



**ԱՆՁԻ ՀՈԳԵԲԱՆՈՒԹՅԱՆ
ՏԵՍԱԿԱՆ ԵՎ ԿԻՐԱՌԱԿԱՆ ՀԱՐՉԵՐ**

(գիտական հոդվածների ժողովածու)



ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

**ԱՆՁԻ ՀՈԳԵԲԱՆՈՒԹՅԱՆ
ՏԵՍԱԿԱՆ ԵՎ ԿԻՐԱՌԱԿԱՆ ՀԱՐՑԵՐ**

(գիտական հոդվածների ժողովածու)

Երևան
«ԱՍՈՂԻԿ»
2016

ՀՏԴ 159.923
ԳՄԴ 88.37
Ա 597

*Հրատարակվում է Երևանի պետական համալսարանի
փիլիսոփայության և հոգեբանության ֆակուլտետի
գիտական խորհրդի երաշխավորմամբ*

Գրախոս՝
հոգեբանական գիտությունների դոկտոր
ՌՈՒԲԵՆ ՆԱՂԴՅԱՆ

Գիտական խմբագիր՝
հոգեբանական գիտությունների թեկնածու
ՆԱՐԻՆԵ ԽԱՉԱՏՐՅԱՆ

Անձի հոգեբանության տեսական և կիրառական հարցեր (գիտական
Ա 597 հոդվածների ժողովածու). - Եր.: «Ասողիկ» հրատ., 2016.- 280 էջ:

Սույն ժողովածուում ներկայացված են ԵՊՀ Անձի հոգեբանության ամբիոնի դասախոսների, ասպիրանտների և մագիստրոսների հոդվածները: Ժողովածուում ընդգրկվել են անձի հոգեբանության հիմնահարցերին վերաբերող տեսական և կիրառական բնույթի հոդվածներ: Դիտարկվում են անձի ձևավորման և կայացման գործում զարգացման, սոցիալական, մշակութային և էքզիստենցիալ խնդիրներ:

Հոդվածների ժողովածուն կարող է օգտակար լինել անձի հոգեբանության ոլորտով հետաքրքրված մասնագետների և ուսանողների համար:

ՀՏԴ 159.923
ԳՄԴ 88.37

ISBN 978-9939-50-308-0

© Երևանի պետական համալսարան, 2016
© Խաչատրյան Ն. (խմբ.), 2016

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՌԱՋԱԲԱՆ..... 5

ԱՆՁԻ ՀՈԳԵԲԱՆՈՒԹՅԱՆ ՆՈՐ ԿՈՂՄՆՈՐՈՇՈՒՄՆԵՐ

Նարինե Խաչապրյան

ԱՆՁԻ ՀՈԳԵԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆ ԸՅՍՕՐ. ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՄԱՆ ԱՌԱՐԿԱՆ ԵՎ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐԸ..... 9

Սվեդրյանա Հարությունյան

ՆԱՐԱՏԻՎ ՀՈԳԵԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ. ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ, ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԿԻՐԱՌԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ16

ԱՆՁ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

Լիլիթ Գարգրյան

ՍԵՓԱԿԱՆ ՏԱՐԻՔԻ ԸՆԿԱԼՈՒՄՆ ՈՒ ԴՐԱ ՆԿԱՏՄԱՄԲ ՎԵՐԱԲԵՐՄՈՒՆԻՔԸ ՀԱՍՈՒՆՈՒԹՅԱՆ ՓՈՒԼՈՒՄ 33

Իրինա Խանամիրյան

ԾՆՈՂԱԿԱՆ ՀՐԱՀԱՆԳՆԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԿԱՆԱՑԻՈՒԹՅԱՆ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՎՐԱ..... 42

Էլենորա Զաքարյան, Մարինե Միքայելյան

ՓՈԽՀԱՏՈՒՑՄԱՆ ԲԱԶՄԱԲՆՈՒՅԹ ՄԵԽԱՆԻԶՄՆԵՐԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ԿԻՐԱՌԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՏՈՒԿ ԿԱՐԻՔՆԵՐ ՈՒՆԵՑՈՂ ԵՐԵԽԱՆԵՐԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ 49

Սոսե Խաչիբաբյան

ՍՏԵՂԾԱՐԱՐՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ ԿՐՏՍԵՐ ԴՊՐՈՑԱԿԱՆ ՏԱՐԻՔՈՒՄ61

Մանե Տոնոյան

ԾԵՐՈՒԹՅԱՆ ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ ՊԱՏԿԵՐԱՑՈՒՄՆԵՐԸ ՄԻՋԻՆ ՀԱՍՈՒՆՈՒԹՅԱՆ ՓՈՒԼՈՒՄ 68

Կարինե Հարությունյան

ՆԿԱՐԻ ԴԵՐԸ ԵՎ ՊԱՏԿԵՐՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՄԱՆԿՈՒԹՅԱՆ ՇՐՋԱՆՈՒՄ 77

Արմինե Հայրապետյան, Լիլիթ Գարգրյան

ԿԱՊՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿԻ ԵՎ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԲԱՐԵԿԵՑՈՒԹՅԱՆ ՓՈԽԿԱՊՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՐԻՏԱՍԱՐԴՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԻՔՈՒՄ..... 84

ԱՆՁ ԵՎ ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

Աննա Հակոբջանյան

ԱՌՈՂՋՈՒԹՅԱՆ ՊԱՀՊԱՆՄԱՆՆ ՈՒՂՂՎԱԾ ՎԱՐՔԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՄԱՆ ՄՈՏԵՑՈՒՄՆԵՐԸ 97

Լիանա Սարգսյան, Սվեդրյանա Հարությունյան

ԵՐԻՏԱՍԱՐԴՆԵՐԻ ԱՐԺԵՔԱՅԻՆ ԿՈՂՄՆՈՐՈՇԻՉՆԵՐԻ ԵՎ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԻՆՔՆՈՒԹՅԱՆ ՓՈԽԿԱՊՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ113

Լիլիթ Ավերիսյան, Սոնա Մանուսյան

ԿԱՄԱՎՈՐԻ ՕԳՆՈՂԱԿԱՆ ԴԻՐՔՈՐՈՇՈՒՄՆԵՐՆ ԱՆՁԻ
ՆՈՒՅՆԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԿԱՌՈՒՅՎԱԾՔՈՒՄ 128

Քնարիկ Առաքելյան

ԱՆՁԻ ՁՈՎԱՅՆՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ
ՄԻՋԱՌԱՐԿԱՅԱԿԱՆ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐ..... 145

Մարիաննա Գևորգյան, Նարինե Խաչատրյան

ՍՈՒԲՅԵԿՏԻՎ ԲԱՐԵԿԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԱՅՆ ՊԱՅՄԱՆԱՎՈՐՈՂ
ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԻ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՐԻՏԱՍԱՐԴՆԵՐԻ
ՇՐՋԱՆՈՒՄ..... 153

