

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ ІМЕНІ. Г.С. КОСТЮКА



**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ**

Монографія

За редакцією Н. М. Дембицької

Київ
2018

УДК 159.923.2-053.81

**Рекомендовано до друку вченою радою Інституту психології імені Г.С. Костюка
НАПН України (протокол № 7 від 2 липня 2018 р.)**

Рецензенти:

Москаленко В.В. – доктор філософських наук, професор, головний науковий співробітник лабораторії психології творчості Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України;

Яблонська Т.М. – доктор психологічних наук, старший науковий співробітник, асистент кафедри психології розвитку Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді:
монографія / Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі, О.В. Лавренко, Т.І. Мельничук ; за ред. Н.М. Дембицької. – К.: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2018. – 346 с.

ISBN 978-966-97846-0-5

У колективній монографії, підготовленій науковцями лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України, висвітлюються результати теоретичних та емпіричних досліджень соціально-психологічних форм, засобів і технологій економічної соціалізації молоді. Спираючись на досягнення вітчизняної та зарубіжної науки в галузі психології, філософії, культурології, педагогіки, авторами розроблено структурно-функціональну модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації особистості, яка може використовуватись в практиці економічного виховання молоді. Розроблено і перевірено ефективність системи соціально-психологічних заходів, форм та видів психологічного впливу на рівень економічної культури особистості молодої людини. Застосування даних розробок дозволить запобігти дії стихійних факторів та сприяти цілеспрямованому становленню тих соціально-психологічних якостей молоді, які забезпечать її гармонійну інтеграцію в сучасні ринкові відносини.

Монографія адресована викладачам психології вищих навчальних закладів, докторантам, аспірантам, студентам, працівникам у галузі практичної психології, науковцям-психологам, іншим фахівцям, що ведуть науковий пошук у галузі соціальної психології, психології соціалізації особистості, розробляють проблеми економічної культури особистості, її становлення в онтогенезі в різних соціально-економічних умовах.

Номер державної реєстрації НДР 0116U004808

ISBN 978-966-97846-0-5

© Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2018

ЗМІСТ

Вступ	4
Розділ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ	
1.1. Теоретико-методологічні підходи до розробки соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді (Дембицька Н.М.)	8
1.2. Психологічні закономірності здійснення економічної соціалізації молоді (Зубіашвілі І.К.)	18
1.3. Концепція соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді (Дембицька Н.М.)	28
1.4. Структурно-функціональна модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді (Дембицька Н.М.)	36
1.5. Психологічні закономірності здійснення економічної соціалізації особистості на етапі дитинства (Мельничук Т.І.)	43
1.6. Теоретико-методологічні засади дослідження соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників (Зубіашвілі І.К.)	72
1.7. Теоретико-методологічні засади дослідження соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді в просторі вузівської освіти: моральний аспект (Лавренко О.В.)	81
Висновки до розділу 1	93
Розділ 2. СОЦІАЛІЗУЮЧІ ПРАКТИКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ	
2.1. Життєві практики як набуття особистістю досвіду економічної соціалізації (Лавренко О.В.)	97
2.2. Інтерсуб'єктивна основа соціалізуючих практик (Дембицька Н.М.)	109
2.3. Ігрові практики в соціально-психологічному забезпеченні формування основ економічної культури дітей дошкільного віку (Мельничук Т.І.)	112
2.4. Тренінгові практики у соціально-психологічному забезпеченні економічної соціалізації старшокласників (Зубіашвілі І.К.)	125
2.5. Профорієнтаційні практики у соціально-психологічному забезпеченні формування основ економічної культури старшокласників (Зубіашвілі І.К.)	137

2.6. Метафоричні асоціативні карти в соціально-психологічному забезпеченні формування основ економічної культури старшокласників (Зубіашвілі І.К.)	152
2.7. Мотивуючі тренінгові практики для дорослих як агентів економічної соціалізації учнівської молоді (Дембицька Н.М.)	162
2.8. Наставництво у соціально-психологічному забезпеченні економічної соціалізації учнівської молоді (Дембицька Н.М.)	172
2.9. «Моральний портрет» економічно успішної людини» як ігрова практика у соціально-психологічному забезпеченні формування економічної культури студентів (Лавренко О.В.).....	185
Висновки до розділу 2	195
Розділ 3. ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ	
3.1. Простір взаємин у сім'ї як умова соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дитини (Дембицька Н.М.)	202
3.2. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації дітей дошкільного віку в просторі сімейних взаємин (Мельничук Т.І.)	209
3.3. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації старшокласників (Зубіашвілі І.К.)	230
3.4. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації студентської молоді (моральний аспект) (Лавренко О.В.)	248
Висновки до розділу 3	310
Післямова	318
Література	323
Додатки	340
Відомості про авторів	345

