свідомості суб'єкта. Економічна ідентичність зумовлює не тільки усвідомлення своєї тотожності з групою, а й впливає на її оцінку, значущість членства. Тоді як модальність суб'єктивного ставлення-відношення залежить від ступеня задоволеності насущних матеріальних, соціальних і духовних потреб особи та її соціального статусу в суспільстві.

Особливістю економічної ідентичності є її економічна спрямованість, тобто зорієнтування на перспективу. Це передовсім пов'язано з економічними очікуваннями і домаганнями особистості. Звісно, що у процесі зростання накопичень або матеріальних цінностей змінюються уявлення про їх суб'єктивну значущість. Це приводить не лише до переоцінки майнового статусу, а й до відповідних змін у соціальних стандартах поведінки. Багата людина може поводитися підкреслено скромно, а іноді, навпаки, демонструвати свою приналежність до економічної еліти. Крім того, особисті уявлення про власний ідеальний добробут у структурі засадничих життєвих орієнтацій людини визначає як рівень особистого матеріального добробуту, так і його роль як вітакультурних цінностей суспільного утвердження. У цьому випадку економічна ідентичність не має постійної, незмінної

віднесеності до конкретної групи, приміром як етнічна ідентичність. Іншими словами, економічна ідентичність індивіда – результат процесу активного вибору особистістю свого членства у певній соціальній групі. Вона – частина економічного Я особи, що репрезентує індивідуальну позицію у системі економічних відносин з суспільством, іншими людьми, а тому підлягає зміні упродовж життя.

Економічна ідентичність тісно пов'язана з ментальними традиціями. Вона ґрунтується на вітакультурних уявленнях народу про багатство і бідність, закріплених у буденній свідомості й, природно, безпосередньо пов'язана із проявами відчуття соціальної справедливості. На даному етапі розвитку суспільства кризові зміни зачепили ціннісно-світоглядний рівень таких відносин. При їх трансформації відзначається тенденція переважання економічної вартостей над усіма іншими [див. 5].

Економіко-психологічним феноменом економічної ідентичності є те, що вона може діяти як регулятор соціальної поведінки особи, міжособистих і міжгрупових відносин. Як показали дослідження російських вчених [11; 12], існує взаємозв'язок між економічною ідентичністю особи і специфікою сприйняття й оцінки нею найближчого соціального довілля, модальністю відношення до груп вищого або нижчого економічного статусу і в цілому з особливостями соціального пізнання (причин майнової диференціації суспільства). Люди не тільки виражають свої особистісні і соціальні риси за допомогою володіння матеріальними благами, вони також роблять висновки про ідентичність інших людей на основі їх власності.

Аналіз літератури показав, що на даний час відсутня загальна програма дослідження економічної ідентичності, яка містила б уявлення про неї як структуру, що містить певну цілісність ключових компонентів. Немає також конкретних методичних прийомів її діагностики. Дослідник В. Хашченко запропонував базову теоретичну модель для вивчення структури економічної ідентичності та її основних елементів. З метою емпіричного обґрунтування основних теоретичних уявлень про феномен економічної ідентичності дослідник провів спеціальну розвідку суб'єктивних детермінант економічної ідентичності особи [див. 11].

У структурі економічної ідентичності здебільшого науковці теоретично виділяють три базові компоненти (когнітивний, афектний,

поведінковий), які диференціюються на дрібніші економіко-психологічні феномени. Українська вчена О. Гуменюк виокремлює ще й четвертий компонент – духовно-універсумний [див. 1]. Усі компоненти економічної ідентичності інтегруються в рамках системи економічної самосвідомості особи, сформованих психологічним відношенням “людина – економічне довілля”. Водночас теоретичними одиницями аналізу структури економічної ідентичності є усвідомлювані елементи психологічного ставлення особистості до економічного середовища: когнітивні (соціальні уявлення, знання, рефлексія); конативні (мотиваційно-потребові стани свідомості – готовність, наміри, переваги, інтереси); емотивні (переживання, оцінювання, відчуття). Отож усвідомлення себе суб'єктом економічних відносин, зокрема, відносин власності, за допомогою формування економічної самоідентичності особи – однозначно центральний компонент економічної свідомості особистості.

ВИСНОВКИ

1. Економічна ідентичність – це: а) системна складова економічного Я особистості, б) психологічна категорія, що відображає результат визначення індивідом свого становища у системі відносин власності. Економічна ідентифікація – передумова соціальної поведінки людини, підґрунтя формування її особистісної ідентичності в контексті соціально-економічної саморепрезентації як економічного суб'єкта.

2. Головним механізмом формування економічної ідентичності особистості є соціальна категоризація у двополярній системі її уявлень. Поряд з економічною категоризацією психологічними механізмами становлення економічної ідентичності слугують процеси соціально-економічної адаптації та економічної соціалізації.

3. Економічна ідентичність індивіда допускає активний вибір індивідом свого членства у певній соціальній групі. Вона регулює економічну поведінку особистості, міжособові і міжгрупові відносини, є чинником матеріальної, соціальної, вітакультурної і соціально-психологічної стабільності особи.

