

21. Прист С. Теории сознания / пер. с англ. А. Ф. Грязнова. – М. : Дом интеллектуальной книги, 2000. – 288 с.
22. Проблема сознания в современной западной философии: критика некоторых концепций : сборник научных статей / отв. ред. Т. А. Кузьмина). – М. : Наука, 1989. – 256 с.
23. Серл Дж. Открывая сознание заново / пер. с англ. А. Ф. Грязнова. – М. : Идея-Пресс, 2002. – 256 с.
24. Соколова О. Генеза розуміння феномену свідомості // Філософська думка. – 2008. – № 3. – С. 109–122.
25. Тарасов И. П. Спор вокруг функционалистского подхода: проблема инверсии спектра // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2009. – № 4 (8). – С. 51–59.
26. Улановский А. М. Синергетическая метафора сознания // Вестник Московского университета. Серия Психология. – 2005. – № 1. – С. 17–29.
27. Философский энциклопедический словарь. – М. : ИНФРА-М, 2007. – С. 216–217.
28. Юлина Н. С. Тайна сознания: альтернативные стратегии исследования. – Ч. 1 // Вопросы философии. – 2004. – № 10. – С. 125–135.

© О. В. Пурицхванидзе.

УДК 141

ФИЛОСОФИЯ, МИРОВОЗЗРЕНИЕ И МОРАЛЬ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ КАК СОСТАВНАЯ ЭКОНОМИКО-СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Р. И. Олексенко

**Мелитопольский государственный педагогический университет
им. Богдана Хмельницкого, г. Мелитополь, Украина**

**PHILOSOPHY, IDEOLOGY AND MORALITY OF MODERN BUSINESSMAN AS PART
OF ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT**

R. I. Oleksenko

**Melitopol State Pedagogical University named after Bohdan Khmelnytsky,
Melitopol, Ukraine**

Summary. The role of entrepreneurs in the gradual evolution of the socio-economic, socio-political, civil forms. Provides definitions of the terms "modern humans", "economic man." The attention is focused on the fundamental heterogeneity "economic man" of a new type of "homo economicus" of the industrial age.

Key words. The modern world; the philosophy of world view; the market; the entrepreneur; the economic man.

Современный мир ставит перед человеком новые вызовы по мировоззренческо-ценностному формированию его личностной и социальной сущности. Сверхбыстрая динамичность знаково-информационной цивилизации заставляет человека включать в структуру собственной феноменологичности такой элемент, как предприимчивость, без которого невозможно вступление социокультурной субъектности в самый сложный информационный мир. «В конституировании аксиосферы социума особое место принадлежит предпринимательству. Как относительно самостоятельный феномен предпринимательство выступает особым видом социального взаимодействия, разновидностью социальной деятельности с оригинальными признаками: ценностно-рациональной направленностью, полезно ориентированной тенденцией, креативно-инновационным потенциалом» [10, с. 274]. Такая сущностная взаимосвязь феномена предпринимательства с ценностно-смысловыми характеристиками социокультурного пространства современной цивилизации особенно актуализирует концептуально-теоретическое исследование процесса формирования, становления и развития мировоззрения и морали современного украинского предпринимателя. Философия, мировоззрение и мораль современного предпринимателя одновременно являются составляющими общекультурного пространства современного экономическо-социального развития любого общества. В связи с этим, исследуя мировоззренческо-ценностные параметры

предпринимательства, необходимо обратиться к проблематике определения экономичности современного человека через категорию экономической культуры. «Экономическая культура – это система экономических ценностей общества, в которой запечатлён нормативный канон «человека экономического», что определяет особенности экономической социализации. Если сравнить системы экономических ценностей различных типов общества, то можно убедиться, что эти системы несут в себе образы различных экономических типов личности как факторов экономической социализации. Различные системы экономических ценностей стимулируют различные свойства индивида» [8, с. 6]. Таким образом, рассмотрение мировоззренчески-нравственных и философско-феноменологических качеств современного украинского предпринимателя целесообразно, с нашей точки зрения, начать с анализа и определения философско-мировоззренческих характеристик субъекта рыночных преобразований в его движении и саморазвития от «хомо экономикус» до «человека экономического» современного типа.