ВСТУП

Сучасні тенденції розвитку соціальної та економічної психології невіддільні від тенденцій, характерних для суспільного, головним чином, соціально-економічного життя. До найвагоміших його змін останніми десятиліттями слід віднести тісну взаємодію різних культур та пов'язані з цим глобалізаційні процеси, локальні та світові кризи. Відбувається зміна економіки як сфери людської діяльності, змінюється її структура, зокрема, збільшується частка галузей, що відносяться до категорії економіки знань, креативної економіки. Усе це підвищує значущість розробки інноваційних практичних засобів та методів забезпечення успішності економічної поведінки суб'єктів господарської діяльності у традиційних та нових сферах економіки.

Часта зміна економічного курсу нашої країни, хаотичне реформування економіки в різних напрямках, відсутність тих проміжків часу відносно стабільного функціонування економіки, в які наші співгромадяни могли б виробити і перевірити у економічних практиках нові способи забезпечення достатку і благополуччя – все це становить неповний перелік об'єктивних чинників «пробуксовування» у конструюванні в нашій країні справді ринкових відносин. У цьому контексті гостро постає проблема забезпечення цілеспрямованого становлення у підростаючих поколіннях відповідної економічної культури. Тієї, що формується в умовах свободи і рівності різних форм власності, заснованої на паритетності позицій її носіїв, дотриманні норм ділової етики та суверенності кожного, прагненні творити нові цінності, орієнтуючись на потреби не тільки свої, а й інших та являючи світові креативний потенціал і здатність реалізовувати його.

Актуальність розробки цілісної концепції соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації сучасної молоді зумовлена і реформами в освітній галузі сучасної України, і курсом на розвиток підприємливості як однієї з провідних компетентностей молодого людини в ринковій економіці. При цьому соціально-психологічний аспект

забезпечення розвитку культури підприємливості молоді як в сім'ї, так і в сучасному закладі освіти на сьогоднішній день розроблено недостатньо. Хоча він підготовлений усім ходом розвитку вітчизняної та зарубіжної психології й педагогіки у напрямку формування соціальності молодих людей як суб'єктів економічної діяльності (А. Бояринцева, С. Буряніна, О. Вяткін, А. Євдокімова, О. Дейнека, А. Журавльов, М. Кірюхіна, А. Кітов, О. Козлова, В. Комаровська, В. Ложкін, В. Панок, А. Фенем, В. Хащенко, О. Щедрина та ін.). Однак незначна частина вітчизняних розробок в галузі економічної психології (Г. Аверьянова, З. Антонова, Н. Дембицька, І. Зубіашвілі, Л. Карамушка, О. Козлова, О. Лавренко, В. Ложкін, В. Москаленко, О. Міщенко, Н. Побірченко, С. Фера, Л. Хитрош та ін.) присвячена аналізу й розробці методів, технологій діяльності психологів та психологічних служб закладів освіти різних типів. Тим не менш, нагальною є наукова потреба підвести теоретико-методологічне підґрунтя під цілеспрямоване формування економічної культури підростаючих поколінь українців у контексті цінностей ринку. Спонукою до написання даної монографії стала і практична необхідність у розробці системи соціалізуючих практик, що забезпечують цілеспрямоване формування тих соціально-психологічних якостей молоді, які сприятимуть гармонійному включенню молодої людини у ринкову економіку.

Стан досліджень з вказаної проблеми багато в чому визначив замисел даної монографії, структура якої включає три основних розділи. Перший присвячено теоретико-методологічним проблемам соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді. У ньому, зокрема, обґрунтовується актуальність та перспективність розробки системи конкретних практичних засобів та методів цілеспрямованого впливу на формування економічної культури особистості згідно з каноном підприємливої людини. У якості однієї з теоретичних основ для створення системи таких впливів пропонується структурно-функціональна модель. Згідно з моделлю, елементи системи соціально-психологічного забезпечення

економічної соціалізації молоді організовані у цільовий, структурний та процесуальний блоки.