Անժելա Աֆյան, Նարինե Խաչատրյան

ԵՐԻՏԱՍԱՐԴՆԵՐԻ ԱՇԽԱՏԱՆՔԱՅԻՆ ՎԱՐՔԻ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒ-
ԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ 163

ԱՆՁ ԵՎ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

Սոնա Մանուսյան

ԱԶԳԱՅԻՆ ԻՆՔՆՈՒԹՅԱՆ ՍՈՑԻԱԼ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ
ԸՄԲՈՆՈՒՄԸ..... 179

Նվարդ Գրիգորյան, Աննա Հակոբջանյան, Մերի Գրիգորյան

ԺՈՂՈՎՐԴԱԿԱՆ ԱՍԱՅՎԱԾՔՆԵՐԸ ՈՐՊԵՍ ՀԱՄՈՂՄՈՒՆՔՆԵՐԻ
ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՔԵՐ..... 193

Աստղիկ Սերոբյան

ԱՆՁՆԱՅԻՆ ԳԾԵՐ ԵՎ ԱՌԻՏՈԿԱՐԾՐԱՏԻՊԵՐ. ՀԱՄԵՄԱՏԱԿԱՆ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ ՀԱՅԵՐԻ, ՀՈՒՅՆԵՐԻ ԵՎ ԱՍՈՐԻՆԵՐԻ
ՕՐԻՆԱԿՈՎ..... 210

Անուշ Մկրտչյան

ԱՐԺԵՔՆԵՐԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՄԱՆ ՏԵՍԱԿԱՆ ԵՎ ԿԻՐԱՌԱԿԱՆ
ԱՍՊԵԿՏՆԵՐԸ..... 227

Անի Մովսիսյան, Նարինե Խաչատրյան

ՈՐՈՇ ԱՆՁՆԱՅԻՆ ՓՈՓՈԽԱԿԱՆՆԵՐԻ ՀԱՄԵՄԱՏԱԿԱՆ
ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ ՏԱՐԲԵՐ ՄՇԱԿՈՒՅԹՆԵՐՈՒՄ
ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆԱՑՈՒՄ ԱՆՑԱԾ ՀԱՅ ԵՐԻՏԱՍԱՐԴՆԵՐԻ ՕՐԻՆԱԿՈՎ 238

ԱՆՁ ԵՎ ԷՔԶԻՍՏԵՆՑԻԱԼ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

Լուսինե Աղաբեկյան

ՄԱՀՎԱՆ ՀԵՏ ԲԱԽՈՒՄԸ՝ ՈՐՊԵՍ ԷՔԶԻՍՏԵՆՑԻԱԼ
ՓՈՐՁԱՌՈՒԹՅՈՒՆ 257

Նարինե Աղամյան, Իրինա Խանամիրյան

ԱՌՈՂՋԱԿԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐ ՈՒՆԵՑՈՂ ԵՐԵԽԱՆԵՐԻ ՄԱՅՐԵՐԻ
ԱՐԺԵՄԱՍՏԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏԻ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ..... 263

Կարինե Գրիգորյան

ԵՐԵԽԱՆԵՐԻ ՄԱՀՎԱՆ ՎԱԽԻ ՖԵՆՈՄԵՆՈԼՈԳԻԱՆ. ՏԱՐԲԵՐ
ՄՈՏԵՑՈՒՄՆԵՐ ԵՎ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ 273

ԵՐԻՏԱՍԱՐԴՆԵՐԻ ԱՐԺԵՔԱՅԻՆ ԿՈՂՄՆՈՐՈՇԻՉՆԵՐԻ ԵՎ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԻՆՔՆՈՒԹՅԱՆ ՓՈԽԿԱՊՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

*Լիանա Սարգսյան
Սվեդլյանա Հարությունյան*

Ներածություն

Այս հոդվածում մենք ներկայացրել ենք երիտասարդների արժեքային կողմնորոշիչների և տնտեսական ինքնության փոխկապվածության ուսումնասիրման արդյունքները: Հիմնվելով Շ. Շվարցի արժեքային կողմնորոշիչների հայեցակարգին՝ ուսումնասիրվել և դուրս են բերվել երիտասարդների 10 բազային արժեքային կողմնորոշիչների արտահայտվածության առանձնահատկությունները:

Հետազոտության մեջ երիտասարդների տնտեսական ինքնության ուսումնասիրությունն իրականացվել է ինքնության բաղադրիչների՝ կոգնիտիվ, հուզական և վարքային, հետազոտման միջոցով, որոնք կարող են ձեռք բերել արդյունավետ և ոչ արդյունավետ դրսևորումներ՝ պայմանավորելով տնտեսական վարքի իրականացման առանձնահատկությունները:

Երիտասարդների արժեքային կողմնորոշիչների և տնտեսական ինքնության փոխկապվածությունը պարզելու համար կատարված կորեյացիոն վերլուծությունը ցույց է տվել, որ տնտեսական ինքնության արդյունավետ դրսևորումները կապվում են և գտնվում են փոխադարձ փոփոխվող հարաբերությունների մեջ անձնակենտրոն արժեքների հետ: Մյուս կողմից՝ պահպանողականության արժեքները կապվում են տնտեսական ինքնության վարքային անարդյունավետ դրսևորումների հետ:

Հասարակության զարգացման ներկայիս պայմանները, անշուշտ, կարող են բնութագրվել սոցիալ-տնտեսական գործընթացների խիստ անկայունությամբ և անորոշությամբ: Այս ամենն, իհարկե, անմիջականորեն անդրադառնում է յուրաքանչյուր անհատի վրա՝ որոշելով սոցիալ-տնտեսական հարաբերություններում անձի դիրքը և տնտեսական միջավայրում կողմնորոշվելու հնարավորությունները: Այս տեսանկյունից անձի ինքնությունը գտնվում է անընդհատ փոփոխվող տնտեսական և սոցիալական իրականության մեջ, քանի որ անձը, հանդիսանալով այդ գործընթացների կենտրոնական սուբյեկտը, որոշակի փոփոխություններ է կրում իր ինքնության մակարդակում: Մասնավորապես, դիտարկելով տնտեսական հարաբերություններում անձի ներգրավվածության բարձր մակարդակը և մարդկանց կողմից տնտեսական

իրողությունների գերազնահատումը և գերակայումը՝ հարկ է առաջանում ինքնության ընդհանուր կառուցվածքում դրա ևս մեկ տեսակի՝ տնտեսական ինքնության առանձնացման անհրաժեշտության:

Սույն հոդվածում մենք անդրադառնում ենք երիտասարդների տնտեսական ինքնության և արժեքային կողմնորոշիչների փոխկապվածության ուսումնասիրության հարցին՝ հիմնվելով այն ենթադրությանը, ըստ որի՝ արժեքները, որպես անձի ունիվերսալ և համեմատաբար կայուն բնութագրիչներ, կարող են պայմանավորել տնտեսական ինքնության դրսևորման առանձնահատկությունները՝ երիտասարդի համար դրանց ունեցած արդյունավետության տեսանկյունից: Հետազոտության նպատակն է ուսումնասիրել երիտասարդների արժեքային կողմնորոշիչները և տնտեսական ինքնության փոխկապվածությունը՝ դուրս բերելով այն արժեքային կողմնորոշիչները, որոնք կարող են պայմանավորել տնտեսական ինքնության արդյունավետ դրսևորումը և հակառակը՝ խոչընդոտել դրան:

Առհասարակ, «տնտեսական ինքնություն» տերմինը հոգեբանության մեջ բավական նոր հասկացություն է համարվում, որն իր տեղն ամբողջովին չի հաստատել գիտական դիսկուրսում: Միևնույն ժամանակ, տնտեսական ինքնության թեմայի շուրջ ստեղծված գրականության վերլուծությունը թույլ է տալիս առանձնացնել տնտեսական ինքնության ուսումնասիրման մակրո- և միկրոմակարդակներ: Ուսումնասիրությունների մակրոմակարդակը ներկայացնում են հասկացության տնտեսագիտական և սոցիոլոգիական ըմբռնումները, որտեղ տնտեսական ինքնության փոխարեն կարող են օգտագործվել նաև «համայնքային տնտեսական ինքնություն» (community economic identity) և «ազգային տնտեսական ինքնություն» (national economic identity) հասկացությունները: Վերջինները հիմնականում օգտագործվում են որպես տարբեր երկրների ազգային տնտեսական գործընթացներն ու բնութագրիչները նկարագրող հասկացություններ [3]:

Իսկ միկրոմակարդակը ներկայացնում է հոգեբանության ոլորտը, որի սահմաններում հետազոտողներն ուսումնասիրում են տնտեսական ինքնության բնույթը, կառուցվածքը, գործառույթները, ձևավորման մեխանիզմները և այլն: Մասնավորապես, հայտնի է Վ. Խաշենկոյի տնտեսական ինքնության հայեցակարգը, որտեղ տնտեսական ինքնությունը դիտարկվում է որպես անձի սոցիալական ինքնության տեսակ՝ հաշվի առնելով այն, որ ինքնության տնտեսական և սոցիալական ձևերն ունեն մի շարք ընդհանրություններ՝ սոցիալական խմբին պատկանելության զգացում, այդ խմբին բնորոշ օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ հատկանիշներով օժտվածություն [2, 11]: Համապատասխանաբար, տնտեսական ինքնությունն արտահայտում է մարդու՝ որոշակի տնտեսական հատկանիշներով բնորոշվող սոցիալական խմբին իր պատկանելության գիտակցումը: Այն տնտեսական-հոգեբանական

կատեգորիա է, որը վերաբերում է տնտեսական հարաբերությունների համակարգում մարդու ունեցած դիրքի որոշման արդյունքին [11]: Այսինքն՝ տնտեսական ինքնությունը մարդու՝ ընդհանուր տնտեսական համակարգում իր տեղի և դերի մասին գիտակցման մակարդակն է:

Տնտեսական ինքնության վերաբերյալ Վ. Խաշենկոյի հայեցակարգը հատկապես նշանակալի է մեր հետազոտության համար, քանի որ այն ոչ միայն տալիս է տնտեսական ինքնության առավել ամբողջական հասկացում, այլ նաև այն պատճառով, որ այս մոտեցման մեջ առաջարկվում է տնտեսական ինքնության ուսումնասիրման օպերացիոնալ մոդել, որին մենք հիմնվել ենք հետազոտությունն իրականացնելիս: Ըստ այդ մոդելի՝ տնտեսական ինքնությունը կազմված է երեք բաղադրիչներից: Դրանք տնտեսական միջավայրի նկատմամբ անձի հոգեբանական վերաբերմունքի հարաբերականորեն գիտակցված տարրերն են՝

- կոգնիտիվ բաղադրիչ - սոցիալական պատկերացումները,
- հուզական բաղադրիչ - գզացմունքները, վերաբերմունքը, գնահատականները,
- վարքային բաղադրիչ - տնտեսական վարքային դրսևորումներ [նույն տեղում]:

Հիմնվելով այս մոդելին՝ հետազոտության շրջանակներում գլխավորապես կենտրոնացել ենք ընտրանքում վարքային բաղադրիչն (տնտեսական ինքնության վարքային դրսևորումները) ուսումնասիրելու վրա՝ անձի համար իր կատարած արդյունավետության տեսանկյունից, այսինքն՝ դիտարկվել է, թե որքանով է վարքային բաղադրիչն ուղղված անձի տնտեսական աճին և բարեկեցության բարձրացմանը:

Հիմնվելով Վ. Խաշենկոյի առաջարկած մոդելին՝ այսօր տարբեր հետազոտություններ են իրականանում տնտեսական ինքնության թեմայի շուրջ: Արդեն հետազոտվել են տնտեսական ինքնության դրսևորման առանձնահատկությունները դեռահասության տարիքում [10]: Ինչպես ցույց են տալիս հետազոտության արդյունքները, դեռահասության տարիքում տնտեսական ինքնությունը դեռ ամբողջովին ձևավորված չէ, և դրա զարգացումը կապված է անձի հասունացման գործընթացի հետ: Այս առումով տնտեսական ինքնությունը հարկավոր է դիտարկել անձի ընդհանուր հոգեբանական զարգացման շրջանակներում: Հետազոտվել են նաև տնտեսական ինքնության առանձնահատկությունները քաղաքաբնակ և գյուղաբնակ ընտրանքներում և այլն [9]: Որպես թեմային մոտ հետազոտություններ կարելի է հիշատակել նաև տնտեսական գիտակցության, ինքնագիտակցության, տնտեսական ինքնորոշման հիմնախնդիրների վերաբերյալ վերջին ժամանակահատվածում բուռն ընթացող հետազոտությունները [3, 4, 8]:

Այս բոլոր հետազոտությունների առկայությունը ցույց է տալիս, որ այսօր տնտեսական ինքնության ուսումնասիրությունները հանդիսանում են հետազոտության արդիական ուղղություններից մեկը: Թերևս, դա պայմանավորված է նրանով, որ հենց տնտեսական ինքնության շնորհիվ է տեղի ունենում անձի տնտեսական ինքնաներկայացումը և տնտեսական հարաբերությունների համակարգում ձևավորվում է անձի՝ որպես տնտեսական սուբյեկտի, անհատական դիրքը: Տնտեսական ինքնության կարևոր բնութագրիչ է համարվում այն, որ այն որոշում է անձի տնտեսական ուղղվածությունը, այսինքն՝ կողմնորոշումը տնտեսական զարգացման հեռանկարներին:

Այս տեսանկյունից տնտեսական ինքնության բաղադրիչների հետազոտությունը հնարավորություն է տալիս հասկանալ, թե որքանով է, ընդհանուր առմամբ, տնտեսական ինքնությունն ուղղված անձի տնտեսական զարգացմանը և առաջընթացին, այլ կերպ՝ թե որքանով է արդյունավետ գործում անձի տնտեսական ինքնությունը:

Հետազոտության մեջ առաջադրված հիմնախնդիրը՝ տնտեսական ինքնության արժեքային պայմանավորվածությունն ուսումնասիրելու համար մենք հիմնվել ենք արժեքների ուսումնասիրման Շ. Շվարցի տեսության վրա, որտեղ արժեքային կողմնորոշիչները դիտարկում ենք որպես հարաբերականորեն կայուն, հասարակության բոլոր անդամների կողմից ընդունվող պատկերացումներ տվյալ մշակույթում ընդունելի և ցանկալի մասին [5, 6, 13]:

Շ. Շվարցն իր տեսության մեջ առաջարկում է արժեքների ուսումնասիրությունն իրականացնել երկու մակարդակով՝ անձի (անհատական տարբերությունների) և մշակույթի (սոցիալական տարբերությունների) մակարդակներում [1, 5, 12]:

Մեր հետազոտության ընթացքում արժեքային կողմնորոշիչներն ուսումնասիրվել են անհատական մակարդակում: Արժեքների անհատական մակարդակի վերաբերյալ Շ. Շվարցը գտնում է, որ արժեքները միայնացից առանձնացնող միակ բովանդակային կողմը մոտիվացիայի տիպն է, որով դրանք արտացոլվում են. «Մարդու հիմնական արժեքներն արտացոլում են մարդկային հիմնական պահանջմունքները՝ որպես գիտակցված նպատակներ (կենսաբանական կարիքներ, համաձայնեցված սոցիալական փոխազդեցության պահանջմունք, խմբային կյանքի պահանջմունք)» [5, էջ 3]: Համաձայն այս բնորոշման, Շ. Շվարցը խմբավորել է բազմաթիվ աղբյուրների ուսումնասիրման արդյունքում առանձնացված արժեքները մարդու մոտիվացիոն 10 տիպերի տեսքով: Մոտիվացիայի յուրաքանչյուր տիպին համապատասխանում է իր առաջատար դրդապատճառային նպատակը: Դրանք են՝

1. Ինքնուրույնություն (Self-Direction) - մտքերի և գործողությունների ազատություն՝ պայմանավորված անհատի անկախ լինելու պահանջմունքով:
 2. Ստիմուլյացիա (Stimulation) - կյանքում նորությունը և մրցակցությունը, որոնք անհրաժեշտ են օրգանիզմի ակտիվության բարենպաստ մակարդակի ապահովման համար:
 3. Հեդոնիզմ (Hedonism) - հաճույքի զգացումը, որի հիմքում ընկած է կենսաբանական պահանջմունքների բավարարումը և դրան հետևող հաճույքի զգացումը:
 4. Ձեռքբերում (Achievement) - անձնական հաջողության ձեռքբերումը մշակութային ստանդարտների սահմանում:
 5. Իշխանություն (Power) - սոցիալական կարգավիճակի և հեղինակության ձեռքբերումը, որն ընկած է գերիշխման, լիդերության պահանջմունքի հիմքում:
 6. Անվտանգություն (Security) - հասարակության, ընտանիքի, սեփական անձի կայունությունը, անվտանգությունը, ներդաշնակությունը:
 7. Կոնֆորմություն (Conformity) - գործողությունների և մղումների սահմանափակումը, որոնք վնասում են այլոց կամ խախտում են սոցիալական ներդաշնակությունը:
 8. Ավանդականություն (Tradition) - սովորույթների նկատմամբ հարգանքը և ապահովումը, մշակույթում և կրոնում առկա գաղափարների հասկացում և ընդունում:
 9. Բարյացակամություն (Benevolence) - իր հետ շփման մեջ գտնվող մարդկանց բարեկեցության ապահովումը և բարձրացումը:
 10. Ունիվերսալիզմ (Universalism) - ողջ մարդկության և բնության բարեկեցության ապահովումը, հասկացումը, երախտագիտությունը [1, 5, 13]:
- Այս 10 արժեքներից իշխանության, ձեռքբերման, ստիմուլյացիայի, հեդոնիզմի, և ինքնուրույնության արժեքներն արտահայտում են անձնային հետաքրքրությունները և ունեն անձնային ուղղվածություն: Իսկ բարյացակամության, կոնֆորմության, ավանդականության արժեքներն արտահայտում են խմբային հետաքրքրությունները, այսինքն՝ ունեն խմբային ուղղվածություն:

Շ. Շվարցը և հետազոտող Վ. Բիլսկին նկարագրել են այս արժեքային տիպերի դինամիկ կառուցվածքը, որտեղ 10 արժեքները խմբավորված են երկու հակադիր չափումներում.

- Պահպանողական արժեքներ (ավանդականություն, կոնֆորմություն, անվտանգություն) և նոր փորձին բաց լինելու արժեքներ (ինքնուրույնություն, ստիմուլյացիա): Այս չափման մեջ դրսևորվում

է անձի ավտոնոմիայի, գործողություններում ազատության և ավանդույթների պահպանման, կայունության արժեքների հակադրությունը:

- Ինքնահաստատման արժեքներ (իշխանություն, ձեռքբերում, հեղինակություն) և ինքնահաղթահարման արժեքներ (բարյացակամություն, ունիվերսալիզմ): Այս չափման մեջ դրսևորվում է այլոց նկատմամբ խնամքի և գերակայման հակադրությունը [5, 13]:

Այս կերպ, ըստ այս դինամիկ կառուցվածքի՝ արժեքների միջև կոնֆլիկտային կամ ներդաշնակ հարաբերություններից կախված էլ որոշվում է մարդու ընդհանուր վարքը:

Այսպիսով, արժեքային կողմնորոշիչները, ներկայացնելով անձի մոտիվացիոն տիպերը, որոշում են մարդու կոնկրետ գործողությունների, և առհասարակ, վարքի ուղղվածությունը: Այս առումով, Շվարցի կողմից առաջարկվող արժեքների անհատական մակարդակի ուսումնասիրման մոտեցումը համապատասխանում է մեր հետազոտական աշխատանքին, քանի որ հնարավորություն է տալիս ուսումնասիրել տնտեսական ինքնության վարքային բաղադրիչի արժեքային հիմքերը:

Հետազոտության մեթոդաբանությունը

Տնտեսական ինքնության և արժեքային կողմնորոշիչների փոխկապվածությունն ուսումնասիրելու համար կիրառվել են հետևյալ մեթոդիկաները՝

1. Բազային արժեքների չափման հարցարան (Շ. Շվարց, SVS) 1 [1]: Այս մեթոդիկան մեզ հնարավորություն է տալիս դուրս բերել ընտրանքում անհատական արժեքային կողմնորոշիչները: Հարցարանը բաղկացած է 57 արժեքներից, որոնք ներկայացված են երկու ցանկով: Առաջին ցանկում տրված են տերմինալ արժեքներ, որոնք ներկայացված են գոյականների տեսքով, իսկ երկրորդ ցանկում տրվում են գործիքային արժեքներ՝ ածականների տեսքով: Հետազոտվողին առաջարկվում է գնահատել յուրաքանչյուր արժեքի կարևորության աստիճանը՝ որպես հիմնարար սկզբունք իր կյանքում: Կիրառվում է գնահատման «-1-7» սանդղակը. որքան բարձր է միավորը՝ -1, 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, այնքան ավելի կարևոր է տվյալ արժեքը հետազոտվողի համար: Հարցարանի բանալուն համապատասխան՝ հաշվարկվում են 10 սանդղակներով միջին միավորները, որոնք համապատասխանում են Շ. Շվարցի առանձնացրած արժեքային 10 դրդապատճառային տիպերին:

¹ Տվյալ հարցարանը տեղայնացվել է ԵՊՀ «Անձ և սոցիալական միջավայր» գ/հ լաբորատորիայի կողմից:

2. Տնտեսական վարքի սցենարների մեթոդիկա (Ն.Լեբեդևա, Ս. Տատարկո, սոցիալ-հոգեբանական հետազոտությունների գիտատնտեսական լաբորատորիա) [8]:

Մեթոդիկան հնարավորություն է տալիս դուրս բերել տարբեր, համեմատաբար ունիվերսալ տնտեսական վարքային պատերնների արդյունավետ և ոչ արդյունավետ դրսևորումները՝ դրանով իսկ մատնանշելով անձի տնտեսական զարգացումը և բարեկեցության բարձրացումը խթանող եղանակները: Համապատասխանաբար, վարքային այն չափումները, որոնք ուղղված են երկարատև ժամանակահատվածում անձի տնտեսական զարգացմանը, ներառում են տնտեսապես արդարացի և օրինական գործողություններ, նպաստում են տնտեսապես գրագետ վարքաձևերին, դիտարկվել են որպես տնտեսական ինքնության արդյունավետ դրսևորումներ: Իսկ հակադիր չափումները դիտարկվել են որպես տնտեսական անարդյունավետ վարքային դրսևորումները, քանի որ խոչընդոտում են տնտեսական բարեկեցության բարձրացմանը կամ ստեղծում են բարեկեցություն բավական կարճատև և ոչ օրինական միջոցներով:

Մեթոդիկայում ներկայացված են 11 երկբևեռ իրավիճակ-սցենարներ: Յուրաքանչյուր իրավիճակ գնահատվում է երեք սանդղակով՝ *հուզական նախընտրություն, տնտեսական վարքի այս կամ այն մոդելին հեղինակություն պատրաստականություն և իրավիճակում հերոսի վարքի տիպականության գնահատում*: Գնահատումը կատարվում է 7 միավորանի սանդղակով՝ «-3 -2 -1 0 1 2 3»: Պատասխանները հաշվարկվում են ըստ յուրաքանչյուր չափման արտահայտվածության մակարդակի [նույն տեղում]:

Հետազոտական *ընտրանքը* կազմել են զբաղված, տնտեսապես ոչ ակտիվ և գործազուրկ երիտասարդներ, յուրաքանչյուր խմբում 30 երիտասարդ (ընդհանուր 90 երիտասարդ): Հետազոտական խմբերի առանձնացումը տեղի է ունեցել ըստ տնտեսական ակտիվության մակարդակի, ինչը մեզ հնարավորություն տվեց հնարավորինս ամբողջական ուսումնասիրել երիտասարդների տնտեսական ինքնության առանձնահատկությունները: Համապատասխանաբար, զբաղվածների խումբը կազմել են այն երիտասարդները, ովքեր հետազոտության ժամանակաշրջանում ունեցել են աշխատանք կամ կատարել են եկամուտ ապահովող այլ գործեր: Գործազուրկների խումբը բաղկացած է եղել այն անձանցից, ովքեր հետազոտության ընթացքում աշխատանք չեն ունեցել, գտնվել են դրա որոնման փուլում և պատրաստ են եղել անցնել աշխատանքի՝ համապատասխան հնարավորության դեպքում: Իսկ տնտեսապես ոչ ակտիվ խմբի մեջ ներառվել են այն երիտասարդները, որոնք հետազոտության ժամանակաշրջանում չեն եղել զբաղված կամ գործազուրկ:

Հետազոտության արդյունքների ներկայացում և քննարկում

Երիտասարդների արժեքային կողմնորոշիչները

Աղյուսակ 1-ում ներկայացված են հետազոտվող ընտրանքում 10 բազային արժեքների միջին ցուցանիշները և ռանգավորման արդյունքները (որտեղ՝ 1-3 ռանգերը բնութագրում են արժեքի բարձր նշանակալիությունը հետազոտվողների համար, իսկ 7-10 ռանգերը՝ ցածր նշանակալիությունը):

Աղյուսակ 1. Արժեքային կողմնորոշիչներն ամբողջ ընտրանքում (n=90)

Արժեքներ	Ռանգ R	Միջին արժեք M
Կոնֆորմություն	6	4.43
Ավանդականություն	10	3.20
Բարյացակամություն	1	5.43
Ունիվերսալիզմ	7	4.41
Ինքնուրույնություն	5	4.46
Ստիմուլյացիա	3	4.83
Հեղոնիզմ	9	3.44
Ձեռքբերում	4	4.81
Իշխանություն	8	3.45
Անվտանգություն	2	5.24

Աղյուսակ 1-ից հստակ երևում է, որ ամենաբարձր արտահայտվածությունն ունեն բարյացակամության և անվտանգության արժեքները, որոնք, ըստ Շ. Շվարցի տեսության, առաջին հերթին ուղղված են խմբային հետաքրքրություններին և արտահայտում են անձի ցանկությունը՝ պահպանել իրեն շրջապատող մարդկանց բարեկեցությունը և նրանց հետ դրական հարաբերությունները, ինչպես նաև անվտանգությունը, այսինքն՝ իր, շրջապատող մարդկանց և, առհասարակ, հասարակության մեջ և սոցիալական կարգերում կայունության արժևորումը [13]:

Միջին արտահայտվածություն ունեն ինքնահաստատման և նոր փորձին բաց լինելու արժեքները, բացառությամբ իշխանության և հեղոնիզմի արժեքների, որոնք ունիվերսալիզմի արժեքի հետ միասին ցածր ռանգ են ստացել: Իսկ ամենացածրն արտահայտվել է ավանդականության արժեքը:

Կարելի է նկատել, որ երիտասարդների համար արդիական են խմբային ուղղվածություն ունեցող արժեքները, մասնավորապես շրջապատող մարդկանց բարեկեցության ապահովումը և նրանց հետ հարաբերություններում կայունության և անվտանգության պահպանումը: Միևնույն ժամանակ, անձնակենտրոն արժեքների միջին արտահայտվածությունը ցույց է տալիս,

որ երիտասարդների համար ոչ պակաս կարևոր են նաև սեփական ձեռքբերումները և նոր հնարավորությունների ու փոփոխությունների նկատմամբ պատրաստակամ վերաբերմունքը:

Հետաքրքրական է, որ երիտասարդների շրջանում հետազոտվող բոլոր խմբերում ավանդականության արժեքն ամենաքիչ կարևորություն ներկայացնող արժեքն է հանդիսացել, ինչը կարող է խոսել երիտասարդության շրջանում արժեքային մակարդակում որոշակի տեղաշարժերի մասին, որոնք արտահայտվում են խմբային ուղղվածություն ունեցող արժեքներից (ավանդականություն, կոնֆորմություն) անձնային ուղղվածության արժեքներին (ինքնուրույնություն, ձեռքբերում, ստիմուլյացիա) անցման միտումներով:

Ի դեպ, հարկավոր է նշել, որ նմանատիպ արդյունքներ էին ստացվել նաև Հայաստանում իրականացված արժեքային կողմնորոշիչների մեկ այլ հետազոտության շրջանակներում, որն իրականացվել է ԵՊՀ Անձի հոգեբանության ամբիոնի կողմից 2011-2013թթ. ընթացքում [1]: Ուսումնասիրելով 18-65 տարեկան հայ բնակիչների արժեքային կողմնորոշումները Երևանում և Հայաստանի 4 մարզերում՝ հետազոտողները դուրս են բերել երիտասարդների շրջանում արժեքների դրսևորման ևս մեկ առանձնահատկություն. այն, որ Երևանի երիտասարդների շրջանում ինքնահաստատման և ինքնուրույնության արժեքներն ավելի բարձր արտահայտվածություն ունեն՝ մարզերում բնակվող երիտասարդների համեմատությամբ: Այսինքն՝ արժեքային մակարդակում տեղի ունեցող տեղաշարժերը և փոփոխություններն առավել բնորոշ են մայրաքաղաքում բնակվող երիտասարդներին, իսկ մարզերում արժեքների փոփոխություններն ավելի դանդաղ են իրականանում [նույն տեղում, էջ 61]:

Տնտեսական ինքնության վարքային դրսևորումներ

Տնտեսական ինքնության վարքային դրսևորումների ուսումնասիրության արդյունքները ցույց են տալիս, որ հետազոտվող երիտասարդներն իրենց հուզական նախընտրությունների մակարդակում հակված են տնտեսապես արդյունավետ վարքաձևերի ընտրությանը, այսինքն՝ ներկայացված իրավիճակային երկընտրանքներում հավանությունների մակարդակում նախընտրել են իրավիճակի արդյունավետ բևեռը, սակայն իրավիճակների վարքային պատրաստակամության մակարդակը գնահատելիս նախընտրությունները տրվել են հակառակ չափումներին, որոնք հետազոտության շրջանակներում գնահատվել են որպես անարդյունավետ վարքային դրսևորումներ: Այսպես, հետազոտական ընտրանքում տնտեսական ինքնուրույնություն-պատերնալիզմ չափման առումով հուզական նախընտրությունների և հավանությունների մակարդակում բևեռը գտնվում է ինքնուրույնության մակարդակում ($m=2.84$), սակայն վարքային

պատրաստականության մակարդակում բնորոշ գիծը մնում է պատերնալ մոդելը ($m=3.04$): Նման են նաև մյուս չափման՝ տնտեսական կյանքում հնարավոր հեռանկարային ներդրումների տվյալները. երիտասարդներին ավելի դուր է գալիս երկարաժամկետ ներդրումների և գործարքների տարբերակը ($m=2.91$), սակայն իրական կյանքում գործում են ճիշտ հակառակի պես՝ իրականացնելով կարճաժամկետ գործարքներ և տնտեսական ներդրումներ ($m=3.22$): Հավանաբար, տնտեսական պատերնալիզմի և կարճաժամկետ ներդրումների հուզական նախընտրությունների ցածր, իսկ վարքային գործելաճի բարձր մակարդակը խոսում է այն մասին, որ այսօր երիտասարդներն իրենց համար առավել հեռանկարային են համարում և ավելի գերադասում են իրականացնել ավտոնոմ տնտեսական վարք՝ չգտնվելով որևէ օղակի հայեցողության կամ որևէ համակարգի կառավարման ներքո, որը որոշում է իրենց տնտեսական ակտիվության և բարեկեցության սահմանները: Սակայն ներկա պահին դեռ չկան այն պայմանները, որոնք կնպաստեին այս ցանկությունը վարքային մակարդակ տեղափոխելուն:

Ընդհանուր առմամբ, հետազոտված երիտասարդների մեջ տնտեսական հետաքրքրությունը գտնվում է միջին մակարդակում ($m=3.02$)՝ ավելի շատ դեպի անտարբերության բևեռը: Սակայն չափման հուզական բևեռի նախընտրությունը ($m=2.76$) և տնտեսական ակտիվության ցուցանիշները ($m=2.6$) թույլ են տալիս ենթադրել, որ մեծ է տնտեսական հարցերում տեղեկացված լինելու պահանջը, ինչպես նաև առօրյա կյանքում տնտեսապես արդյունավետ գործելու ցանկությունը: Արդյունավետ գործելու ցանկության մասին են խոսում նաև հետազոտության մեջ ներառված «տնտեսում-վատնում» չափման մեջ տնտեսում բևեռի հուզական նախընտրությունը ($m=2.93$) և «օրենքի առաջնություն շահույթի նկատմամբ-շահույթի առաջնություն օրենքի նկատմամբ» չափման մեջ օրենքի գերադասման հուզական մակարդակի արտահայտվածությունը ($m=2.93$), այն դեպքում, երբ վարքային մակարդակում հետազոտվողներն ավելի հակված են ստանալ շահույթ՝ օրենքի ազդեցությունը չկարևորող ճանապարհներով ($m=3.46$): Կարծում ենք՝ վերջին տվյալները երիտասարդների մեծամասնության՝ անօրինական ճանապարհով սեփական եկամուտի ավելացման պատրաստականության մասին, բավական մտահոգիչ են, և այդ առումով լուրջ հանձնարարականներ են ներկայացնում տնտեսական զարգացման համար պատասխանատու այդ ոլորտով զբաղվող կառույցներին:

Մյուս չափումների հետ կապված՝ ողջ ընտրանքի համար տնտեսական վարքային դրսևորումները երեք մակարդակներում էլ արտահայտվել են նույն բևեռով՝ ֆինանսական պարզևատրում ըստ հավասարության, գնումներ կատարելու վարքում զսպվածություն, աշխատանքն ընտրելիս

Ֆինանսական տարրով կողմնորոշվելը՝ ստեղծագործականության և նորարարության փոխարեն:

Երիտասարդների արժեքային կողմնորոշիչների և տնտեսական ինքնության փոխկապվածությունը

Արժեքային կողմնորոշիչների և տնտեսական ինքնության փոխկապվածությունը պարզելու համար իրականացրել ենք կորելյացիոն վերլուծություն՝ Սպիրմենի մշակած կորելյացիոն գործակցի մեթոդով, որը թույլ է տալիս դուրս բերել ուսումնասիրվող հատկանիշների միջև կապի սերտությունը և ուղղվածությունը: Արդյունքները վերլուծվել են SPSS 19.0 վիճակագրական վերլուծության փաթեթի միջոցով: Կորելյացիոն վերլուծության արդյունքները ներկայացված են Աղյուսակ 2-ում:

Աղյուսակ 2. Արժեքային կողմնորոշիչների և տնտեսական ինքնության վարքային դրսևորումների կորելյացիոն վերլուծության արդյունքերը (n=90)

