

## МОЛОДІЖНА ЕКОНОМІЧНА КУЛЬТУРА ЯК ЛАТЕНТНИЙ ОБ'ЄКТ СОЦІОЛОГІЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ

*У статті аналізуються особливості соціологічного пізнання молодіжної економічної культури як латентного об'єкта. Автор наголошує на тому епістемологічному моменті, що при вивченні такого роду об'єктів доцільним є застосування різноманітних технологій пізнавального процесу, а не лише прямих контактних методів емпіричного дослідження*

**Ключові слова:** молодіжна економічна культура, латентний об'єкт, вияв латентного об'єкта, опосередковане відображення, уможлядне сприймання (умоглядний образ) інтерсуб'єктивна реальність, маркерування (позначення)

*В статье анализируются особенности социологического познания молодежной экономической культуры как латентного объекта. Автор подчеркивает эпистемологический момент, необходимый при изучении такого рода объектов, а именно, применение разнообразных технологий познавательного процесса, а не только прямых контактных методов эмпирического исследования*

**Ключевые слова:** молодежная экономическая культура, латентный объект, проявление латентного объекта, опосредствованное отражение, умозрительное восприятие (умозрительный образ), интерсубъективная реальность, маркерование (обозначение)

*In the article the features of sociological cognition of youth economic culture are analysed as a latent object. An author underlines a epistemological moment, needed at a study such of objects, namely, application of various technologies of cognitive process, and not only direct pin methods of empiric research*

**Keywords:** youth economic culture, latent object, show of latent object, mediated a reflection, speculative perception (speculative character), intersub'ektivna reality, marking (denote)

**Актуальність.** Соціологічне освоєння соціальної реальності ґрунтується на численних пізнавальних технологіях, парадигмах, серед яких особливим гносеологічним потенціалом відзначається інтерпретативна технологія, спроможна забезпечити вивчення ідеальних елементів реальності, до яких належать, зокрема, різного роду культурні явища і процеси.

Молодіжна економічна культура саме і є одним із таких явищ, виступаючи латентною характеристикою особливої соціальної групи населення – молоді. Тому у соціології вона пізнається як латентний об'єкт, до того ж не лише через емпіричне дослідження її проявів, але й через інтерпретативне конструювання її ідеального образу, тобто суто уможлядно. Для пізнання процесів і явищ соціологія має достатньо засобів. Однак тут одразу ж слід підкреслити такі дві обставини. Перша – латентні об'єкти не можуть досліджуватися соціологією безпосередньо, тобто з допомогою контактних емпіричних методів (спостереження, експерименту тощо). Їхня невидимість стоїть на заваді цьому, тому для пізнання важливе значення має емпіричний вияв (вираз) цих об'єктів, завдяки чому й стає можливим пряме контактне дослідження цих виявів. Теорії і різні технології проведення емпіричного дослідження давно розроблені в соціології і широко використовуються, тому цей аспект пізнання латентного об'єкта ми пропускаємо. Звернемось до інших технологій, зокрема до технологій пізнавального процесу в

інтерпретативній соціології, що відзначаються певною гносеологічною специфікою.

Друга обставина. Проблема латентності в соціології – відносно давня, але вона, проте, не розроблялася як окрема тематика. Уперше на неї звернув увагу Р. Мертон (“Соціальна теорія і соціальна структура”, 1949), упровадивши в науковий структурно-функціоналістський обіг поняття “латентна функція”, тобто, неявна, невидима, нерозпізнана, непередбачена тощо. З того часу характеристика “латентність” так чи інакше фіксується соціологічною свідомістю, однак переважно в мертонівському дусі – стосовно виокремленої ним особливої соціальної функції. Більш ширший контекст розгляду цієї характеристики тривалий час був лише у перспективі.

Наприклад, не ставилося питання про її специфічні соціальні ознаки, про вплив на спосіб буття об’єктів як її носів, на процес пізнання. Цей контекст почав поступово розширюватися з утвердженням в соціології неокласичної і постнеокласичної раціональності, появою нових дисциплін (постмодерністських, постструктуралістських), які звернулися до вивчення тих аспектів соціальної реальності, що не фіксувалися класичною соціологією.