Нами зроблено спробу достатньо детально проаналізувати та, за можливості, врахувати досвід досліджень процесу економічної соціалізації особистості в цілому і, зокрема, закономірностей її здійснення, її сутнісних характеристик та чинників у просторі загальної середньої, вищої освіти та в просторі взаємин у сім'ї. Проведений аналіз дозволив нам висунути основну ідею дослідження, яка полягала в наступному. Оскільки економічна соціалізація особистості є процесом полідетермінованим, то спеціально розроблена система соціально-психологічних заходів, форм та видів психологічного впливу на рівень економічної культури особистості дозволить запобігти дії стихійних чинників та сприяти цілеспрямованому становленню тих її соціально-психологічних якостей, які забезпечать гармонійну інтеграцію в сучасні ринкові відносини. Розроблений і основний теоретичний інструмент доведення справедливості висунутої ідеї – структурно-функціональну модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської та студентської молоді. При цьому соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації особистості визначено як систему соціалізуючого впливу на неї, що передбачає організацію тривалого практикування молоддю співвіднесених з цінностями суспільної моралі способів створення та привласнення благ (особистих, приватних, сімейних, колективних) з метою отримання вигоди не тільки для себе, а й для інших.

Обґрунтуванню ознак соціалізуючого впливу і, відповідно, соціалізуючих практик, які сприятимуть формуванню економічної культури учнівської та студентської молоді, присвячено другий розділ колективної монографії. Особливу увагу приділено розробці конкретних практик як такого традиційного, типізованого або, навпаки, креативного, інноваційного способу економічної поведінки молоді, що синтезує її економічний досвід та актуальне сприймання нею конкретної ситуації економічної взаємодії та

сприяє конституюванню економічної суб'єктності, стаючи внутрішньоособистісною умовою гнучкого реагування особистості на соціально-економічні зміни, її руху назустріч новому досвідові.

У третьому розділі монографії проаналізовано результати експериментального доведення ефективності розроблених практик. Нами показано, що становлення основ економічної культури особистості є багатограним і складно забезпечуваним процесом і на різних вікових етапах має свої особливості. З'ясовано ефективність соціалізуючих практик, по-перше, з цілеспрямованого формування особистості дошкільника/учня/студента як суб'єкта привласнення економічних благ (у сфері споживання, зайнятості, виробництва чи приватного підприємництва, найманої праці або індивідуальної трудової діяльності, фінансування, благодійництва тощо). По-друге, підтверджено ефективність соціально-психологічних практик, що мотивують дорослих (педагогів, шкільних психологів та батьків) бути агентами економічної соціалізації. Обидва напрями реалізовано в просторі загальноосвітніх шкіл, закладів вищої освіти та взаємин у сім'ї.

Сподіваємось, що теоретичні та експериментальні результати дослідження, що становлять зміст даної монографії, зацікавлять широке коло спеціалістів в області соціальної, педагогічної, вікової, економічної психології. Ми адресуємо наші розробки як викладачам психології вищих навчальних закладів, докторантам, аспірантам, студентам, так і працівникам у галузі практичної психології, іншим фахівцям, які ведуть науковий пошук у галузі психології економічної соціалізації особистості.

Розділ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

1.1. Теоретико-методологічні підходи до розробки соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді

Сьогодні країна зумовлює потребу суспільства в економічно грамотних громадянах. Потребу в тих, хто свідомий складних перипетій нашої хронічно реформованої економіки, готовий активно і вмотивовано включатись у розбудову ринкових відносин. Йдеться про людей підприємливих, ініціативних, здатних на виважений ризик і схильних приймати відповідальні рішення на користь не тільки собі, а й іншим. У термінах економічної психології ми говоримо про те, що країна потребує людей з розвиненою економічною культурою, соціалізованих у сфері примноження, користування, раціонального розподілу матеріальних і духовних благ в економічній сфері суспільного життя.

Чи можна стверджувати, що існують ті виховні інституції, які цілеспрямовано плекають і примножують такий людський капітал? Особливо актуальною є відповідь на це питання стосовно системи освіти.

Слід підкреслити певний прогрес у питанні розвитку педагогічного підґрунтя економічної освіти в школі. Так, з 2001/2002 навчального року до інваріативної складової Типових навчальних планів ЗНЗ було включено предмет «Основи економіки». І відтоді ж кожен заклад загальної середньої освіти самостійно може визначати перелік спецкурсів для школярів залежно від профілю і мети навчання, враховуючи вік учнів. З 2000 року МОНУ рекомендовано до впровадження у ЗНЗ навчальну програму та посібник «Основи споживчих знань».

