Міністерство освіти та науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка

ЛАЗАРЕНКО ОЛЬГА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК 159.[316.613.4:316.344.2]-057.87(043.3)

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УЧНІВ РАННЬОГО ЮНАЦЬКОГО ВІКУ

19.00.07 – педагогічна та вікова психологія

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата психологічних наук

Київ – 2015

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Східноєвропейському національному університеті імені Лесі Українки Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор психологічних наук, професор
Гошовський Ярослав Олександрович,
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки,
завідувач кафедри педагогічної та вікової психології.

Офіційні опоненти: доктор психологічних наук, професор
Щербан Тетяна Дмитрівна,
Мукачівський державний університет,
ректор;

кандидат психологічних наук, доцент
Токарева Наталя Миколаївна,
Криворізький національний університет,
завідувач кафедри загальної та вікової психології.

Захист відбудеться 19 травня 2015 року о 12.30 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.133.04 у Київському університеті імені Бориса Грінченка за адресою: 04053, м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Київського університету імені Бориса Грінченка за адресою: 04212, м. Київ, вул. Маршала Тимошенка, 13-б.

Автореферат розіслано «16» квітня 2015 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради Л. І. Подшивайлова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. У сучасних наукових дослідженнях, пов'язаних із соціально-економічними змінами, що відбуваються в суспільстві, актуалізуються проблеми підвищення фахового рівня спеціалістів різних професій. У період ранньої юності закладається практична основа для зростання особистісної готовності людини, яка здатна працювати в умовах ринково-економічної нестабільності. Соціально-психологічна значущість проблеми становлення економічної ідентичності зумовлена освітніми, політичними, морально-етичними трансформаціями. На цих питаннях зосереджують увагу вітчизняні та зарубіжні психологи. Економічну ідентичність вони розглядають як структурну складову економічної соціалізації, а також соціальної ідентичності. Незважаючи на вагомі наукові здобутки в дослідженні економічної ідентичності, її сутність та психологічні особливості становлення потребують детальнішого теоретико-методологічного виокремлення.

В ранньому юнацькому віці, на думку сучасних дослідників, економічна ідентичність розглядається як соціально-психологічний конструкт адаптації учнів до нових правил поведінки, що діють в близькому для них середовищі. Суть такої адаптації полягає в здатності учнів створювати образ «Я» економічної людини, економічно ототожнюючи свою поведінку з поведінкою авторитетної для них особистості.

Аналіз багатьох психологічних праць показав, що в становленні особистості в підлітковому та юнацькому віці саме емоції є рушійною силою в розвитку та формуванні ідентичності. Це дозволяє трактувати емоційність як спосіб посилити й створити економічну ідентичність, бути її структурним компонентом в процесі соціалізації. Економічна соціалізація вивчається в контексті відносин власності (У. Джемс, Ф. Хаєк, О. Дейнека та ін.), сутності, агентів та інститутів економічної соціалізації (Н. Побірченко, Н. Радіна). Дослідники визначають такі напрямки вивчення економічної соціалізації, як економічна ідентичність (Н. Дробишева, В. Хащенко), соціально-психологічні складові економічної компетентності (А. Сухорукова), психологічні механізми економічної адаптованості (В. Москаленко), економічна (А. Журавльов) й економіко-психологічна зрілість (Н. Дробишева).

У зв'язку з динамікою становлення економічної ідентичності емоційна сфера в ранньому юнацькому віці може включати емоційне вигорання, яке також здатне впливати на все життя людини, змінюючи не тільки емоції та когнітивні конструкти, а й фізичне здоров'я та поведінку. Необхідність вивчати негативні переживання у становленні економічної ідентичності в ранньому юнацькому віці зумовлена практичними запитами суспільства, особливостями його функціонування й потребами окремих соціальних інститутів. Вчені розглядають емоційне вигорання в ракурсі перебування в емоційно напружених ситуаціях взаємодії як стан виснаження чи хронічної втоми (К. Маслач, В. Орел, М. Скугаревська, Х. Фреденбергер); емоційне виснаження та деперсоналізацію (М. Лейтер, В. Шафуелі); систему з емоційного виснаження, деперсоналізації та редукції власних особистісних досягнень (В. Бойко, Л. Карамушка). Негативні

емоції (страх, сором, гнів) в ранньому юнацькому віці здатні змінювати ставлення до власного матеріально-економічного статусу, впливаючи на поведінку.

Отже, актуальність вивчення психологічних особливостей економічної ідентичності школярів раннього юнацького віку мотивована як потребою в теоретичній розробці даної проблеми, так і практичними завданнями: створенням адекватних методик для діагностики економічної ідентичності, зокрема визначення її структури, практичними рекомендаціями з формування економіко-психологічної зрілості та створенням психопрофілактичних програм із запобігання комплексу негативних емоційних переживань, емоційного вигорання в учнів раннього юнацького віку. Високий рівень соціально-психологічної значущості, недостатнє емпіричне вивчення проблеми становлення економічної ідентичності зумовили вибір теми дисертаційної роботи **«Психологічні особливості становлення економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку».**

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконано відповідно до плану науково-дослідної роботи кафедри педагогічної та вікової психології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки в межах науково-дослідної теми «Вікові та педагогічні виміри психогенези особистості: норма і девіація». Тему дисертації затверджено на засіданні вченої ради Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 5 від 30 грудня 2010 р.) та узгоджено в бюро Міжвідомчої ради з координації наукових досліджень з педагогічних і психологічних наук в Україні (протокол № 3 від 26 березня 2013 р.).

Мета дослідження полягає в теоретичному з'ясуванні та емпіричному дослідженні особливостей становлення економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку; обґрунтуванні та експериментальній перевірці програми тренінгу розвитку економічної ідентичності.

Відповідно до поставленої мети було визначено такі **завдання дослідження**:

1. Теоретично проаналізувати психологічну сутність економічної ідентичності учнів раннього юнацького віку в зарубіжній та вітчизняній науці.
2. Емпірично дослідити психологічні особливості становлення економічної ідентичності учнів раннього юнацького віку.
3. Здійснити порівняльний аналіз відмінностей становлення економічної ідентичності учнів, які проживають у міській та сільській місцевості;
4. Розробити та апробувати програму соціально-психологічного тренінгу розвитку економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку.

Об'єкт дослідження – економічна ідентичність особистості.

Предмет дослідження – психологічні особливості становлення економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку.

Теоретико-методологічна основа дослідження: наукові розробки з проблеми становлення економічної ідентичності учнів та їх соціалізації в новому для них середовищі (У. Джемс, О. Дейнека, Н. Дробишева, А. Журавльов, В. Москаленко, Н. Побірченко, С. Степанов, Ф. Хаєк, В. Хащенко, Т. Щербан); екзистенційний підхід до вивчення ідентичності Е. Еріксона, трактування поняття ідентичності Х. Когута, Дж. Марсіа, Л. Шнейдер, В. Ядова, теоретичні положення Я-концепції

У. Джемса та Р. Бернса; філософські засади вивчення ідентичності Д. Локка и Д. Юма; феноменологічні й гуманістичні засади Дж. Брунера, К. Роджерса; суб'єктний підхід до вивчення свідомості К. Альбуханової, Б. Ананьєва, Т. Титаренка, результати психологічних досліджень особливостей розвитку людини в період ранньої юності (Л. Виготський, О. Мерзлякова, О. Сергєєнкова, Н. Токарева, Дж. Холл); дослідження емоційної сфери особистості (Е. Аронсон, В. Бойко, Л. Виготський, Я. Гошовський, С. Джексон, Б. Додонов, К. Ізард, К. Маслач, В. Орел, А. Пінес, Р. Плачик).