4. Теоретичною одиницею аналізу економічної ідентичності особистості є усвідомлювані елементи її психологічного ставлення-відношення до економічного довілля. Компоненти економічної ідентичності – це завжди результат

типу взаємодії реально існуючих соціально-психологічних та економічних змінних.

5. Визначення економіко-психологічного статусу особистості зумовлене оцінкою об'єктивного матеріального положення, ступенем задоволення основних потреб, ставленням до себе як економічного суб'єкта, оцінкою якості життя. Структура соціально-психологічного спричинення економічної ідентичності містить задоволення базових соціальних потреб, суб'єктивну шкалу добробуту, самооцінку ділового потенціалу, задоволення діловою та особистою самореалізацією та економічним добробутом.

1. *Гуменюк О.* Психологія Я-концепції: Навчальний посібник. — Тернопіль: Економічна думка, 2004. — 310 с.

2. *Джемс У.* Психологія. — М.: Педагогіка, 1991. — 367 с.

3. *Журавлев А.Л.* Взаимодействие социально-психологических и социально-психологических феноменов в изменяющемся обществе // Социальная психология экономического поведения. — М.: Наука, 1999. — С. 8–27.

4. *Журавлев А.Л., Журавлева Н.А.* Влияние субъективного экономического статуса на экономическое сознание личности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. — М.: ИП РАН, 1998. — С. 221–245.

5. *Москаль Ю.* Вітакультурне обґрунтування сучасної цивілізаційної ідентичності // Інститут експериментальних систем освіти: Інформаційний бюлетень. — Випуск 4. — Тернопіль: Економічна думка, 2004. — С. 27–28.

6. *Москаль Ю.* Ідентифікація та ідентичність у суспільному

форматі теоретичного аналізу // Психологія і суспільство. — 2005. — №3. — С. 97–108.

7. *Позняков В.П.* Психологические отношения субъектов экономической деятельности. — М.: ИП РАН, 2000.

8. Социальная психология экономического поведения. — М.: Наука, 1999.

9. *Фурман А.* Идея професійного методологування. — К., 2007. — 160 с. (у друці).

10. *Хащенко В.А., Шибанова Е.С.* Представления о богатом и бедном человеке в различных социально-экономических группах // Современная психология: состояние и перспективы исследования. — М.: ИП РАН, 2002. — Ч. 2. — С. 332–346.

11. *Хащенко В.А.* Социально-психологический подход к анализу экономического самосознания личности // Ежегодник рос. психол. общества. Материалы III Всерос. съезда психологов. — 25–28 июня 2003 г. — СПб., 2003. — Т. 8. — С. 164–168.

12. *Хащенко В.А.* Экономическая идентичность личности: психологические детерминанты формирования // Экономическая психология. — 2004. — Т. 25, №5. — С. 32–49.

13. Проблемы экономической психологии / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. — М.: ИП РАН, 2004. — Т. 1.

14. *Эрикссон Э.* Идентичность: юность и кризис. — М.: Прогресс, 1996. — 349 с.

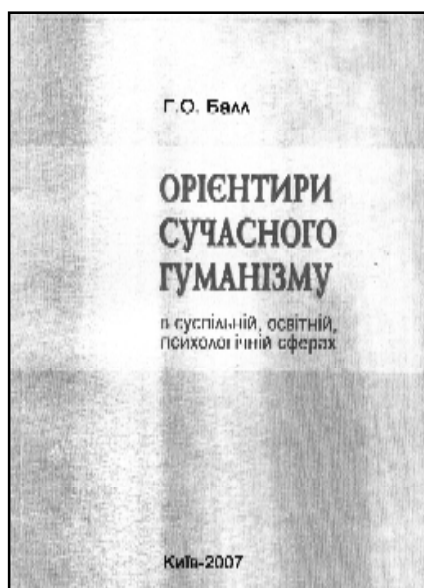
15. *Deschamps J.C., Devos T.* Regarding the relationship between social identity and personal identity // Social identity: International perspective / Eds. Worchel S., Morales J., Paez D., Deschamps J. — N.Y.: Sage Publ., 1998. — P. 1–12.

16. *Jaromowic M.* Self-We-Others schemata and social identifications // Social identity: International perspective. — N.Y.: Sage Publ., 1998. — P. 1–12.

17. *Lea S., Tarpy R., Webley P.* The individual in the economy. — Cambridge: Cambridge University Press, 1987. — P. 627.

Надійшла до редакції 27.04.2007.

КНИЖКОВА ПОЛИЦЯ



Балл Г.О.

Орієнтири сучасного гуманізму (в суспільній, освітній, психологічній сферах). — К. — Рівне: Видавель Олег Зень, 2007. — 172 с.

У книжці аналізується сутність і характеризуються принципи сучасного гуманізму, обґрунтовуються психолого-педагогічні засади гуманізації загальної та професійної освіти, розкривається зміст свободи й надійності як особистісних орієнтирів, викладаються основи раціогуманістичного підходу у психологічній науці й базованій на ній практиці.

Книга адресується педагогам, психологам, іншим фахівцям гуманітарної сфери, студентам, які навчаються за відповідними спеціальностями, і всім, хто цікавиться гуманізацією освіти та суспільного життя загалом.