Звернувшись до Концепції «Нової української школи» [104], бачимо, що передбачається досить ґрунтовне формування знань учнів з економіки. Так, у початковій школі економічні знання сплановано інтегрувати у інші предмети, в основній (5-9 класи) економічні знання інтегруються у зміст географії, історії, математики, правознавства (курси «Економіка родини» – 5-6 кл., «Моя економіка» – 8-9 кл.), а у старшій школі економіка як базова дисципліна викладається у класах всіх профілів.

Проте психологічна складова викладання цих дисциплін потребує ґрунтовної розробки і забезпечення. Так, експертиза підручників для загальноосвітніх навчальних закладів, проведена у 2014 році співробітниками Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України, свідчить про низький ступінь реалізованості в них психологічного компоненту підприємницької компетентності як основного показника економічної соціалізованості особистості, зокрема, на етапі шкільного навчання. Це означає, що сьогоднішній заклад загальної середньої освіти мало орієнтований на розвиток у школяра інших психологічних ресурсів, окрім знань з економіки, для реалізації себе як самостійного суб'єкта економічної діяльності.

Щоправда, Концепція розвитку загальної середньої освіти в країні «Нова українська школа» орієнтована на певне уточнення змісту економічної освіти в закладах загальної середньої освіти. Так, йдеться про розвиток підприємливості школярів як системи справді актуальних для ринкової економіки компетенцій. Все це вимагає розробки теоретичних і практичних інструментів цілеспрямованої соціалізації підприємливої в економічній сфері людини. Вони мають озброїти учнів не тільки і не стільки економічними знаннями, а сприяти розвитку щонайперше психологічних складових підприємницької компетентності: світогляду справжнього господаря, Я-концепції власника, системи вмінь приймати самостійне рішення і здійснювати власний економічний вибір, навичок діяти, коли порушуються права власника тощо. Для з'ясування сутності соціально-психологічного

забезпечення звернемося до суміжних понять: психологічний супровід, допомога, здійснення, реалізація соціалізуючого впливу на особистість молоді людини.

Як зазначає Н. Кривоконь [75], розвиток концепцій соціально-психологічного забезпечення діяльності тісно пов'язаний з такими галузями як практична, прикладна, соціальна психологія, психологія праці і зумовлюється проникненням психологічної теорії та практики в усі сфери суспільного життя. Даний напрям успішно розвивається завдяки дослідженням вітчизняних і зарубіжних авторів, таких як Д.В. Гандер, М.О. Дмитрієва, М.М. Дорошенко, Л.М. Карамушка, М.С. Корольчук, В.М. Крайнюк, С.Л. Леньков, С.Д. Максименко, Ю.І. Машбиць, Г.С. Нікіфоров, В.С. Новіков, В.І. Осьодло, В.Г. Панок, Н.Ю. Скороходова, В.В. Стасюк, Т.В. Шеломова та інших. Вченими виділяються певні етапи, функції та рівні соціально-психологічного забезпечення, розробляються його концепції, програми та моделі для різних видів діяльності.

Аналіз останніх публікацій з проблеми свідчить про відсутність у психологічній літературі єдності у розумінні сутності забезпечення будь-якого процесу. Термін «забезпечення» [4;117;125] розглядається як процес набуття властивостей надійності, неухильності здійснення певних заходів, досягнення поставлених цілей шляхом створення необхідних і достатніх умов для цього. Предмет забезпечення має соціально-психологічну природу і для його змін застосовуються соціально-психологічні засоби.

Аналіз доробку вчених дозволив дійти висновку, що зміст соціально-психологічного забезпечення професійної діяльності розглядається науковцями в трьох основних вимірах: 1) як система заходів, що мають на меті вдосконалення, оптимізацію професійної діяльності; 2) як специфічна діяльність, супровід особистості в професії; 3) як процес перетворення особистості, набуття нею нового досвіду, нових якостей, рис тощо. Причому, це перетворення зумовлене спеціально організованими впливами і супроводом, а сама особистість при цьому має бути достатньо вмотивована.