Человек экономический, формировался по предыдущей – индустриальной – цивилизационной матрице, которая была ценностно ориентирована, прежде всего, на добычу пользы и прибыли, производство и приумножение материальных благ, их статусное потребление, а также на завоевание и использование в свою пользу различных социальных статусов, ниш, рынков сбыта и т. д.

«Экономизация жизни, рациональность, погоня за материальным доходом сформировали капиталистического человека, т. е. (Homo economicus) – трудолюбивым, рациональным, дисциплинированным и материально заинтересованным предпринимателем. Но каждое общество порождает два типа людей (ведь одной из сущностных признаков человека есть двусмысленность, амбивалентность): адекватный данному обществу и противоположный ему, с положительными и отрицательными чертами. Капитализм породил антикапиталиста. Капитализм породил человека с такими негативными чертами, как эгоизм, индивидуализм, бездушный рационализм, самоуверенность, властность. Это люди, умеющие подать себя, показать, рекламировать [18, с. 67].

По нашему мнению, именно экономический человек современного типа имеет потенциал преодоления такой амбивалентности на основе выстраивания новых взаимосвязей между мировоззренческо-ценностными значениями чисто экономических категорий, понятий, явлений и процессов и духовно-личностными потребностями, стремлениями и морально-волевыми порывами. Именно изучению такой новой взаимосвязи экономичности и нравственности современного предпринимателя посвящено наше исследование. Как один из концептуальных моментов необходимо подчеркнуть, что любая предпринимательская, бизнес-активность всегда была связана с моральными и мировоззренческими ориентирами, ведь она представляет собой один из самых активных видов социального действия и личностной самореализации. «Связь бизнеса и морали достаточно прочная. Ведь предпринимательство, как и большинство других видов общественной деятельности, изначально предполагает нравственную основу и без неё невозможно».

В то же время современное предпринимательство отличается от подобной деятельности прошлых веков именно тем, что стремится не вступать в противоречия с общепринятыми морально-этическими установками, а наоборот, инновационно их использовать или даже определять тенденции нравственного самовыражения современного человека. В связи с этим «человек экономический» современного типа выступает как феноменологическая целостность экономически коммерческих, бизнесово-предпринимательских целей и мотивов и мировоззренческо-ценностных, морально-этических установок, принципов, идеалов, личностно-творческих энергетических самопроявлений. Анализ такого единства требует определения сущностных характеристик и структурных свойств экономического сознания современного субъекта предпринимательской деятельности. «До основных феноменов индивидуального или группового экономического сознания относятся следующие: социальные представления об экономических объектах, как реальные, так и идеальные, отношение к экономическим объектам, а

также мнения и суждения о них, их оценки, социальные установки, стереотипы и предрассудки, связанные с экономическими объектами; осознаваемые эмоции, чувства и в целом переживания, связанные с экономическими объектами; феномен социальных ожиданий, предвидения, прогноза экономических изменений, то есть будущих событий, связанных с экономическими объектами, социальная категоризация и интерпретация экономико-психологических явлений и т. п.» [19, с. 419]. Таким образом, сложность и многомерность экономического сознания «экономического человека» современного типа требует тщательного концептуально-теоретического исследования. Следует рассмотреть процесс формирования, развития и реального воплощения философских, мировоззренческих и моральных принципов и ориентиров современного предпринимателя. Особенно актуально это для украинской действительности, ведь наше общество находится на сложном трансформационном этапе становления демократического общества, что требует сращения цивилизованного и новейшего типа экономической культуры индивидуального и общественного уровней. В общем, предприниматели в любом современном обществе образуют один из самых активных слоёв, что особенно подчёркивает их роль в постепенной эволюции общественно-экономических, социально-политических, гражданских форм. Важно и то, что современный предприниматель является одним из самых активных субъектов формирования, становления и защиты демократических элементов гражданского мировоззрения. «Структурообразующими компонентами гражданского мировоззрения предпринимателей можно признать: самоценность человеческой жизни, суверенность личности; экологическое сознание, соблюдение общечеловеческих моральных норм, прав и свобод; законопослушание и законопослушность; самообразование в образовательной деятельности, профессиональное самосовершенствование; жизненный оптимизм, потребность в благодеянии т. д.» [15, с. 101–102]. Таким образом, «экономический человек» современного типа может быть определён и как человек демократичный, человек гражданский, человек социокультурного творчества и инновационной самореализации и т. д.