Արժեքներ		Կոնֆորմութ.	Ավանդական.	Բարյացակամ.	Ունիվերսալ.	Ինքնուրույն.	Ստիմուլյաց.	Հերոնիզմ	Զեռքբերում	Իշխանութ.	Անվտանգութ.
Տնտես. պատերն.	Պատրաստ.	.31*					-.41**			-.46**	
	Տիպական.				.35*						
Կարճաժ. կողմնորոշ.	Հուզական նախընտր.			.40**			.38*				
	Տիպական.									.29*	
Վատնում	Տիպական.		.33*	.36*							
Տնտես. անտարբեր.	Պատրաստ.						-.38*	-.35*			
Շահ.-ի առաջնութ. օրենքի նկ.	Պատրաստ.			.31*				.30*			
	Տիպական.		.41**								
Տնտես. պասիվութ.	Հուզական նախընտր.					.26*				.54*	
Վարկերի մերժում	Պատրաստ.							-.64**			
	Տիպական.										.47*
Գումարի առաջնութ.	Պատրաստ.			.25*					.41*		

P*≤0,05; P**≤0,01; P***≤0,001

Ներկայացված կորելյացիոն վերլուծության տվյալները թույլ են տալիս խոսել տնտեսական ինքնության վարքային դրսևորումների հիմքում ընկած արժեքների մասին:

Վերլուծելով դուրս բերված փոխկապվածությունները՝ կարող ենք տեսնել, որ տնտեսական պատերնալիզմը կոնֆորմությամբ պայմանավորված վարքային պատերն է ($r=0.31$, $p=0.033$), որը բացասական և նշանակալի կապված է նաև իշխանության և ստիմուլյացիայի արժեքների հետ ($p=-0.001$, $p=-0.004$): Այս կերպ, նշանակում է, որ տնտեսական պատերնալիզմը խոչընդոտում է փոփոխությունների և նորությունների իրականացմանը և, դրանով հանդերձ, չի նպաստում անձի տնտեսական զարգացմանը: Նոր փորձին բաց լինելու արժեքների հետ ունեցած բացասական կորելյացիան ցույց է տալիս, որ այդ արժեքները կապված են հակառակ բևեռի, այսինքն՝ տնտեսական ինքնուրույնության հետ դրականորեն, որն ապահովում է անձի տնտեսական առաջընթացը: Արդյունքները ցույց են տալիս նաև, որ տնտեսական պատերնալիզմը մշակութային բնորոշ վարքաձև է և կապվում է ունիվերսալիզմի հետ ($r=0.35$, $p=0.016$):

Տնտեսական կյանքում կարճաժամկետ-երկարաժամկետ կողմնորոշումն ուժեղ և նշանակալի կապի մեջ է գտնվում հուզական նախընտրությամբ ստիմուլյացիայի և բարյացակամության, իսկ տիպականությամբ անվտանգության արժեքների հետ: Այսինքն՝ սեփական գործողություններում ազատ լինելը և կյանքում մրցունակության օպտիմալ մակարդակը կարող են նպաստել երկարաժամկետ տնտեսական կողմնորոշմանը, ինչպես նաև այլ մարդկանց մասին հոգալու պատրաստակամությունը: Ընտրանքում երիտասարդները գնահատում են կարճ գործարքները, կարճատև տնտեսական կողմնորոշումը որպես հայ մշակույթի ներկայացուցիչներին բնորոշ վարվելաձև՝ կապելով այն անվտանգության արժեքի հետ, քանի որ կարճաժամկետ ներդրումները և գործարքները թվում են ավելի ապահով և վստահելի:

Գումարը վատնելը ևս տիպական է հայ մշակույթի համար և կապվում է ավանդականության ($r=0.33$, $p=0.023$) և բարյացակամության հետ ($r=0.36$, $p=0.047$): Սա կարող է վկայել այն մասին, որ երիտասարդների պատկերացումներում հայերն ընկալվում են որպես առատաձեռն մարդիկ, ովքեր պատրաստակամ են գումարը ծախսելու հարցում, հատկապես, երբ խոսքը վերաբերում է նշանակալի մարդկանց բարեկեցությանը:

Տնտեսական իրողությունների նկատմամբ անտարբերությունը բացասական նշանակալի կապի մեջ է ստիմուլյացիայի ($r=-0.38$, $p=0.010$) և հեղոնիզմի հետ ($r=-0.35$, $p=0.021$), որոնց միասին հանդես գալը խոսում է դրական հուզական ապրում ունենալու ձգտման մասին: Բացասական կորելյացիոն կապը ենթադրում է, որ տնտեսական անտարբերությունը չի

կարող նպաստել այդ ձգտման իրականացմանը: Այդ պատճառով որպես ավելի նպաստող գործոն հանդես է գալիս տնտեսական հետաքրքրությունը:

Հետազոտվողների կարծիքով՝ բարձր եկամուտ ունենալու ձգտումն ավելի բնորոշ է հայերին, նույնիսկ եթե այն ձեռք է բերվել ոչ օրինական ճանապարհներով: Հենց իրենք՝ երիտասարդները նույնպես պատրաստակամ են նման վարքաձևի նկատմամբ, որը կապված է մի կողմից՝ հեղոնիզմի, մյուս կողմից՝ բարյացակամության արժեքների հետ ($p=0.034$, $p=0.023$):

Հաջորդ չափումն իր հուզական նախընտրության սանդղակով, որն ուղղված է դեպի տնտեսական ակտիվությունը, նշանակալի կապ է դուրս բերել ինքնուրույնության ($r=0.36$, $p=0.016$) և իշխանության արժեքների ($r=0.54$, $p=0.022$) հետ: Այսինքն՝ անձի ավտոնոմիայի և այլ մարդկանց գերիշխելու դրոպատճառը կարող է նպաստել տնտեսական ակտիվության դրսևորումներին:

Հետաքրքիր կորելյացիոն կապեր են դուրս բերվել վարկային գործարքներին դիմելու վարքային մոդելի և արժեքային կողմնորոշիչների միջև: Ինչպես տեսնում ենք Աղյուսակ 2-ում ներկայացված տվյալներից, պատրաստակամության սանդղակով վարկային գործարքների դիմելն ուժեղ բացասական կապի մեջ է հեղոնիզմի ($r=-0.64$, $p=0.004$), իսկ տիպականության առումով՝ անվտանգության հետ ($r=0.47$, $p=0.033$): Քանի որ հեղոնիզմի արժեքային կողմնորոշիչը որոշում է հաճույքի, բավարարվածության զգացողությունները, իսկ վարկավորման մեջ ներգրավվածությունը սովորաբար ուղեկցվում է բացասական, տհաճ ապրումներով, ապա վարկավորման բացասական կապը հեղոնիզմի հետ, հնարավոր է, խոսում է երիտասարդների՝ ունեցած «պարտքը մարելու» մտքերով ծանրաբեռնված չլինելու ցանկության, վարկը հատուցելու տհաճ զգացողություններից խուսափելու մասին: Ի տարբերություն այս փոխկապվածության անհատական մակարդակի, խմբային մակարդակում (տիպականության սանդղակով) անվտանգության արժեքի հետ ունեցած նշանակալի կապը խոսում է այն մասին, որ երիտասարդները բնակչության համար վարկային գործարքների տիպական լինելը գնահատում են որպես կայունությանը նպաստող և բարեկեցության հնարավորություն ընձեռող ճանապարհ, որը նպաստում է անորոշության և անկայունության հաղթահարմանը:

Իսկ գումար-ստեղծագործականություն երկընտրանքում գումարի առաջնությունը կապվել է բարյացակամության և ձեռքբերման արժեքների հետ:

Հատկանշական է, որ վարքային չափումները հաճախ նշանակալի կապ են ունեցել բարյացակամության արժեքի և միաժամանակ ինքնահաստատման արժեքների հետ (բարյացակամություն/հեղոնիզմ, բարյացակամություն/ձեռքբերում, բարյացակամություն/ստիմուլյացիա),

որոնք, ըստ Շվարցի և Բիլսկու արժեքների դինամիկ կառուցվածքային մոդելի, տեղադրված են հակառակ բևեռներում և գտնվում են միմյանց հետ հակասությունների մեջ [5, 7, 13]: Կարծում ենք՝ դա արտացոլում է այսօրվա երիտասարդների մեջ առկա հակասությունը, երբ տնտեսական առաջխաղացումը և հաջողությունները նրանք ստիպված են լինում ուղղել, մի կողմից, սեփական անձի բարեկեցությունն ապահովելուն և սեփական պահանջմունքները բավարարելուն, իսկ մյուս կողմից էլ՝ մտերիմ մարդկանց կարիքները հոգալուն, քանի որ նրանցում ևս արտահայտվում են «հայ մարդու» բնորոշ վարքի կարևոր դետերմինանտները՝ ընտանիքի անդամների և մտերիմների անվերապահ արժևորումը և նրանց մասին առաջնային հոգալու և խնամքի կարևորումը:

Ամփոփում

Անձի տնտեսական ինքնության արդյունավետ դրսևորումները և անձնակենտրոն արժեքները գտնվում են փոխկապված և փոխադարձ փոփոխվող հարաբերություններում: Այսինքն՝ ինքնուրույնության, իշխանության, ստիմուլյացիայի, ձեռքբերման և հեղոնիզմի արժեքային կողմնորոշիչներն անձի՝ տնտեսապես ակտիվ, հետաքրքրված, երկարատև կողմնորոշում ունեցող և ինքնուրույն տնտեսական վարքային դրսևորումների, հետևաբար նաև ընդհանուր տնտեսական ինքնության կանխորոշիչները, որոնց միասին հանդես գալը պայմանավորում է տնտեսական միջավայրում անձի արդյունավետ գործառնությունը: Իսկ պահպանողականության արժեքները կապվում են վարքային բաղադրիչի անարդյունավետ դրսևորումների հետ:

Միևնույն ժամանակ, որոշ անձնակենտրոն արժեքներ փոխադարձ կապի մեջ են տնտեսապես անարդյունավետ վարքաձևերի հետ, ինչը, թերևս, կարող է բացատրվել ներկայիս հայաստանյան սոցիալ-տնտեսական պայմանների առանձնահատկություններով: Մասնավորապես, այսօր երկրում ընթացող տնտեսական ճգնաժամերը, ֆինանսական ռեսուրսների մշտական պակասը հանգեցնում են նյութական բարիքների պահանջմունքի արդիականացմանը և առաջնահերթ կարևորմանը, ինչն էլ, իր հերթին, նպաստում է երիտասարդների շրջանում արժեքային համակարգի տեսանկյունից մի շարք անարդյունավետ վարքային դրսևորումների գերակայմանը: Սրանով է պայմանավորված այն, որ նյութական բարեկեցությունն ապահովելու համար երիտասարդները պատրաստ են իրականացնել ակնհայտ օրինախախտ, ինչպես նաև սեփական մասնագիտական ինքնիրացմանը խոչընդոտող գործունեություն: Իհարկե,

այս ամենը նոր և մանրակրկիտ հետազոտությունների կարիք ունի: Ուստի, այս և մի շարք այլ հարցեր կարևոր հիմք են նախապատրաստում այս ոլորտում հետագա հետազոտությունների իրականացման համար, քանի որ այդ դեպքում հնարավոր կլինի հայտնաբերել տնտեսական վարքային դրսևորումների կարևոր օրինաչափություններ, որոնք թույլ կտան ավելի լավ հասկանալ մարդկանց տնտեսական ինքնության առանձնահատկությունները և սոցիալ-տնտեսական գործընթացներում գործառնության բնույթը:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. **Խաչատրյան, Ն., Մանուսյան, Ս., Սերոբյան, Ա., Գրիգորյան, Ն., Հակոբջանյան, Ա.** *Մշակույթ, արժեքներ, համոզմունքներ. վարքի կողմնորոշիչները փոփոխվող հայ հասարակությունում*, Երևան, Հեղ. հրատ., 2014:
2. **Арутюнян, С.** *Идентичность: от теории к практике*. Ереван, Тигран Мец, 2010.
3. **Ефремова, М., Котова, М.** Экономическая идентичность как предмет психологического анализа, *Вестник университета* (Гос. универ. управления), N 23, 2010, с. 163-168.
4. **Журавлев, А., Купрейченко, А.** *Нравственно-психологическая регуляция экономической активности*. М., во Институт психологии РАН, 2003.
5. **Карандашев, В.** Концепция ценностей культуры Ш. Шварца: теория и методика. Հասանելի է http://victor.karandashevs.ru/vk_docs/Karandashev_Culture_Values.pdf
6. **Карандашев, В.** *Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство*, СПб., Речь, 2004.
7. **Лебедева, Н., Татарко, А.** *Культура как фактор общественного прогресса*. М., ЗАО “Юстицинформ”, 2009.
8. **Лебедева, Н, Татарко, А.** *Ценности культуры и модели экономического поведения*. М., Изд. “Спутник”, 2011.
9. **Мельник, Ю., Яковлева, И.** Особенности экономической идентичности сельских и городских жителей. Профессиональное самосознание и экономическое поведение личности: *Труды IV международной научной интернет-конференции*, под. ред. Е.Г. Ефремова, М.Ю. Семенова. Киев, Изд. Простобук, 2011, с. 15-35.
10. **Руднев, М.** Опыт исследования экономической идентичности личности (на основе опроса школьников и студентов). *Социокультурные трансформации подростковой субкультуры*, под ред. В. С. Собкина. М., ЦСО РАО, 2006, с. 63-75.
11. **Хащенко, В.** Экономическая идентичность личности: психологические детерминанты формирования. *Психологический журнал*, том 25, N 5, 2004, с. 32-49.
12. **Шварц, Ш.** Культурные ценностные ориентации: природа и следствие национальных различий. *Журнал Высшей школы экономики*. 2008. Т.5, N 2, с. 37-67.
13. **Schwartz, S. H.** Basic human values: theory, methods and applications, Հասանելի է http://ccsr.ac.uk/qmss/seminars/2009-0610/documents/Shalom_Schwartz_1.pdf