Соціально- психологічне забезпечення будь-якої діяльності спрямоване на вирішення конкретних соціально-психологічних проблем та/або завдань, які постають перед людьми в процесі підготовки та безпосереднього здійснення різних видів соціальної активності [75]. Воно має на меті оптимізацію того виду діяльності, на який направлене шляхом впровадження соціально-психологічних теорій і методів. Концепція соціально-психологічного забезпечення соціальної роботи Н.Кривоконь нам видається найбільш послідовно і системно розробленою, оскільки включає: 1) цілісну систему заходів і методів налагодження взаємодії з клієнтом (в даному випадку – з людиною, яка перебуває у скрутних життєвих обставинах), а також 2) систему менеджменту самих служб (тут – соціальних), покликаних реалізовувати таку взаємодію. Спираючись у розробці концепції соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді на згаданий вище доробок, ми тим самим включаємо і особистість соціалізанта (молодь), і вплив соціальне оточення, яке виконує соціалізуючі функції. У такому розрізі соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації постає як комплекс теоретичних соціально-психологічних положень, які пояснюють чинники і механізми економічної соціалізації особистості на різних її вікових етапах та в різних умовах життя, а також сукупність заходів та практичних моделей, покликаних створити сприятливі умови як для організації соціалізуючого впливу на особистість молодої людини з метою як сприяння формуванню у неї економічної культури підприємливого типу, так і психологічної підготовки агентів такого впливу.

Обґрунтуємо ті методологічно і теоретично важливі положення та принципи, на яких, на нашу думку, має базуватись система соціально-психологічного забезпечення цілеспрямованої економічної соціалізації молоді. В рамках *культурно-діяльнісного підходу* [10;96;148] економічну соціалізацію особистості ми розглядаємо як процес поступового становлення її економічної культури [126;127]. Остання є складним соціально-психологічним феноменом, який має місце і на рівні суспільної, і на рівні

індивідуальної свідомості. На рівні суспільної свідомості він проявляється у системі цінностей суспільства, що імпліцитно несуть в собі нормативний образ «людини економічної» [96.; 126; 127]. Отже, у масштабах суспільної свідомості економічну соціалізацію розуміємо як взаємопов'язані процеси становлення і розвитку економічної культури суспільства – об'єктивованої у майні, знаннях, досягненнях, проектах людства щодо суспільного досвіду привласнення-відчуження життєво важливих благ. Останній зберігається у відокремленому від суб'єкта матеріальному чи духовному вигляді. У процесі діяльності по опредметненню цінного людству креативу в предметах привласнення об'єктивуються результати його творчої активності [34].

Індивідом освоюється ці надбання в процесі діяльного розпредметнення і подальшої інтеріоризації закарбованого в предметах культури досвіду успішного привласнення-відчуження благ. У процесі розпредметнення особистість освоює, розкриває для себе креативний потенціал людства засобами активності. Оперуючи матеріальними і духовними речами, особистість навчається нормам і прийомам колективного буття, у тому числі – економічного [96;35]. Отже, в даному дослідженні забезпечується на рівні індивідуальної свідомості процес становлення і розвитку економічної культури особистості як системи тих соціально-психологічних якостей, які забезпечать їй гармонійне включення в економічні відносини. Слід враховувати, що в економічній культурі особистості закарбовані найбільш ефективні взірці організації взаємин з оточенням, яке претендує на одні й ті ж самі життєві блага. У кожен окремий момент онтогенезу економічна культура є результатом становлення соціальності індивіда у сфері відносин, опосередкованих благами. Так, вона несе в собі найадаптивніші стратегії конституювання, підтримки та розвитку тих психологічних зв'язків між людьми, які пов'язані з привласненням обмежених матеріальних та духовних ресурсів. Творче освоєння набутків економічної культури суспільства – найважливіша умова економічної соціалізації особистості.

Закладам освіти відводиться важлива роль у розвиткові економічної культури молоді. Цілеспрямоване формування останньої має організовуватись з урахуванням усіх соціально-психологічних закономірностей, згідно з якими розвивається особистість як суб'єкт економіки. На них засновані наступні методологічно важливі принципи побудови такої системи соціалізації.

Принцип суб'єктності та суб'єкт-суб'єктної взаємодії. Концепція «Нова українська школа» наголошує на суб'єктності учіння [105, С. 10], на цілеспрямованій організації процесу соціалізації молоді як суб'єкт-суб'єктної взаємодії дитини з оточенням (з педагогами, психологами, батьками, однолітками). Сформовані ще в шкільні роки навички організації та підтримки таких взаємин стануть психологічним підґрунтям поведінки школяра як власника. Адже успішні економічні відносини базуються на принципах максимально взаємної вигоди і завжди відбуваються у просторі стосунків з іншими людьми. Приводом і предметом таких стосунків є матеріальні чи духовні блага, привласнення-відчуження яких прагне особистість. Отже, основи економічної культури особистості дитини формуються в конкретних взаєминах, що складаються навколо і з приводу обміну благами – знаннями, ідеями, речами, соціальними контактами тощо – щонайперше, в системі особистої власності дитини.