Для вирішення завдань та досягнення поставленої мети використано такі **методи** дослідження: *теоретичні* (аналіз, синтез, абстрагування, систематизація, узагальнення для визначення поняття сутності економічної ідентичності та вивчення теоретико-методологічних основ проблеми дослідження, порівняння для здійснення порівняльного аналізу відмінностей становлення економічної ідентичності учнів, які проживають у сільській та міській місцевості); *емпіричні* (експеримент, аналіз біографічних даних, тестування, опитування для емпіричного вивчення психологічних особливостей економічної ідентичності й вимірювання ефективності апробації програми «Соціально-психологічного тренінгу розвитку економічної ідентичності»), *статистичної обробки даних* (факторний аналіз, кореляційний аналіз за Пірсоном та кореляційний аналіз за Спірменом для виявлення зв'язків між показниками економічної ідентичності, загальної самоідентичності, ціннісних орієнтацій, емоцій та переживань, U-критерій Манна–Уітні для виявлення розбіжностей в рівні прояву ознак, t-критерій Ст'юдента, тест Шапіро–Уілко для оцінки достовірності зміни значень у формувальному експерименті, кластерний аналіз для створення анкети «Економічна ідентичність»). Статистична обробка даних здійснювалася за допомогою комп'ютерної програми Statistica 6.0, а також програмного середовища для статистичного аналізу R (версія 2.15.2).

Експериментальна база дослідження. Дослідження проводилось на базі Волинського державного училища культури і мистецтв імені І. Ф. Стравінського, Луцького педагогічного коледжу та Старовижівського професійного ліцею впродовж 2010–2012 рр. з учнями 1-го та 2-го років навчання. Гетерогенну *вибірку* склали: на *пілотажному* етапі експерименту 378 осіб віком від 15 до 19 років; на *констатувальному* етапі 206 осіб – учні Волинського державного училища культури і мистецтв імені І. Ф. Стравінського та Луцького педагогічного коледжу (n = 116), Старовижівського професійного ліцею (n = 90); на *формувальному* етапі 60 осіб експериментальна група (n = 30) та контрольна група (n = 30) учнів віком від 15 до 19 років.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що: *вперше* визначено сутність економічної ідентичності, пов'язану з розвитком людини раннього юнацького віку, що є системою когнітивного, емоційного, ціннісно-мотиваційного та поведінкового компонентів; досліджено психологічні особливості становлення економічної ідентичності за місцем проживання та найближчим оточенням учнів раннього юнацького віку, які полягають у розвитку компонентів економічної ідентичності; охарактеризовано зміст емоційного компоненту як провідного у

становленні економічної ідентичності за сукупністю індивідуальних виявів почуттів, емоцій, переживань; виділено критерії розвитку економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку; напрямки становлення економічної ідентичності в ранньому юнацькому віці; *удосконалено* діагностичний інструментарій з виявлення психологічних особливостей становлення економічної ідентичності; засоби використання емоційності учнів раннього юнацького віку у становленні їх економічної ідентичності; *уточнено* поняття становлення економічної ідентичності в ранньому юнацькому віці; значення емоційного компоненту для становлення економічної ідентичності; *подальшого розвитку* набуло поняття економічної ідентичності як соціально-психологічної здатності особистості до створення образу «Я»-економічного; визначення факторів зовнішнього впливу на емоційну сферу особистості, безпосередньо пов'язану зі становленням економічної ідентичності.

Практичне значення дослідження полягає в розробці та удосконаленні діагностичного інструментарію для вивчення економічної ідентичності учнів раннього юнацького віку: розроблено авторську анкету-опитувальник для діагностики економічної ідентичності, адаптовано для учнів раннього юнацького віку методику на визначення емоційного вигорання (В. Бойка). Розроблено та впроваджено програму «Соціально-психологічний тренінг розвитку економічної ідентичності», яка спрямована на подолання негативних емоційних переживань учнів та конструювання економічної ідентичності. Розроблено методичні рекомендації з розвитку економічної ідентичності для фахівців освіти. Результати дослідження можуть бути використані під час вивчення навчальних дисциплін «Вікова та педагогічна психологія», «Економічна психологія», «Соціальна психологія» тощо; в підготовці й підвищенні кваліфікації педагогів та психологів у вищих навчальних закладах.

Впровадження результатів дослідження. Результати дисертаційного дослідження впроваджено в освітню діяльність Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (довідка № 03-31/01/2818 від 11.09.2014 р.), Волинського державного училища культури і мистецтв імені І. Ф. Стравінського (довідка № 62/1-11 від 03.02.2014 р.), Луцького педагогічного коледжу (довідка № 558 від 07.11.2013 р.), Старовижівського професійного ліцею (довідка № 277 від 23.09.2013 р.).

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дисертаційної роботи було апробовано на *міжнародних* науково-практичних конференціях: «Здоров'я, освіта, наука та самореалізація молоді» (Луцьк, 2010), «Молода наука на Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (Луцьк, 2011), «Актуальні проблеми педагогіки та психології» (Львів, 2011), «Генеза буття особистості» (Київ, 2011), «Психолого-педагогічні основи інклюзивної освіти: проблеми, здобутки, перспективи» (Луцьк, 2011), «Соціалізація особистості в умовах системних змін: теоретичні та прикладні аспекти» (Київ, 2012), «Молода наука на Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (Луцьк, 2012), «Applied Sciences in Europe: tendencies of contemporary development» (Stuttgart, Germany, 2013); *всеукраїнських науково-практичних конференціях*: «Звільнення від

залежностей або «Школа успішного вибору» (Луцьк, 2012); «Актуальні проблеми сучасної психології» (Луцьк, 2011); *науково-практичних семінарах з міжнародною участю:* «Феноменологія депривації: психолого-педагогічний і теоретико-прикладний дискурс» (Луцьк, 2011, 2012, 2013, 2014).

Публікації. Основні положення і результати дисертаційного дослідження відображено в 14 одноосібних наукових публікаціях, з яких 6 – у наукових фахових виданнях України у галузі психології, 1 – у періодичному науковому фаховому виданні іноземної держави.

Структура й обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, додатків, списку використаних джерел (178 найменувань, із них 23 – іноземною мовою). Загальний обсяг дисертації становить 274 сторінки. Основний зміст дисертації викладено на 174 сторінках. Робота містить 9 таблиць, 5 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми дисертаційної роботи; визначено мету, завдання, об’єкт, предмет, теоретико-методологічні основи дослідження; вказано методи й експериментальну базу дослідження; розкрито наукову новизну і практичне значення роботи; подано відомості про апробацію і впровадження дослідницьких результатів у практику; подано інформацію про публікації, структуру та обсяг роботи.