**Мета.** У даній статті реалізується спроба зобразити економічну культуру молоді як латентний об’єкт соціологічного пізнання. Вона вже була предметом нашого дослідження і розглядалась як соціальна цінність, тому вивчалась з погляду ціннісного й позитивістського способів дослідження. За результатами стало зрозуміло, що напряду ми можемо відображати лише поведінку молоді, а не саму її економічну культуру, яка виявляється через поведінку. З’ясувалося, що економічна культура молоді є особливим прихованим, неявним латентним об’єктом і вимагає застосування ще й іншого дослідницького підходу, ґрунтованого на засадах соціальної гносеології, яка з допомогою інтерпретативних технологій спроможна конструювати і конституювати латентний об’єкт як елемент соціальної реальності.

Однак тут слід дати більш змістовне означення латентного об’єкта. Під цим об’єктом ми вбачаємо фрагмент соціальної реальності, який існує у трьох формах – *неявній, явленій і сконструйованій*. Перші дві форми означають буття цього фрагмента самого по собі до початку процесу його пізнання, третя форма – результат пізнання, конструюючої діяльності інтелекта дослідника. *Неявна* форма буття тому і є неявною, що її носій (фрагмент соціальної реальності) не є предметним тілом, предметним утворенням, а відтак вона і не може бути зафіксована емпірично, перцепторами дослідника. Ніколи не набуваючи предметності, неявний об’єкт існує як онтологічна “пустота”, але як наявна реальність. Молодіжна економічна культура саме й має всі ознаки латентного об’єкта, існування якого підтверджується життєвою практикою, людським досвідом, до якого й має звертатися дослідник, щоб вивчати цю культуру. Можна відмітити низку індикаторів даного соціального феномена, зокрема, участь молоді людини в практичній економічній діяльності, наявність у неї економічної свідомості, економічної освіти, економічних інтересів, перебування в економічному просторі і т. д.

Дані індикатори не лише свідчать про наявність молодіжної культури, а й несуть інформацію про її специфіку. В чому ж полягає ця специфіка? Насамперед, у тому, що даний вид культури належить конкретній віковій

соціальной групі (молоді) і є її інтерсуб'єктивною характеристикою, розподіленою у свідомості індивідів і проявлюваною ними у відповідній діяльності. Вона спрямовує структури мислення, досвіду і результати пізнання реальності молоддю, забезпечуючи при цьому можливість взаєморозуміння і соціокультурної особистої ідентифікації [1, с. 300]. Молодіжна економічна культура – це своєрідний початковий процес соціалізації молодого індивіда в такій сфері суспільства, як економіка. Починаючи зі школи, студентської лави, сім'ї, в свідомості молоді закладаються основи економічних знань, у неї розвивається економічне мислення, формується перше уявлення про практичну економічну діяльність, й, нарешті, цю діяльність вона реалізує у просторі економічних відносин як власну економічну поведінку. Очевидно, найпершими елементарними формами такої поведінки є спорадичні акти участі юного індивіда в присвоювальних (розподільчих) відносинах: наприклад, купівля потрібних речей, солодощів, хоча б за рахунок використання кишенькових грошей.

Соціологічне пізнання молодіжної економічної культури можливе лише з урахуванням єдності її з поведінкою, через яку, як уже зазначалося, вона себе виявляє, тобто економічна поведінка, власне, виражає цю культуру. Поведінку можна досліджувати звичайними методами емпіричної соціології й робити певні висновки про стан молодіжної економічної культури. Проте, й суто умоглядні методи тут не є зайвими. Зокрема, методологія ідеальних типів, розроблена М. Вебером, уможлиблює аналіз значимих якісних відмінностей в рамках даного інтерсуб'єктивного явища. Соціолог, використовуючи результати емпіричного дослідження інтенсивності економічної поведінки молоді, що фіксують вияв відмінностей в самій економічній культурі, і спираючись на веберівську методологію [2], може побудувати типології цих відмінностей, які, звичайно, різняться між собою. Ці типології засвідчать наявність різновидів молодіжної економічної політики, які можна співвіднести з тими чи іншими контингентами, групами молоді.

Слід зазначити, що у справі вивчення молодіжної економічної культури особливе значення мають її постійні емпіричні індикатори різного інтегративного ґатунку: рівень економічної освіти молоді, включеність її у бізнес, ведення своєї справи, досягнення успіху, захист своїх інтересів і т.д., і т.п. Ці індикатори можна тлумачити і як фактори, і як результати економічної культури.