Власність – це завжди відносини [32; 65; 69]. Їх учасники мають контактувати, домовлятися, організовувати взаємні дії, претендуючи на одні й ті ж блага, прагнучи втілити свої задуми, задовольнити свої потреби, реалізуючи своє буття в просторі тих само предметів, ідей чи винаходів.

Оскільки поза іншими претендентами на обмежені ресурси відносини власності не існують, то «економічне» в житті людини – це завжди соціально-психологічне явище. Власність – це завжди відносини з іншими, що є співорганізованими, оскільки буттєві простори одного власника співузгоджуються з відповідними просторами інших суб'єктів. І оскільки економічні відносини базуються на наявності того, хто претендує на благо,

якого прагнеш і ти, то на рівні суб'єктів існує взаємний вплив різних індивідуальних буттєвих просторів. Він означає спів-буття як особливу реальність, яка вже не зводиться до індивідуальних реальностей. В ній не те що розмиваються індивідуальні суб'єкти, але народжується нова суб'єктність – спільна [32].

Отже, формування економічної культури самою природою економічних відносин націлене на розвиток у школярів суб'єктності як здатності перетворювати життєві блага на свої власні не насильницькими засобами, а в ході партнерської взаємодії з суб'єктами привласнення, на основі усвідомлення взаємної вигоди для усіх учасників. Такої ж думки дотримуються і розробники Рамки EntreComp [153] – еталону для будь-якої ініціативи, спрямованої на заохочення підприємницької діяльності громадян Європи. EntreComp визначає підприємливість як наскрізну компетентність, яка застосовується у всіх сферах життя: від піклування про власний розвиток до активної участі у житті суспільства, входження (повторного входження) на ринок праці в якості працівника або самозайнятої особи, а також до заснування будь-якого підприємства (культурного, соціального чи комерційного характеру). Для нас важливим є те, що це поняття базується на широкому визначенні підприємливості й означає створення цінності для інших у будь-якій сфері діяльності.

За суб'єкт-суб'єктної взаємодії можна говорити про розвиток підприємливості як того особистісного надбання, яке забезпечуватиме життєстійкість особистості і становитиме зміст її соціальності як власника.

Принцип системності. Організація цілеспрямованої соціалізації власника буде ефективною в тому випадку, коли враховуються соціально-психологічні властивості відносин, досвід яких маємо розвивати. Так, доцільним є розвиток у дитини досвіду свідомо організовувати і безконфліктно трансформувати простір своїх зв'язків (емоційних, моральних, інформаційних тощо) з кимось іншим, хто претендує на ті речі, ідеї, витвори, які вона вважає своїми, володіє, користується і розпоряджається – на майно,

духовне чи матеріальне, яке являє собою певну цінність для багатьох суб'єктів.

Найпростішою одиницю відносин власності є триада зв'язків між двома суб'єктами [69], які претендують на одне благо і в процесі розгортання яких обоє набувають певної вигоди, якої очікували, вступаючи у взаємини: суб'єкт привласнення, суб'єкт відчуження та власне благо як об'єкт відносин привласнення-відчуження. Отже, економічна сутність даних взаємин між суб'єктами – досягти певної цінності, оволодіти певним благом або отримати квазі-благо (наприклад, гроші як ціннісний еквівалент блага). Слід наголосити на тому, що в таких взаєминах усі учасники отримують бажану цінність – один, привласнюючи благо, набуває право володіння, користування чи розпорядження ним, а інший, відчужуючи від себе, навзаєм отримує цінність, еквівалентну праву володіння відчуженим благом.

Але ця триада ускладнюватиметься і набуватиме системності і узгодженості в свідомості молодій особі у міру того, як вона усвідомлюватиме, з одного боку, усе розмаїття матеріальних чи духовних об'єктів, якими може володіти, з іншого – свої психологічні ресурси втримувати, примножувати та з вигодою відмовлятися від того, що вважає своїм.

Тому організація будь-яких заходів з розвитку економічної культури в школі має бути спрямована на: 1) усвідомлення молоді людиною закономірностей, смислів, типології можливих відносин, що виникають щодо привласнюваних благ, свого місця і ролі в них (на розвиток когнітивних складових культури); 2) переживання цих відносин і формування позитивного, співвіднесеного з моральними цінностями, ставлення до них (на розвиток афективних складових культури); 3) формування і розвиток особистісних ресурсів для прогнозування, організації та довільної трансформації вказаних відносин (на розвиток конативних складових культури).