У першому розділі **«Теоретичний аналіз дослідження психологічних особливостей становлення економічної ідентичності учнів в науковій літературі»** – висвітлено передумови дослідження означеної проблеми, здійснено її теоретико-методологічний аналіз в роботах вітчизняних та зарубіжних науковців; розглянуто теоретичні позиції вивчення економічної ідентичності; визначено психологічні особливості економічної ідентичності на фоні вікового періоду ранньої юності; окреслено структуру економічної ідентичності; встановлено зв’язок її становлення від особливостей емоційної сфери учнів раннього юнацького віку.

Реалізація аналізу методологічних та концептуально-теоретичних позицій вивчення зазначеної проблеми стосувалася розгляду економічної ідентичності в двох ракурсах: економічної соціалізації та особистісної ідентичності.

В історико-методологічному екскурсі розгляду цієї проблеми окреслено становлення ідентичності в ранньому юнацькому віці як організації життєвого досвіду в індивідуальне Я, «Его-структуру» (Дж. Марсіа, Дж. Мід, С. Московічі, К. Роджерс, З. Фрейд, К. Юнг), так і відповідність внутрішнього образу Я зовнішнім проявам, прагненням пристосувати внутрішній світ до зовнішніх умов (Ф. Василюк, Л. Виготський, І. Кон, Г. Костюк, С. Максименко). Визначення феномену ідентичності як внутрішньої безперервності, самототожності особистості та найважливішої характеристики її цілісності та зрілості у психологічних дослідженнях дозволяє стверджувати, що переважно ідентичність розуміється як соціально-психологічний процес, у якому важливого значення набувають суб’єктивні механізми психічної активності людини (Л. Шнейдер).

У науково-методологічному психологічному доробку потреба в самоідентичності постає як важлива потреба віку ранньої юності. Адже ідентичність дозволяє впевнено робити життєвий вибір, брати на себе відповідальність, швидше пристосовуватися до нових обставин й умов (М. Боришевський, Е. Еріксон, О. Кононко, Г. Костюк, А. Проскура).

Економічна ідентичність розглядається як частина соціальної ідентичності особистості (В. Москаленко, В. Хащенко, В. Ядов) чи як самостійний конструкт Я-концепції (Н. Кульбіда, М. Руднєв).

Запропонований теоретичний аналіз проблеми стосувався визначення економічної ідентичності та її структури, де виділено такі компоненти, як когнітивний, емоційний, поведінковий та ціннісно-мотиваційний. Економічна ідентичність визначена як утворення середнього рівня Я-концепції, де економічну Я-концепцію віднесено до неспецифічних ідентичностей (Н. Кульбіда); в контексті економічної соціалізації, тобто як компонент соціальної ідентичності особистості (І. Білоконь, В. Москаленко, В. Хащенко). Економічна соціалізація проявляється як форма економічних ціннісних репрезентацій і визначається конфігурацією їх когнітивного, афективного і конативного компонентів (В. Москаленко).

З огляду на те, що емоційна сфера є важливою для становлення економічної ідентичності особистості, детально розглянуто основі теорії емоцій та емоційної сфери особистості в об'єктивній психології В. Бехтєрєва, системному підході Б. Ломова, теорії диференціальних емоцій К. Ізарда, диференціально-психологічній концепції структури емоційної сфери людини Є. Ільїна, інформаційній теорії емоцій П. Симонова, психоаналітичному підході до вивчення емоцій Ж. Лапланша, Ж.-Б. Понталиса й Ч. Тойча, а також соціально зумовленому погляді на природу емоцій М. Аргайла. Емоції розглядаються вченими в різних контекстах: мотивації, цінностей, діяльності, процесів пізнання, умови виникнення емоцій, функції, класифікації, динаміки, фізіологічних механізмів виникнення тощо (В. Вілюнас, Т. Вісковатова, Б. Додонов, Г. Костюк, О. Леонтьєв, В. Мясищев, Р. Плачик, С. Рубінштейн, О. Саннікова, О. Чебикін).

З огляду на опрацьований матеріал, психологічну структуру економічної ідентичності (яка має системоутворюючий зв'язок із економічною свідомістю) визначено так: когнітивний компонент (економічні знання про себе та інших), ціннісно-мотиваційний компонент (економічні цінності та потреби, мотиви), емоційний компонент (емоції, почуття, пов'язані з процесом економічної ідентифікації та переживанням свого суб'єктивного економічного статусу, економічною поведінкою), поведінковий компонент (економічна поведінка, економічні дії, економічні репрезентації). Становлення економічної ідентичності розглянуто як набуття ознак цілісної динамічної системи, сам процес створення балансу між її компонентами.

У другому розділі **«Емпіричне дослідження психологічних особливостей становлення економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку»** викладено концептуальні, методичні, організаційні етапи емпіричного дослідження, аналіз результатів експериментального вивчення психологічних особливостей економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку: розробка та

психометрична перевірка анкети «Економічна ідентичність», результати дослідження економічної ідентичності з інтегрованим емоційним компонентом (кореляційний і факторний аналіз), аналіз впливу географічного фактору місця проживання на психологічні особливості економічної ідентичності.

Організація експериментального дослідження психологічних особливостей становлення економічної ідентичності включала три етапи (пілотажний, констатувальний, формувальний) протягом 2010–2013 років. Емпіричне дослідження було побудовано на визначенні компонентів економічної ідентичності, що детермінують економічну поведінку, особливості їх розвитку та взаємовплив на учнів із різних місць проживання, провідні складові психоемоційної сфери у становленні економічної ідентичності, що визначають її динамічний розвиток та сприяють успішній економічній і соціальній самореалізації.

Проведення дослідження зазначеної проблеми відповідало логіці поставлених завдань та здійснювалося з урахуванням вимог щодо організації і планування психологічного дослідження. На підготовчому етапі проведено пілотажне дослідження, здійснено вибір інструментарію та обґрунтування необхідних методик. На етапі емпіричного констатувального дослідження застосовано комплекс психодіагностичних методик: «Методика діагностики рівня емоційного вигорання» (В. Бойка), адаптований для старшокласників варіант, методика «Ціннісні орієнтації особистості» (М. Рокича), методика «Яким переживанням я надаю перевагу» (Б. І. Додонова), «Методика диференційних емоцій» (К. Ізарда), методика на визначення ставлення до себе «Шкала самоповаги» (М. Розенберга), зовнішньогрупова референтометрія, тест вивчення ідентичності особистості «Хто я?» (М. Куна, Т. Макпартленда), авторська анкета-опитувальник «Економічна ідентичність» (О. Лазаренко), затверджена на засіданні кафедри педагогічної та вікової психології Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 9 від 04.03.2011 р.). На етапі констатувального дослідження було здійснено математико-статистичний аналіз і змістовну інтерпретацію отриманих результатів.