Именно такие свойства, с нашей точки зрения, отличают его от «человека экономического» индустриального толка, который стремился, прежде всего, к накоплению и приумножению материальных благ и социальной статусности.

Определяя «экономического человека» новейшей формации, важно говорить о нём, как об активном субъекте социокультурного развития местной, национальной, региональной и глобальной общности. Определение социокультурных признаков «экономического человека» нового типа является необходимым условием анализа философских, мировоззренческих и нравственных основ бытийной сферы современного предпринимателя. С нашей точки зрения, социокультурные признаки современного экономического человека, предпринимателя состоят из многих качеств. «Во-первых, в определении предпринимательства является понятие творчества, инновационности, что присуще современному виду корпоративной культуры – инновационной культуре, во-вторых, личная инициатива является основной характеристикой как корпоративной культуры, так и предпринимательства, в-третьих, объективным фактором является готовность к риску; в-четвёртых, наличие цели, а следовательно и целеустремленность, присущие культуре и предпринимательству; в-пятых, предпринимательство рассматривается, как особый способ хозяйственного поведения, основами которого являются архетипы, выходящие из национального менталитета и являющиеся составляющими культуры; в-шестых, предпринимательская среда содержит кроме экономического, политического, правового, технологического ещё и культуры как важного компонента» [5, с. 188]. Как видим, все эти признаки содержат в себе элемент социокультурной активности, превращают «экономического человека» современного типа, предпринимателя новейшей формации в ключевую единицу общей системы развития социальной системы как отдельной страны или региона, так и человечества в его целостно-цивилизационном измерении. В целом, говоря о «экономическом человеке» современного типа, мы имеем в виду субъект социокультурной, социально-экономической, общественно-политической активности,

в основе деятельности которого лежит принцип инновационной предприимчивости. «Нормативным образом «человека экономического» рыночной экономики является тип предприимчивого человека» [7, с. 273]. Предприимчивость как неотъемлемый признак современной личностно-экономической инновационности является тем базисом, который определяет ключевые признаки человека новой социально-экономической эпохи, которая характеризуется сверхвысокими темпами информационной динамики, а также ценностной фундаментальностью знаний и компетенций. Важным мировоззренческим и феноменологическим аспектом формирования и развития «человека экономического» новой формации является изучение личностно-психологических характеристик предпринимателя как ключевого носителя энергии социально-экономического и социокультурного развития. Исследование экономических психологов подтвердили, что поведение «экономического человека» не подчиняется лишь простым закономерностям максимизации выгоды, рациональных расчётов и рационального выбора. В структуру экономического сознания они относят:

а) экономические эмоции и чувства (удовлетворение от результатов и процесса труда, желание признания, почестей, преодолеть опасность, почувствовать азарт, риск, альтруистические или эгоистические намерения);

б) перцептивную сферу экономического поведения (исследования восприятия денег, отношения к вещам, товару, услугам, психологии потребителя, рекламы, методов продажи);

в) представление о том, как функционирует экономика, создаётся субъективный экономический образ;

г) способность отдельного человека или социальной группы отражать, осмысливать экономические явления, познавать их сущность, усваивать и соотносить экономические понятия, категории, теории с требованиями экономических законов;

д) волевые компоненты экономического сознания (экономические нормы, интересы, поступки и т. п.) [4, с. 162].

Таким образом, рассмотрев мировоззренческие, философско-феноменологические, морально-этические, социально-психологические свойства «человека экономического» нового типа, можем утверждать о его фундаментальном разнокачестве, в отличие от «хомо экономикус» индустриальной эпохи. Более того, ключевыми характеристиками предприимчивости современного экономического человека становятся творчество, инновационность, социально-психологическая гибкость и динамичность, морально-этическая телеологичность т. д. Сегодня в мире проблематика предпринимательской сущности современного экономического человека стоит очень остро даже в экономически развитых странах. Вопрос о смысле бизнеса, об иерархии ценностей, о роли и месте человека в сфере предпринимательской деятельности всё чаще задают себе как отдельные работники, так и целые отделы и фирмы. Главной проблемой современного бизнеса является создание специфической для конкретной фирмы культуры, которая была бы адекватным выражением её деловой стратегии [13, с. 15].