Принцип етичності. У дитячі роки власність виникає як соціально-психологічний простір взаємовигідного обміну дитини матеріальними чи духовними благами з іншими людьми. Таким простором для дитини є, перш за все, її особиста власність – її відносини з приводу використання і примноження, захисту і збереження своїх прав [103] на особисту територію і майно (у тому числі, на власне життя і тіло), на особистий час і стосунки, на власні смаки, витівки, ідеї тощо.

Саме це спонукає нас поглянути на особисту економіку дитини з точки зору етики [80; 100]. Навчитись співвідносити власні смаки, пріоритети, потреби з відповідними інтенціями іншої людини і при цьому домогтися власної вигоди за мінімальних втрат – в цьому глибинний смисл процесу формування економічної культури сучасної молоді. Сприяти соціалізації дитини саме у цих відносинах – завдання, що постає перед усіма агентами економічної соціалізації, принаймні у закладах освіти.

Норми суспільної моралі, втілені у вимогах до ролі покупця чи споживача, працівника чи вкладника, благодійника чи підприємця, задають етичну розмірність економічній культурі дитини. Вони ж мають зорієнтовувати нас, тих, хто здійснює соціалізуючий вплив на особистість дитини, у русло ринкових цінностей, на шлях цілеспрямованого формування у дітей рис підприємливої людини: свідомої, здатної до рефлексії і критичного мислення, ініціативної і творчої, активної і відповідальної, самостійної у прийнятті рішень щодо привласнення чи відчуження особистих благ.

Саме на розвиток цих особистісних якостей мають бути спрямовані соціалізуючі заходи в системі економічного виховання.

Принцип балансу приватності-публічності. Економічно культурною людина не народжується. Цей психологічний ресурс формується в ході її соціалізації завдяки включенню у різні відносини, спрямовані на набуття економічної цінності/блага мінімальними витратами. В дитинстві, як ми зазначали вище, такими відносинами щонайперше стають відносини

особистої власності. Остання передбачає відносини з іншими (окремими людьми чи цілими організаціями) з приводу розподілу обмежених життєвих благ, які особисто притаманні, належні виключно одному суб'єктові – їх власникові, – та здатні задовольняти його матеріальні й духовні потреби. При цьому слід враховувати, що в юридичному плані дитина не може виступати як самостійний суб'єкт власності. Тим не менш, від самого народження і протягом усього життя людина вдосконалюється, з одного боку, як суб'єкт безумовного особистого моноволодіння багатьма благами: від власної вітальності, тілесності, людських чеснот до особистої територіальності, майна і соціальних контактів – як суб'єкт приватного життя, своєї приватності.

Принагідно зазначимо сенс терміну «приватність» [103], яка спочатку означала право на особисту власність. Пізніше приватність стала включати також «особисту справу», «приватне життя», досвід сепарації від фізичного і соціального середовища, особистий контроль над обставинами свого життя, відповідальність за здійснювані вибори і просто економічну та інформаційну безпеку. Суттєвою стороною збереження приватності є захист від нагляду, контролю, спостереження. Отже, основою приватності є як категорії, що описують соціальну динаміку, так і категорії, які означають самоконтроль, свободу і відповідальність, тобто суб'єктні властивості особистості.

З іншого ж боку, людина все життя розвивається як соціальна істота. Тому її приватність формується і розвивається на фоні публічності, в просторі оцінок, думок, переконань, конвенцій, образів, що пред'являються іншими. Норми і правила поведінки в таких публічних просторах, як заклади освіти, дозвілля тощо - це завжди корелят публічних соціокультурних пріоритетів. За рахунок цього життя дитини на етапі дотрудової соціалізації поступово набуває публічних ознак.

Публічність, насправді, уже закладена у феномені приватності, тісно пов'язана з останньою, означаючи відкритість, доступність і колективність

життя суб'єкта. Отже, протягом дорослішання особистості становлення основ її економічної культури відбувається в умовах парадоксальної єдності двох, на перший погляд, протилежних тенденцій. Йдеться про публічність як характерну рису відносин у закладах освіти, і, одночасно, про утвердження приватності дитини як індикатора розвитку її суб'єктних якостей.