В учнів раннього юнацького віку було виявлено такі показники економічної ідентичності: на рівні когнітивного компоненту – суб'єктивна економічна самооцінка, економічні оцінки процесу ідентифікації (порівняння «себе з іншими», «доходу сім'ї», «суми кишенькових грошей», «власного заробітку»), відповідність суб'єктивної економічної самооцінки до реального статусу; емоційного компоненту (задоволення власним економічним статусом, акізитивні емоції); ціннісно-мотиваційного компоненту (економічні потреби, цінність матеріально забезпеченого життя, бажання подальшого поліпшення матеріального статусу, пов'язування покращення матеріального статусу з подальшим навчанням, бажання економічної сепарації від батьків); поведінкового компоненту (приховування – демонстрація власного економічного статусу, зберігання – витрачання коштів, досвід самостійного заробітку).

Суб'єктивна економічна самооцінка більшості сільських (82,22 %), і міських учнів (91,38 %) констатована на достатньому рівні. Проте існує очевидна невідповідність між суб'єктивною економічною самооцінкою та реальним

економічним статусом (який оцінювався із аналізу біографічних даних про доходи респондентів). Виявлено, що в сільських і в міських учнів раннього юнацького віку економічна самооцінка не відповідає реальному економічному статусу (83 % і 81 % відповідно). Детальний аналіз співвідношення суб'єктивної економічної самооцінки та об'єктивного матеріального статусу засвідчує тенденцію підвищення свого суб'єктивного економічного статусу порівняно з реальним, що свідчить про потребу в досягненні такого статусу, а також можливі негативні емоційні переживання при фрустрації такої потреби. Відповідність та невідповідність суб'єктивної економічної самооцінки визначають розбіжності у диференційних емоціях учнів раннього юнацького віку. В респондентів з невідповідністю суб'єктивної економічної самооцінки, високий рівень позитивних емоцій радості (76 %) та інтересу (41 %), що може бути пов'язано з мотивацією бути приналежним до групи вищого економічного статусу так, ніби цього статусу уже досягнуто. Студенти, які оцінюють свій економічний статус об'єктивно, в становленні економічної ідентичності в ранньому юнацькому віці переживають менше сорому й провини (при порівнянні себе з іншими), менше відрази, а також і менше радості й інтересу – емоцій, необхідних для мотивації й досягнення вищого економічного статусу.

Загальний показник економічної ідентичності (за даними анкети «Економічна ідентичність») визначено через суму балів по шкалі. Чим вищий бал, тим більш розвиненою є економічна ідентичність (суб'єктивна оцінка свого економічного статусу вища, продуктивніша економічна поведінка, більше задоволення власним економічним статусом, більш виражені економічні цінності та мотивація тощо).

У результаті кореляційного аналізу виявлено, що переважна більшість коефіцієнтів кореляції є статистично значимими на рівні, $p < 0.01 – p < 0.001$, та коливаються від -0,78 до 0,79, що свідчить про наявність зв'язків між більшістю змінних (17 показників: економічна ідентичність, радість, презирство, страх, сором, самоповага, переживання психотравмуючих обставин, переживання економії емоцій, деперсоналізація, професійна перспектива, валентність ідентичності, диференціація ідентичності, цінність «матеріальна забезпеченість», референтність «дорослий знайомий», референтність «знайома дівчина, хлопець», акізитивні емоції, емоції самоствердження). Ці показники залишено після очищення масиву даних від неінформативних. Особливу цікавість представляють зв'язки між показниками за шкалою «Економічна ідентичність» (О. Лазаренко) та показниками за іншими психодіагностичними методиками.

Внаслідок емпіричного вивчення психологічних особливостей становлення економічної ідентичності особистості на юнацькому етапі онтогенезу завдяки факторному аналізу виокремилося два домінуючі фактори, на які припало найбільше семантичне навантаження та в яких зосередилися найістотніші показники – своєрідні індикатори економічної ідентичності досліджуваних. Отримані результати було піддано детальному факторному аналізу з метою підтвердження інтегрованості економічної ідентичності з емоційним компонентом та відповідними індивідуально-психологічними характеристиками.

До першого фактора, умовно названого як *«дифузна економічна ідентичність»*, увійшло п'ятнадцять показників, і в цілому він відповідає тим висновкам, які було зроблено за результатами кореляційного аналізу. Усі показники, крім рівня диференційованості та позитивної валентності самоідентифікацій (за методикою М. Куна), визначаються даним фактором. Коефіцієнти кореляційних зв'язків кожного з показників із даним фактором коливаються від -0,71 до 0,81, вони є сильними та статистично значимими (табл. 1).

Таблиця 1

Узагальнені результати факторного аналізу показників економічної та загальної ідентичності (*n* = 206)

Показник	F_1 дифузна економічна ідентичність	F_2 загальна валентна ідентичність
Економічна ідентичність	**-0,712**	0,302
Радість	**-0,502**	0,326
Презирство	0,474	-0,175
Страх	**0,674**	0,178
Сором	**0,733**	0,183
Самоповага	-0,484	0,318
Переживання психотравмуючих обставин	**0,708**	-0,145
Переживання економії емоцій	**0,713**	-0,125
Деперсоналізація	**0,641**	-0,172
Професійна перспектива	**-0,588**	0,246
Валентність ідентичності	-0,019	**0,987**
Диференціація ідентичності	-0,042	**0,975**
Цінність «матеріальна забезпеченість»	**0,571**	-0,295
Референтність «дорослий знайомий»	**0,743**	0,152
Референтність «знайома дівчина, хлопець»	**0,636**	0,074
Акізитивні емоції	**0,809**	0,12
Емоції самоствердження	**0,819**	0,093

Стосовно даного фактора можна зробити висновок, що він, власне, і представляє економічну ідентичність, у вигляді єдиного психічного утворення, з інтегрованим емоційним та ціннісним компонентом.

Другий фактор, який умовно названо *«загальна валентна ідентичність»,* за кількістю змінних, що навантажуються, є суттєво меншим, ніж перший, однак майже повністю визначає рівень диференційованості та позитивної оцінки при самоідентифікації за методикою М. Куна і Т. Макпартленда (коефіцієнти кореляції показників з даним фактором становлять 0,99 та 0,98, відповідно). Окрім цього, даний фактор визначає й інші змінні: рівень самоповаги, схильність до переживання радісного емоційного стану, а також особливості економічної

ідентичності за авторською шкалою. Усі ці показники кореляцій коливаються від 0,3 до 0,33, що є слабкими зв'язками, однак вони є статистично значимі. Варто відмітити, що даний фактор негативно корелює з першим (r = -0.519), а отже, певною мірою протиставляється йому.

Очевидно, що високий рівень загальної самоідентичності (у вигляді диференційованого самосприйняття та позитивної оцінки самоідентичностей) знижує важливість економічної ідентифікації. Відбувається нівелювання економічної ідентичності, на фоні великої кількості інших самоідентифікацій. Загальний рівень самоідентичності виступає як друге джерело переживання позитивних емоцій, високої самоповаги та самооцінки. Це означає, що чим вища для учнів раннього юнацького віку диференційованість різних рис власної самоідентичності та їх позитивна валентність, тим значимість власне економічної ідентичності знижується. Відповідно позитивні емоційні переживання зростають у такому випадку. Якщо ж диференціація ідентичності невелика та існує негативна валентність у самоідентифікаціях, а значимість економічної ідентичності залишається високою, то переважають негативні емоційні почуття.