В основе новейшей предпринимательской культуры лежит именно принцип человекоцентричности и нравственности любого современного бизнес-процесса. «Наиболее ценным капиталом фирмы в современных условиях становится её рабочий – высококультурная личность, мастер своего дела. А возможности профессионального роста и карьеры всё больше связывают с понятием бизнеса» [6, с. 202]. В связи с этим, выработка в украинском массовом сознании свойств «человека экономического» современного типа станет возможным только в случае восприятия обществом мировоззренческо-аксиологических и нравственно-ценностных установок новейшего предпринимательства, направленного на развитие человеческого потенциала и креативного преобразования действительности. Человек-собственник и человек-рабочий в основе своей определяются именно общественными отношениями, то есть социально-гуманитарной нормативностью, что означает фонд их ежедневного профессионального и бытового поведения на основе морально-ценностного самоопределения. Естественная эволюция предпри-

нимательства как части человеческой цивилизации, опирающейся на прогресс экономической культуры, свидетельствует, что процветание в бизнесе должно быть связано с высокой моралью предпринимательства. Иначе бизнес не имеет будущего [12, с. 179]. Это означает, что предпринимательская активность, а особенно её успешность, непосредственно связана с человеческими качествами, личностными потенциями субъекта предпринимательской деятельности. «Предпринимательство – это не только профессия, но и призвание, даже свойство души или врождённая склонность, особый способ мышления, поведение, стиль. Предпринимательство – это особая культура. Предприниматель обязан быть культурным человеком хотя бы потому, что заинтересован в постоянном успехе» [15, с. 103]. Таким образом, рассматривая философские, мировоззренческие и нравственные основы бытийной самореализации современного предпринимателя, заметим, что она возможна лишь на основе активной социокультурной самоидентификации.

Рассматривая экономическую сущность человека рыночных отношений (человека-работника, человека-собственника), необходимо также подчеркнуть, что сама их профессиональная деятельность требует постоянного креативно-инновационного настроения, глубоко влияет и на их личностно-мировоззренческое самоопределение. «Предприниматель – это хозяйствующий субъект, функцией которого в экономике как системе хозяйствования является создание (и реализация) новых комбинаций факторов производства, и который сам выступает активным элементом этого процесса. Предприниматель – это инициатор экономических инноваций в общественной жизнедеятельности» [2, с. 330]. Согласно энциклопедическому социологическому словарю предприниматель – «ведущий субъект рыночного процесса, который инициирует бизнес для выпуска товаров и услуг с целью получения прибыли» [17, с. 391], а предпринимательская деятельность – это «активное внедрение инноваций и новых технологий, творческий поиск «новых комбинаций», массовый выпуск новых товаров и предоставление новых услуг» [17, с. 391]. Предпринимательская активность является составляющей социальной активности, где последняя – «характеристика образа жизни социального субъекта (индивида, группы), фиксирующая сознательную направленность его деятельности и поведения на смену социальной среды, условий, институтов, согласно назревшим потребностям, интересам, целям, идеалам» [3, с. 9]. Профессиональные качества человека рыночной среды, предпринимчивой личности, таким образом, требуют наличия в феноменологической структуре его сознания постоянного настроя на активную преобразующую, творческую, инновационно-креативную деятельность. Изучая мировоззрение, философию, мораль современного предпринимателя, необходимо обратиться к социально-философскому анализу его интересов, потребностей и увлечений – как экономический человек формирует свою бытийную среду в рамках рыночно-экономического пространства. В этом аспекте важно отметить, что чисто экономические, коммерческие интересы и потребности обязательно дополняются личностно значимыми интересами, духовно ориентированными, индивидуально удовлетворяющими. «В условиях хозяйственного развития, адекватного новой экономике, особое значение приобретают качественные характеристики не только человека-работника – такие, как компетентность, т. е. знания, навыки, опыт, квалификация, способность к непрерывному образованию, самообразованию, интеллект, инновативность, креативность, но и человека-личности. Это порядочность, честность, ответственность, коммуникабельность, доверие, коллективизм, способность к сотрудничеству и т. д.» [14, с. 140]. Таким образом, интересы и потребности современного предпринимателя охватывают весь спектр социальных взаимодействий и коммуникативных интеракций – от чисто профессиональной деятельности в культурно-творческом самовоплощении, от ежедневной рутинной работы в эмоциональном насыщении досуга и т. д.