Молодіжна економічна культура вельми динамічне явище, спроможне змінюватись і за формою і за змістом. За останні роки водночас із залишками деяких класичних економічних цінностей спостерігається наповнення змісту цієї культури новими елементами пов'язаними з сучасними ринковими економічними пріоритетами, преференціями, виборами. Ядром цих нових цінностей виступає, як правило, економічний прагматизм (прагнення до збагачення, заробляння грошей, нагромадження матеріальних благ і т.д.).

Результати багатьох соціологічних досліджень свідчать про те, що значна частка молодих людей прагне саме до цього, інша ж – має бажання працювати за кордоном, де є можливість, якщо вдасться, нагромадити певний капітал. Так званий феномен "заробітчанства" популяризується в молодіжному середовищі. Молоді люди вивчають мову, щоб виїхати за кордон, намагаються отримати чи продовжити здобувати освіту в європейських вузах, аби залишитись там, або хоча б тимчасово попрацювати. Молодіжна економічна культура в даному

випадку зазнає метаморфоз у напрямку пристосування до західних форм економічного життя людини.

*Явлена* (трансльована) форма буття молодіжної економічної культури як латентного об'єкта. Це форма репрезентації об'єкта через вияви, що свідчать про його буттєву наявність. Підкреслимо: усі явища і процеси, що транслюють через себе ці вияви, виступають як засоби виявлення (вираження). Їх має вивчати соціолог, щоб зібрати інформацію про специфіку, наприклад, інтенсивність, повноту вияву ознак об'єкта, а далі на основі інтерпретації цієї інформації створити (сконструювати) його абстрактний образ.

Процес пізнання в соціології побудований таким чином, що вивченню латентного явища передують необхідність його розуміння (усвідомлення). Перед тим, як вивчати молодіжну економічну культуру, необхідно наперед знати, що вона існує і відзначається певними загальними, особливими та індивідуальними властивостями. Все це підказує соціологу людський досвід, який він, освоївши у процесі своєї соціалізації, одразу підключає через свій здоровий глузд до пізнання, тематизуючи дослідницьку проблему. Отож, принцип розуміння стає домінуючим у пізнанні латентного об'єкта. Він вимагає вивчати молодіжну економічну культуру з урахуванням поліформатності її існування, специфічності з точки зору того чи іншого соціального середовища, конкретного носія і т.п., і нарешті, з урахуванням можливостей ідентифікувати її. Безумовно, при пізнанні латентного об'єкта дослідник має справу з процесом його маркерування (позначення) та ідеалізації, у чому й реалізується перевага ідеального оперування об'єктом. "Ідеальний, суб'єктивний план дій відзначається значно більшими можливостями оперування змістом об'єкта у порівнянні з практичними діями" [3, с. 5]. Людський розум здатний створювати й маніпулювати образами, ставлячи об'єкт на розгляд у різні ракурси, завдяки чому останній проявляє різноманітні, зокрема, й найбільш важливі чи цікаві властивості [4, с. 123]. Звісна річ, застосування цієї пізнавальної процедури у вивченні молодіжної економічної культури – не проста річ, але можлива. Проте це – особливе епістемологічне питання, яке тут не обговорюється.

У такій пізнавальній ситуації латентний об'єкт, як уже зазначалося, не підлягає прямому відображенню, а опосередкованому – через умоглядне сприймання, яке не передбачає безпосередньої взаємодії суб'єкта з об'єктом. Тому у цьому випадку немає сенсу говорити про їх зв'язок через чуттєве відображення [5, с. 4]. Для того, щоб відбувся процес умоглядного пізнання, потрібен відповідний понятійний апарат, що становить головну умову цього пізнання.