Враховуючи змістове наповнення другого фактору з умовною назвою «*загальна валентна ідентичність»,* можна зробити висновок, що інтеграція когнітивних, емоційних та інших компонентів, які входять до структури економічної ідентичності, визначається не лише даною структурою, а й особливостями особистісної ідентичності особистості, тобто цілим комплексом інших самоідентифікацій досліджуваних. Важливим моментом є те, що економічна ідентичність у вигляді показника по шкалі позитивно корелює з даним фактором (хоч і не дуже сильно). Це свідчить про те, що економічна ідентичність виступає частковим проявом загальної ідентичності, що підтверджує справедливість інтерпретації другого фактору.

Отже, становлення економічної ідентичності дійсно передбачає наявність інтегрованого емоційного компоненту, однак економічна ідентичність є частковим проявом особистісної ідентичності, а тому частково визначає окремі індивідуально-психологічні характеристики досліджуваних на когнітивному, емоційному та ціннісно-мотиваційному рівнях.

Було виявлено, що особливості економічної ідентичності як комплексного психічного утворення деякою мірою можуть спричинити соціокультурні умови, характерні для міської та сільської місцевостей.

Результати порівняння груп дозволили простежити деякі індивідуально-психологічні характеристики, котрі є типовими для обох груп. Зокрема, не було виявлено суттєвих відмінностей у переживанні емоцій страху та сорому, а також виборі, у якості референтних осіб, окремих знайомих людей, як дорослих, так і однолітків. Для обох груп є характерною емоційна спрямованість до самоствердження, та накопичення матеріальних благ. Враховуючи інтегрованість усіх цих показників (що стало відомим з попередніх результатів дослідження), можна зробити висновок про те, що даний комплекс індивідуально-психологічних характеристик є універсальним, і не залежить від соціокультурних умов виховання та розвитку юнаків.

Однак, були виявлені і деякі відмінності між учнями міської та сільської місцевості. Зокрема, у порівнянні зі учнями-вихідцями із сільської місцевості, для міських юнаків та дівчат характерною є більш розвинена економічна ідентичність, більш інтенсивне переживання емоції радості, більш висока диференційованість оцінки професійної перспективи, а також більш високий рівень загальної самоідентичності (кількість ідентифікацій) та позитивної самооцінки (кількість позитивно оцінених ідентифікацій).

У третьому розділі **«Програма тренінгу розвитку економічної ідентичності: формувальний експеримент»** висвітлено перебіг та результати формувального експерименту, особливості впровадження окремих вправ та психокорекційних технік. Зокрема, викладено організаційно-методичні засади формувального експерименту, здійснено обґрунтування вибору соціально-психологічного тренінгу як методу психологічного впливу. Розглянуто основи групової роботи в ході проведення тренінгу: принципи, правила та необхідні передумови. Описано структуру «Соціально-психологічного тренінгу розвитку економічної ідентичності».

У ході формувального експерименту досліджувалася ефективність психологічних впливів, а в якості *залежної змінної* виступали характеристики економічної ідентичності та особистісного розвитку учнів раннього юнацького віку.

Конкретними характеристиками психологічного змісту економічної ідентичності учнів раннього юнацького віку й основними *показниками* рівня розвитку економічної ідентичності стали: на рівні когнітивного компоненту: збільшення в самохарактеристиках студентів Я-конструктів, що визначають економічне Я, ставлення до власності, економічне теперішнє, економічна орієнтація майбутнього; на рівні емоційно-оцінного компоненту: підвищення показників самооцінки, зниження емоційного вигорання, почуттів (гніву, страху, сорому, провини); на рівні поведінкового компоненту: здатність до цілепокладання, сприйняття свого життя як цікавого, емоційно насиченого і наповненого сенсом, підвищення загального показника осмисленості життя та пізнавальної активності.

Як *незалежна змінна* виступав комплекс процедур тренінгу, що забезпечило: створення психологічної атмосфери довіри, доброзичливості, надання учням можливості для саморозкриття і професійної самопрезентації, перебудови уявлень про себе і суб'єкта психологічної діяльності, занурення в змодельовані ситуації, що сприяють усвідомленню учнями своєї економічної тотожності та визначеності.

Проведення формувального експерименту охоплювало три етапи: *1) підготовчий етап* включав підбір експериментальної і контрольної груп студентів, а також попереднє тестування їх із метою виявлення психологічних особливостей економічної ідентичності; *2) основний етап* включав безпосереднє проведення «Соціально-психологічного тренінгу розвитку економічної ідентичності» (СПТРЕ); 3) на *завершальному етапі* проводилося повторне тестування, вивчення і аналіз результатів експериментального впливу.

Для перевірки припущення про те, що розвиток економічної ідентичності можливий засобами соціально-психологічного тренінгу, застосовано експериментальну стратегію дослідження. Експериментальне дослідження було

побудоване за формуючим планом, котрий передбачав порівняння результатів експериментальної та контрольної груп до та після експериментального впливу. У якості незалежної змінної виступала тренінгова програма. Залежна змінна була представлена комплексом показників, що були виділені в результаті кореляційного аналізу (усього 17 показників).

Мета формувального експерименту полягала у реконструюванні економічної ідентичності та зменшенні негативних емоційних переживань (тривоги, страху, сорому, презирства, зниження симптомів емоційного вигорання). Етап тренінгової роботи тривав два місяці (по одному–два заняття на тиждень). Програма «Соціально-психологічного тренінгу розвитку економічної ідентичності» складалася із 12 занять і полягала в постановці специфічних задач, обумовлених змістом даного дослідження, оригінальному змісті вправ, відображала особливості формування економічної ідентичності, інтеграцію економічного Я в структуру особистості, зміні психологічних параметрів емоційного компоненту Я-концепції. В ході занять використовувалися такі психотехніки і прийоми як рольові і ділові ігри, аналіз ситуацій, тематичні обговорення і дискусії, зворотній зв'язок і рефлексія, саморегуляція психічних станів.

Усього в дослідженні брало участь 60 студентів, які були розподілені між двома групами випадковим чином. У тренінговій програмі взяли участь 30 студентів експериментальної групи, своєю чергою контрольна група не була піддана експериментальному впливові.

Після завершення тренінгу здійснено повторний вимір за усіма 17-ма показниками (завершальний етап), в обох групах. Метою даного етапу стала перевірка зміни значень кожного з 17-ти показників, у контрольній та експериментальній групах. Для перевірки достовірності зсуву значень використовувався t-критерій Ст'юдента для залежних вибірок.