В этом аспекте современный предприниматель проявляет себя как активный субъект социокультурной активности, чему также необходимо учиться представителям предпринимательского слоя нашей страны. В современных экономико-теоретических концепциях человек экономический уже не рассматривается

как субъект, прежде всего, производственной или прибыльной деятельности. Человек экономический, предприимчивый проявляется преимущественно в умении и стремлении рационально выстраивать свою бытийную сферу, в которой духовно-творческие элементы не уступают место производственно-выгодным. Так, например, «в экономической модели человека, предложенной представителями кейнсианского и институционального направлений экономической теории, человек стремится не только к присвоению материальных благ, но и к увеличению свободного времени, престижной работе, социальной защищённости. Экономическая модель поведения человека здесь дополняется такими психологическими факторами, как милосердие, альтруизм, служение коллективу, обществу. Вместе с тем, действиям индивидов по этой модели свойственна недостаточная осведомлённость, следовательно, и ограниченная рациональность. Причиной этого является сложная экономико-социологическая модель поведения человека, в которой предполагается влияние на экономическое поведение обычаев, традиций, культурных ценностей, религиозных убеждений» [11, с. 354]. Основой онтологического, мировоззренчески-философского, морально-этического самоопределения предпринимателя новейшей формации, таким образом, является полный набор социокультурных феноменов, представленных в рамках современной цивилизационной матрицы. Интересы, потребности, увлечения современного предпринимателя, в том числе украинского, имеют энергетическую направленность на явления объективной и субъективно-духовной природы, которые в самой полной мере способны содействовать самоидентификации и саморазвития его личности. Анализируя социокультурную сущность предпринимательства как феномена, следует говорить о том, что оно направлено в своей сущностной структуре на удовлетворение следующих амбивалентных потребностей субъекта:

- потребление и творчество.
- использование и преобразование,
- самоудовлетворение и самопожертвование и т. д.

«Предпринимательство – сложный, многогранный социально-экономический феномен, совокупность норм, институтов и процессов. Он ориентирован на максимальное удовлетворение комплекса человеческих потребностей в сфере потребления и творческой самореализации» [16, с. 3]. Именно человек как феномен предпринимательства чрезвычайно актуализирует концептуально-теоретическое изучение философских, мировоззренческих, нравственных основ среды бытия современного экономического человека, в аспекте чего возникает необходимость исследования его потребностей, интересов, увлечений и стремлений. Таким образом, анализируя вопрос интересов, потребностей и увлечений экономического человека начала XXI века, отметим мировоззренчески ценностную роль сочетания в этом аспекте факторов исключительно экономически предпринимательских с факторами личностно-духовными, в том числе морально-этическими. «Моральная мотивация экономической деятельности личности содержит в своей структуре несколько важных компонентов, среди которых кроме удовлетворения экономических потребностей существенную роль играют такие духовно-нравственные компоненты, как потребность в самовыражении, самореализации, получении определённого социального статуса, в общении с другими людьми и в общественной оценке своего труда. Эти мотивы основываются на естественном стремлении человека к уважению, самоуважению, авторитету в обществе, престижу» [9, с. 15]. Интересы и потребности современного предпринимателя, если он стремится к самостановлению в качестве активного социокультурного субъекта, охватывают, таким образом, весь спектр новейшей культурно-цивилизационной бытийности человека нового тысячелетия. В другом варианте предпринимательская активность обречена на временность, дегуманистичное наполнение, неуспеваемость и неинтересность. Для того, чтобы и у украинских предпринимателей формировались такие характерные для современного экономического человека черты, как инициативность, креативность, деловитость, ответственность, творчество, личностная заинтересованность и т. д., необходимо создавать систему сращения человеческого капитала со средствами образования,

культури, виховання. Іменно ці засоби, з нашої точки зору, є ефективними для зростання якості людського капіталу країни, що в кінцевому підсумку повинно проявитися в формуванні міцного і креативного середнього класу. «Носителем морального прогресу в будь-якому суспільстві завжди був провідний соціальний клас. В демократичному суспільстві нинішньому ця місія належить новому середньому класу. Сучасний представник середнього класу повинен бути не тільки орієнтований на одержання матеріального успіху, але і соціально відповідальним, готовим до діалогу, мати достатні знання, постійно удосконалюватися в своїй області, мислити критично і одночасно інноваційно» [1, с. 325]. Такі якості можна формувати тільки на основі розвинутої на національному і державному рівні системи освіти, культури, виховання. Іменно вони здатні переконати молодь і все суспільство в необхідності керуватися певними моральними, когнітивними, етико-естетичними і т. д. критеріями в межах власної професійної і особистісної самореалізації.