Інтерсуб'єктивна молодіжна економічна культура – це характеристика групи і кожного, хто входить до цієї групи, тому належить її вивчати як на загально груповому, так і на індивідуальному рівнях. Зрозуміло, при цьому показники не будуть в усьому співпадати. Скажімо, для молодіжної людини характерними будуть: навички участі в господарській діяльності, уміння економічних розрахунків, виконання певних економічних ролей, здатність відповідати за фінансові витрати, самостійність у прийнятті рішення щодо економічних ситуацій, і т.д. На груповому рівні важливим показником стану молодіжної економічної культури є молодіжні організації, які займаються реальною економічною діяльністю, економічною освітою та просвітою. У процесі практичної економічної діяльності формуються

особисті ділові якості: підприємливість, раціональна ощадливість, працьовитість, дисциплінованість, відповідальність за свої вчинки, цілеспрямованість, толерантність, економіко-комунікативна активність, діловитість, чесність, повага до чужої власності; користування продуктами власної праці і т.д. Усе це з різною мірою релевантності теж може слугувати показниками економічної культури індивіда.

*Сконструйована* форма молодіжної економічної політики як латентного об'єкта – це результат пізнання не явного феномену, а перетвореного із соціального на соціологічний факт. Даний конструкт не відображує латентного об'єкта у прямому гносеологічному розумінні цього слова, а маркерує (позначає) його.

Отже, явлена форма буття латентного об'єкта – це форма його соціологічного представлення у відповідній системі термінів, понять, метафор як інструментів конструювання його образу. Дослідник продукує конструкцію – модель (ідеальний об'єкт) як реально існуючого явища. Виникає необхідність пояснення "зв'язку між оригіналом (явищем) та його ідеальним аналогом, що є заміником оригіналу на час пізнання останнього.

Однак це не означає, що за даного способу пізнання зовсім відсутнє відображення, навпаки, має місце його опосередкований варіант – через використовуваний соціологом людський досвід та досліджуваний емпіричний вияв "прихованого об'єкта", звісно, це не відчуттєвий тип відображення, а інтелектуально-раціональний, поняттєвий.

Що ж маємо в підсумку цього способу соціологічного пізнання? Дослідник, створивши інтелектуальний образ латентного об'єкта, видає його образ цілком адекватним цьому об'єкту. Більш того, через цей образ він конституює об'єкт, приписуючи йому певні ознаки. Чому так відбувається? Тому що, "накладаючи" на латентний об'єкт свій (штучний) конструкт, дослідник тим самим ототожнює їх. Цебто, досліджувана ним молодіжна економічна культура вважається такою, як і її ідеальний конструкт. Вона сприймається крізь призму тих властивостей, які позначає конструкт (свідчить про них). І це є цілком логічною процедурою мислення, оскільки діє гносеологічна закономірність, за якою ідеальний об'єкт у відношенні до реального виступає як його схема, модель, опис [6, с. 99 – 100]. Однак, ні схема, ні модель, ні опис, у даному випадку не можуть бути фотографічними.

**Висновки.** Процес пізнання латентного об'єкта відзначається такими особливостями: 1) він набуває ознак реального спостереження (емпіричних виявів об'єкта); 2) всі операції, фіксації виявів здійснюються на основі наочних образів останніх; 3) процес ідеалізації реалізується створенням ідеальних типів; 4) являє собою гіпотезо-дедуктивний варіант освоєння соціальної реальності; 5) відбувається на основі принципів розуміння, ідентифікації, маркерування, конструювання, інтерпретації; 6) спирається на співставлення отриманої інформації з системою знань (людським досвідом); 7) потребує експериментальної доказовості; 8) вимагає дотримання правил перенесення знань про одні об'єкти на інші об'єкти. Ці ж правила можуть слугувати регуляторами екстраполяції отриманої інформації від конструкції моделі (аналога об'єкта) на оригінал.

**Література**

1. *Энциклопедия эпистемологии и философии науки*. – М.: «Канон +» РООИ, 2009. – 1206 с.
2. Вебер М. Объективность социально-научного и социально-политического познания // Макс Вебер // Избр. произведения. – М. – 1990. – 805 с.
3. Тютин В.С. О природе образа (Психическое отражение в свете идей кибернетики) / В.С. Тютин. – М.: Высшая школа. – 1963. – 123 с.
4. Чернов А.П. К вопросу об умственном экспериментировании / А.П. Чернов. – “Ученые записки Горьковского Госпединститута иностранных языков”, Вып. XVII. – Горький, 1961. – 284 с.
5. Губанов Н.И. Чувственное отражение: / Н.И. Губанов. – М.: “Мысль”, 1986. – 239 с.
6. Степин В.С. Теоритическое знание: структура, история, эволюция / В.С. Степин. – М.: Прогресс – Традиция, 2003. – 743 с.