Як і передбачалось, застосування t-критерію до результатів контрольної групи не виявило статистично значимих відмінностей між першим та другим вимірами, що виключає наявність основних загроз внутрішньої валідності експерименту: природний розвиток учасників експерименту, ефект тестування та різноманітні фонові впливи. Натомість були виявлені зміни в експериментальній групі. Усе це підтверджує той факт, що зміни відбулись саме завдяки впливу тренінгу (табл. 2). Результати експерименту свідчать, що внаслідок формувального впливу відбулися: суттєве підвищення інтенсивності переживання емоції радості, зріст рівня самоповаги, підвищення професійної перспективи, зріст рівня диференціації самосприйняття (у вигляді кількості ідентифікацій) та позитивної оцінки самоідентифікацій досліджуваних, зріст референтності осіб (підвищення їхнього рангу), котрі не належать до близького оточення (сім'ї, товаришів по навчанню тощо) – дорослий знайомий, знайома дівчина – хлопець.

Водночас відбулися такі зміни: зниження інтенсивності переживання негативних емоцій презирства, страху та сорому; зниження симптомів емоційного вигорання, таких як переживання психотравмуючих обставин; розширення сфери економії емоцій та рівня деперсоналізації.

Таблиця 2

Результати зміни значень в експериментальній групі до та після соціально-психологічного тренінгу

Показник	Середні показники до та після формувального впливу			Перевірка достовірності зміни значень до та після формувального впливу	Статистична значимість $p<$
	до	після	різниця середніх	t-критерій Ст'юдента	
Економічна ідентичність	11,83	11,95	-0,11	-1,3512	не знач.
Радість	2,99	3,53	-0,55	-21,3769	0,001
Презирство	2,24	1,28	0,96	12,1270	0,001
Страх	2,13	1,31	0,83	9,7510	0,001
Сором	2,29	1,45	0,83	6,6544	0,001
Самоповага	23,13	27,80	-4,67	-24,9727	0,001
Переживання психотравмуючих обставин	9,73	7,93	1,80	6,8739	0,001
Переживання економії емоцій	11,60	8,53	3,07	20,0081	0,001
Деперсоналізація	8,93	7,87	1,07	5,8704	0,001
Професійна перспектива	1,33	2,13	-0,80	-7,4833	0,001
Валентність ідентичності	9,73	11,20	-1,47	-7,6429	0,001
Диференціація ідентичності	12,73	14,40	-1,67	-10,4583	0,001
Цінність «матеріально забезпечене життя»	5,40	5,33	0,07	0,3669	не знач.
Референтність «дорослий знайомий»	3,13	2,33	0,80	5,5268	0,001
Референтність «знайома дівчина, хлопець»	2,07	1,33	0,73	6,2048	0,001
Акізитивні емоції	6,40	6,60	-0,20	-0,8987	не знач.
Емоції самоствердження	6,07	6,27	-0,20	-0,6417	не знач.

Усі відмінності є статистично значимими на рівні $p < 0{,}001$. Варто звернути увагу, що майже не зазнали змін такі показники: рівень розвитку економічної ідентичності (анкета «Економічна ідентичність»); цінність «матеріальна забезпеченість» (за методикою «Ціннісні орієнтації особистості» М. Рокича); емоційна спрямованість до самоствердження; акізитивні емоції, які відповідають за накопичення матеріальних благ (за методикою Б. Додонова).

Відмінності між першим та постекспериментальним виміром за цими показниками не є статистично значущими. Вочевидь, це зумовлено метою формувального експерименту: зменшення негативних емоційних переживань, розвитку показників економічної ідентичності та сприяння самоствердженню

через комунікативну, ігрову активність, розвиток економічної поведінки, пов'язаної із накопиченням матеріальних благ.

Отримані результати інтерпретовано так: у результаті тренінгової роботи був відкорегований емоційний фон досліджуваних, зокрема відбулося підвищення рівня переживання позитивних емоцій (радості) та зниження рівня переживання негативних емоцій (страх, сором та презирство), також знизилась інтенсивність переживання окремих симптомів емоційного вигорання; підвищився рівень самоповаги, диференційованості оцінки професійної перспективи досліджуваних, зріс рівень позитивної самооцінки (у вигляді кількості позитивних ідентифікацій), зросла референтність осіб, до яких належать окремі знайомі люди (однолітки та дорослі); за наявності вищевказаних змін, зберігся рівень економічної ідентичності досліджуваних, а також залишився незмінним ціннісно-мотиваційний компонент у вигляді цінності матеріальної забезпеченості, емоційної спрямованості до накопичення матеріальних благ та самоствердження.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна сформулювати такі основні **висновки**:

1. Результатом комплексного дослідження теоретико-методологічного аналізу проблеми є положення про те, що економічна ідентичність – це відображений економічною свідомістю продукт економічної соціалізації, утворений за допомогою механізму економічної ідентифікації, яким індивід присвоює собі певні оцінки, знання, цінності та характеристики, пов'язані з цим уявлення та емоційні прояви, утворюючи цілісну динамічну систему з когнітивним, емоційним, ціннісно-мотиваційним, поведінковим компонентами. Емоційний компонент економічної ідентичності включає в себе різноманітні емоції, переживання стосовно економічного образу Я, своєї самостійності, і залежить від становлення ідентичності, її структури, оцінки значущості ситуації та мотиваційно-ціннісного компонента. Виявлено залежність між становленням економічної ідентичності, її диференціацією, позитивними характеристиками і коливанням емоційних станів, афективних реакцій. Тобто чим більш зрілою є економічна ідентичність та особистісна ідентичність, тим менша вірогідність появи високого рівня переживання тривоги, напруження, страху тощо. Становлення ідентичності, самовизначення в морально-етичному, соціально-культурному та економічному контекстах означає і гармонійну побудову мікросоціальних міжособистісних стосунків, а отже, зменшення рівня емоційного вигорання в спілкуванні, в провідній діяльності.

Психологічну структуру економічної ідентичності (яка має системоутворюючий зв'язок із економічною свідомістю) становить: когнітивний компонент (економічні знання про себе та інших), ціннісно-мотиваційний компонент (економічні цінності та потреби, мотиви), емоційний компонент (емоції, почуття, пов'язані з процесом економічної ідентифікації, економічною поведінкою), поведінковий компонент (економічна поведінка, економічні дії, економічні репрезентації).

Відповідно становленням економічної ідентичності слід вважати якісні зміни компонентів економічної ідентичності. Можна виокремити такі напрямки становлення економічної ідентичності: когнітивний напрямок (збільшення

економічних знань про зовнішній світ, закони систем, функціонування механізмів економічного контролю та управління, збільшення економічної компетентності та економічного самоусвідомлення через спеціальні економічні когнітивні конструкти, наближення економічних суб'єктивних знань про себе до свого об'єктивного економічного статусу); емоційний напрямок (розвиток навичок рефлексії, пов'язаної з економічною поведінкою, економічними цінностями і мотивами, бажаннями та мріями, покращення управління власними емоційними реакціями стосовно свого економічного ототожнення, розвиток позитивного емоційного фону); ціннісно-мотиваційний напрямок полягає у закріпленні цінностей економічного добробуту та матеріального забезпечення в системі цінностей та розвиток зв'язків цих цінностей із професіоналізацією, розвиток мотивації професійних досягнень й розуміння трудової діяльності як інструменту досягнення матеріального забезпечення; поведінковий напрямок полягає у формуванні економічних навичок, економічних дій, економічних поведінкових патернів, необхідних для початку трудової діяльності та підготовки до фінансової сепарації від батьківської сім'ї після періоду юнацького віку.