Бібліографічний список

1. Андрієнко О. В. Світоглядно-аксіологічна роль грошей у розбудові демократії // Гілея : науковий вісник; збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : ВІР УАН, 2010. – Вип. 35. – С. 322–327.
2. Бондаренко О. В., Зоря О. П. Ментальний вимір підприємницької активності : теоретико-методологічні засади дослідження // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : ВІР УАН, 2010. – Вип. 35. – С. 328–336.
3. Волович В. І., Тарасенко В. І., Захарченко М. В. Соціологія : короткий енциклопедичний словник. – К. : Український центр духовної культури, 1998. – 736 с.
4. Дейнека О. С. Экономическая психология : учеб. пос. – СПб. : Санкт-Петербургский университет, 2000. – 436 с.
5. Захарчин Г. М., Струтинська Л. Р., Андрусів С. В. Розвиток підприємництва на основі синтезу культури і відповідальності // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : збірник науково-технічних праць. – 2011. – Вип. 21.6. – С. 186–192.
6. Маслов В. В. Бізнес як проблема культури // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. збірник наукових праць. – Сер. «Філософські науки». – К. : КУТЕП, 2010. – Вип. 8. – С. 198–210.
7. Міщенко О. О. Економічна культура особистості як результат економічної соціалізації // Проблеми загальної та педагогічної психології : збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. – Т. XIII. – Ч. 1. – К., 2011. – С. 265–273.
8. Москаленко В. Соціально-психологічні засади економічної культури особистості // Соціальна психологія. – 2007. – № 4. – С. 3–16.
9. Овсянкіна Л. А. Мораль в системі економічної життєдіяльності людини та суспільства (соціально-філософський аспект) : автореф. дис. ... канд. філос. наук. Спеціальність: 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. – К., 2003. – 19 с.
10. Проценко О. Підприємництво в системі ціннісних орієнтирів // Філософія освіти. – 2010. – № 1 – 2 (9). – С. 271–278.
11. Радченко Н. І. Теоретичний аналіз моделі економічної людини // Проблеми загальної та педагогічної психології : збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. – Т. XIII. – Ч. 3. – К., 2011. – С. 349–358.
12. Райзберг Б. А. Основы бизнеса. – М. : Издательство «Ось-89», 2000. – 256 с.
13. Рюттингер Р. Культура підприємництва / пер. з нем. – М. : Еком, 1992. – 240 с.
14. Савицька Н. Л. Еволюція моделі людини в економічній теорії // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 3. – Т. 2. – С. 137–140.
15. Сірий Є. В. Культура підприємництва в контексті його соціальної ролі // Український соціум. Соціологія. Економіка. Політика. – 2005. – № 2–3. – С. 100–108.
16. Скачко О. В. Синергетичний дискурс становлення сучасного підприємництва: український контекст : автореф. дис. ... канд. філос. наук. Спеціальність: 09.00.03 – соціальна філософія і філософія історії. – К., 2010. – 20 с.
17. Соціологія: терміни, поняття, персоналії / за заг. ред. В. М. Пічі. – К. : Каравела; Львів : Новий Світ. – 2000, 2002. – 480 с.
18. Цимбрикевич Й. Людина, її суспільна та індивідуальна життєдіяльність // Вісник прикарпатського університету. Філософські і психологічні науки. – 2008. – Вип. XI. – С. 64–68.
19. Чабан Д. Б. Дослідження економічної свідомості у вітчизняній та зарубіжній соціально-психологічній літературі // Проблеми загальної та педагогічної психології збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. – Т. XIII. – Ч. 3. – К., 2011. – С. 418–427.

© Р. І. Олексенко.