2. Встановлено, що рівень особистісної ідентичності, у вигляді диференційованого самосприйняття та самооцінки власних ідентифікацій не залежить (і навіть протиставляється) економічній ідентичності (за результатами кореляційного і факторного аналізу). Очевидно, що високий рівень особистісної ідентичності (у вигляді диференційованого самосприйняття та позитивної оцінки самоідентичностей) знижує значимість економічної ідентифікації особистості. Відбувається нівелювання економічної ідентичності, на фоні великої кількості інших самоідентифікацій. Загальний рівень самоідентичності виступає як друге джерело переживання позитивних емоцій, високої самоповаги та самооцінки.

Емпіричним шляхом доведено положення про те, що економічна ідентичність визначається як єдине психічне утворення з інтегрованим емоційним компонентом. Емоції радості прямо пов'язані із розвитком економічної ідентичності. Емоції сорому, страху, переживання психотравмуючих обставин та економії емоцій протиставляються розвитку економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку. Доведено важливий вплив на становлення економічної ідентичності розвитку емоційного компоненту.

3. Виявлено деякі відмінності між студентами, які проживають у міській та сільській місцевості, стосовно економічної ідентичності. Зокрема, у порівнянні учнями із сільської місцевості, для міських учнів характерною є більш розвинена економічна ідентичність (за опитувальником «Економічні ідентичність»), більш інтенсивне переживання емоції радості, більш висока диференційованість оцінки професійної перспективи, а також більш високий рівень загальної самоідентичності (кількість ідентифікацій) та позитивної самооцінки (кількість позитивно оцінених ідентифікацій).

Для учнів, котрі проживають на території сільської місцевості, більшою мірою цінною є матеріальна забезпеченість. Для них більш характерні переживання емоції презирства та окремих симптомів емоційного вигорання (переживання психотравмуючих обставин, розширення сфери економії емоцій та рівень деперсоналізації).

4. У результаті проведення програми «Соціально-психологічного тренінгу розвитку економічної ідентичності» для учнів раннього юнацького віку відкореговано емоційний фон досліджуваних, зокрема підвищився рівень переживання позитивних емоцій (радості) та знизився рівень переживання негативних емоцій (страх, сором та презирство), також знизилась інтенсивність переживання окремих симптомів емоційного вигорання. Підвищився рівень самоповаги, диференційованості оцінки професійної перспективи досліджуваних, зріс рівень їхньої загальної самоідентичності та позитивної самооцінки (у вигляді кількості позитивних ідентифікацій). Зросла референтність осіб, до яких належать окремі знайомі люди (однолітки та дорослі). За наявності змін в емоційній сфері та рівня диференціації професійної перспективи досліджуваних зберігся рівень економічної ідентичності учасників тренінгової програми, а також залишився незмінним ціннісно-мотиваційний компонент у вигляді цінності матеріальної забезпеченості, емоційної спрямованості до накопичення матеріальних благ та самоствердження.

Розвиток економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку потребує додаткової уваги фахівців у сфері освіти для поєднання всіх компонентів економічної ідентичності (когнітивного, емоційного, ціннісно-мотиваційного та поведінкового) в цілісну динамічну систему. Визначені критерії розвитку економічної ідентичності, психологічні особливості її становлення створюють передумови для укладення методичних посібників з розвитку економічної ідентичності учнів раннього юнацького віку для психолого-педагогічних працівників закладів освіти.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів вивчення психологічних особливостей становлення економічної ідентичності в ранньому юнацькому віці. Перспективи майбутніх наукових пошуків вбачаємо у проведенні розгалужених дослідницьких студій з метою поглибленого вивчення всіх компонентів економічної ідентичності, виявлення вікової динаміки та розробки інноваційних засобів для оптимізації перебігу ідентифікаційних процесів в особистості.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Лазаренко О. В. Емоційне вигорання як фактор впливу на економічну соціалізацію суб’єкта / О. В. Лазаренко // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. – К. :[б. в.], 2011. – Т. XIII, ч. 1. – С. 238–245.

2. Лазаренко О. В. Психоемоційна сфера становлення економічної ідентичності як чинник економічної соціалізації в ранній юності (емпіричний аспект) / О. В. Лазаренко // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. – К. : [б. в.], 2012. – Т. XIV, ч. 3. – С. 172–178.

3. Лазаренко О. В. Становлення економічної ідентичності в ранній юності в контексті економічної соціалізації особистості засобами соціально-психологічного тренінгу / О. В. Лазаренко // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук.

пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. – К. : [б. в.], 2013. – Т. XV, ч. 1. – С. 158–165.

4. Лазаренко О. В. Самооцінка як фактор становлення економічної ідентичності в ранній юності (емпіричний ракурс) / О. В. Лазаренко // Психологічні перспективи : зб. наук. пр. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – Вип. 22. – С. 93–101.

5. Лазаренко О. В. Набуття старшокласниками зрілої ідентичності як необхідна умова психологічного здоров'я / О. В. Лазаренко // Освіта регіону : укр. наук. журн. Сер. : Політологія. Психологія. Комунікації. – 2011. – № 2. – С. 319–322.

6. Лазаренко О. В. Соціальний аспект становлення економічної ідентичності в ранній юності (теоретико-емпіричний ракурс) / О. В. Лазаренко // Вісник Національного університету оборони України : зб. наук. пр. – К. : НУОУ, 2013. – Вип. 1 (32). – С. 83–87.

Публікації в збірниках матеріалів конференцій та інших виданнях:

7. Лазаренко О. В. Экономическая идентичность в контексте кризиса идентичности в раннем юношеском воздасте / О. В. Лазаренко // Международный научно-исследовательский журнал. – 2014. – № 11 (30), ч. 3. – С. 101–102.

8. Lazarenko O. V. Psychological characteristics of psycho-emotional sphere of identity crises in middle adolescence (ages 15–17) as a factor in the formation of addictive behavior / O. V. Lazarenko // Papers of the 2nd International Scientific Conference. – Stuttgart, 2013. – June 22. – P. 51–53.

9. Лазаренко О. В. Психологічні особливості психоемоційної сфери кризи ідентичності в ранній юності / О. В. Лазаренко // Zbior raportov naukowych. – «Tendencje, zbiory dannych, innowacje, praktyka w nauce» (29.04.2014–30.04.2014). – Warszawa : Wydawca: Sp. z. o.o. «Diamond trading tour», 2014. – С. 55–58.

10 Лазаренко О. В. Психологічні особливості психоемоційної сфери кризи ідентичності в ранній юності / О. В. Лазаренко // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. студ. та аспір. (14–15 трав. 2012 р.). У 3 т. Т. 1. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2012. – С. 204–205.

11. Лазаренко О. В. Психологічні особливості психоемоційної сфери кризи ідентичності особистості в ранній юності / О. В. Лазаренко // Актуальні проблеми педагогіки і психології : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (7–8 жовт. 2011 р.). У 2 ч. Ч. 1. – Львів : [б. в.] 2011. – С. 30–32.

12. Лазаренко О. В. Психологічні передумови становлення економічної ідентичності старшокласників / О. В. Лазаренко // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. студ. та аспір. (10–11 трав. 2011 р.). У 3 т. Т. 2. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2011. – С. 213–215.

13. Лазаренко О. В. Психологічні особливості становлення економічної ідентичності в ранньому юнацькому віці (теоретико-емпіричний ракурс) / О. В. Лазаренко // Генеза буття особистості : матеріали II Міжнар. наук.-практ.

конф. (19–20 груд. 2011 р.). – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. – Т. І. – С. 231–235.

14. Лазаренко О. В. Психологічні особливості психоемоційної сфери кризи ідентичності в ранній юності як фактор формування залежної поведінки / О. В. Лазаренко // Психогенеза особистості: норма і девіація : зб. наук. ст. – Луцьк : [б. в.], 2014. – С. 117–121.

АНОТАЦІЇ

Лазаренко О. В. Психологічні особливості становлення економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук за спеціальністю 19.00.07. – педагогічна та вікова психологія. – Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ, 2015.

Дисертацію присвячено проблемі становлення економічної ідентичності учнів раннього юнацького віку. У роботі систематизовано вивчення економічної ідентичності, її структури. Конкретизовано зміст поняття емоційного компоненту економічної ідентичності. За допомогою теоретичного аналізу уточнено напрямки становлення економічної ідентичності в учнів раннього юнацького віку, компоненти економічної ідентичності.

В емпіричній частині дисертаційної роботи доведено, що економічна ідентичність є цілісним утворенням і передбачає наявність інтегрованого емоційного компоненту. Становлення економічної ідентичності пов’язане з економічною соціалізацією та соціальними умовами (місцем проживання) та з особистісною ідентичністю.

Удосконалено діагностичний інструментарій для вивчення економічної ідентичності учнів раннього юнацького віку. Розроблено програму соціально-психологічного тренінгу розвитку економічної ідентичності, що формує економічну ідентичність та спрямована на зменшення негативних емоцій.

Ключові слова: ранній юнацький вік, становлення, ідентичність, економічна ідентичність, структура економічної ідентичності, психоемоційна сфера.

Лазаренко О. В. Психологические особенности становления экономической идентичности в учеников раннего юношеского возраста. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук по специальности 19.00.07. – педагогическая и возрастная психология. – Киевский университет имени Бориса Гринченко, Киев, 2015.

Диссертация посвящена проблеме становления экономической идентичности учащихся раннего юношеского возраста. Конкретизировано содержание понятия экономической идентичности и ее структуры. В работе проанализированы подходы к изучению экономической идентичности, психологических особенностей ее становлення и компонентов. Исследованы психологические особенности экономической идентичности в зависимости от фактора места жительства.

С помощью теоретического анализа уточнено понятие экономической идентичности и ее эмоционального компонента. Представлены результаты теоретического анализа научной литературы по исследуемой проблеме, проанализированы и обобщены основные подходы к пониманию понятия возрастного периода ранней юности.

Впервые определена структура экономической идентичности, связанная с развитием личности в раннем юношеском возрасте; исследованы особенности становления экономической идентичности в связи с местом жительства и ближайшим окружением учеников раннего юношеского возраста; составлен комплект диагностических опросников по выявлению особенностей становления экономической идентичности. Анализ эмпирических данных свидетельствует о том, что психологические особенности экономической идентичности связаны с экономической социализацией и социальными условиями (местом жительства). Доказано, что становление экономической идентичности связано с психологическими особенностями личностной идентичности.

Результаты эмпирической части исследования представляются в виде средних величин и вычисляются с помощью корреляционного анализа и факторного анализа. В ходе исследования определено два фактора «общая валентная идентичность» и «диффузная экономическая идентичность».

На основании теоретико-емпирических результатов установлено, что психологическую структуру экономической идентичности составляет: когнитивный компонент (экономические знания о себе и других), ценностно-мотивационный компонент (экономические ценности и потребности, мотивы), эмоциональный компонент (эмоции, чувства, связанные с процессом экономической идентификации, экономическим поведением), поведенческий компонент (экономическое поведение, экономические действия, экономические репрезентации).

В ходе эмпирической части исследования установлено, что уровень личностной идентичности, в виде дифференцированного самовосприятия и самооценки собственных идентификаций не зависит (и даже противопоставляется) экономической идентичности (по результатам корреляционного и факторного анализа). Эмпирическим путем доказано положение о том, что экономическая идентичность определяется как единое психическое образование с интегрированным эмоциональным компонентом. Эмоции радости напрямую связаны с развитием экономической идентичности. Эмоции стыда, страха, переживания психотравмирующих обстоятельств и экономии эмоций противопоставляются развитию экономической идентичности в учащихся раннего юношеского возраста. Высокий уровень личностной идентичности (в виде дифференцированного самовосприятия и положительной оценки самоидентичности) снижает значимость экономической идентификации личности. Происходит нивелирование экономической идентичности, на фоне множества других самоидентификаций. Общий уровень самоидентичности выступает как второй источник переживания положительных эмоций, высокого самоуважения и самооценки.

Усовершенствован диагностический инструментарий для изучения экономической идентичности учащихся раннего юношеского возраста. Разработана анкета-опросник для исследования экономической идентичности в раннем юношеском воздасте и программа социально-психологического тренинга развития экономической идентичности. Программа тренинга направлена на формирование экономической идентичности учащихся раннего юношеского возраста и на уменьшение негативных эмоций. Разарботаны рекомендации специалистам в сфере образования по развитию экономической идентичности учеников раннего юношеского возраста.

Ключевые слова: ранний юношеский возраст, становление, идентичность, экономическая идентичность, структура экономической идентичности, психоэмоциональная сфера.

Lazarenko O. V. Psychological peculiarities of economic identity in the age of students early adolescence. – Manuscript.

Thethis for the degree of candidate of psychological sciences, specialty 19.00.07. – educational and developmental psychology. – Boris Grinchenko Kyiv University, Kyiv, 2015 .

The thesis is devoted to the development of economic identity of students of early adolescence. The meaning of the emotional component in the structure of economic identity is concretized. The economic identity, it's psychological characteristics and factors influencing the identity of the individual were investigated. The psychological characteristics of the emotional component of economic identity depending on the factor of residence were also investigated.

In the empirical part of the thesis the fact is proved that the establishing of identity presupposes an integrated emotional component. The analysis of empirical data suggests that the psychological characteristics of economic identity are closely related with the economic socialization and social conditions (residence) . It is proved that the formation of economic identity is connected with the psychological characteristics of personal identity .

The diagnostic tools for studying the economic identity of students of early adolescence are improved. The author program of psychocorrection that forms the economic identity of pupils and aims to reduce negative emotions was developed.

Key words: early adolescence, becoming, identity, economic identity, the structure of economic identity, psycho-emotional sphere.

Підписано до друку 15.04.2015 р. Формат 60×84 1/16.
Обсяг 0,9 обл.-вид. арк., 0,9 ум. друк. арк. Наклад 100 прим.
Друк − Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки.
43025, м. Луцьк, просп. Волі, 13. Зам. 2968.