1.2. Психологічні закономірності здійснення економічної соціалізації молоді

Вступ сучасного світу в епоху глобалізації привів до кардинальних змін практично у всіх сферах суспільного життя. Революційний стрибок у розвитку інформаційних технологій, який є основою цього феномену, різко перетворив картину світової економіки, політичної, соціальної та духовної галузі життєдіяльності людини. Процеси глобалізації змінили життєві цілі, проявили нові умови, форми, фактори та інститути соціалізації. Мова йде про формування в ХХІ сторіччі світового ринку праці та надмобільності трудових ресурсів; загострення проблем, пов'язаних з мігрантами та їх інтеграцією в соціум; зміни цілей, задач і структури освіти в рамках Болонського процесу. У самому суспільстві змінюється роль інститутів соціалізації й освіти, завдяки розвитку комунікативного простору як атрибуту глобалізації; все більше розвивається віртуальність як новий спосіб соціалізації. У зв'язку з цим з'являються нові завдання в плані теоретичного осмислення і конкретизації найважливіших аспектів соціалізації учнівської молоді.

У сучасній науці стають затребуваними концепції економічної соціалізованості особистості, що формується в мінливих соціально-економічних умовах. Витоки сучасних теорій соціалізації зосереджені в працях таких зарубіжних вчених, як Е. Гідденс, Ф. Гіддингс, У. Джемс, Е. Дюркгейм, Т. Парсонс, Г. Тард та ін. У вітчизняній та російській науці поняття «соціалізація» досліджували в рамках різних дисциплінарних

підходів Г. Андреева, О. Асмолов, Н. Дембицька, А. Ковальова, І. Кон, О. Мудрик, В. Москаленко, В. Мухіна, О. Петровський та ін.

Соціалізація (від латинського *socialis* – суспільний) – це процес засвоєння індивідом певної системи знань, норм і цінностей, які дозволяють йому функціонувати в якості повноважного члену суспільства. Цей процес включає як цілеспрямований вплив на особистість (виховання), так і стихійні спонтанні процеси, що впливають на її формування.

Вплив суспільства на особистість здійснюється або безпосередньо, або через групу. Конкретні групи, в яких особистість приєднується до систем цінностей і норм, є інститутами соціалізації. Соціалізація відбувається в сім'ї, у школі, у закладі вищої освіти, у професійній сфері. Все більш впливовими засобами соціалізації стають засоби масових комунікацій (телебачення, міжнародна інформаційна мережа «Інтернет»).

У діяльнісному плані соціалізація особистості пов'язана з пізнавальною, економічною, соціально-політичною діяльністю людини, яка імпліцитно включена у всі основні види діяльності – спілкування, гру, навчання і працю.

Теоретичний аналіз досліджень, присвячених проблемі соціалізації, дозволяє визначити нові тенденції, що супроводжують процес економічної соціалізації особистості в умовах трансформації українського суспільства: різка зміна укладу життя, коли старше покоління стає нездатним забезпечити спадкоємність передачі соціального досвіду; вплив соціально-економічних факторів на формування ціннісних орієнтацій молоді та її життєвих настановлень (соціальне розшарування населення, зміна структури зайнятості, низький рівень оплати праці, недоступність житла, падіння престижу чесної праці тощо); зростання ролі віртуального простору в конструюванні свідомості та поведінкової практики молоді.

Сутність економічної соціалізації ми розглядаємо, з одного боку, як входження індивіда в соціально-економічне середовище, систему соціально-економічних зв'язків, а з іншого – як активне відтворення системи соціально-

економічних зв'язків індивідом в ході його діяльності та включенні в соціально-економічне середовище (Г. Андрєєва, О. Мудрік та ін.), щоб молоді люди не просто засвоювали соціально-економічний досвід, але і як представники соціальної групи, що динамічно розвивається, швидко адаптувалися до реалій життя, активно перетворювали її в особисті цінності та настановлення, орієнтації. Саме від активності молоді залежить просування України на шляху прогресу та побудова соціально-орієнтованої економіки.

Спочатку дослідники розглядали соціалізацію як цілісний процес, не вивчаючи її окремих складових, не враховуючи її варіативності. Однак надалі цей процес був розглянутий з різних позицій. Аналіз праць зарубіжних і вітчизняних досліджень (Г. Андрєєва, П. Бергер, Т. Лукман, Н. Смелзер, Д. Майерс, В. Москаленко, Я. Гилінський, О. Мудрік, А. Ковальова та ін.) дає змогу виявити такі класифікації соціалізації: за характером впливу агентів соціалізації (первинна та вторинна), за змістом (професійна, правова, політична, економічна, гендерна), за результативністю (успішна, кризова, реабілітаційна, примусова), за стадіями (дотрудова, трудова, післятрудова).

Вперше термін «економічна соціалізація» був використаний представниками зарубіжної економічної психології – С. Камінгсом і Д. Тейбелем, які розглядали економічну соціалізацію як процес засвоєння індивідуумами соціального досвіду в економічній сфері життя [155].

Дослідники А. Журавльов і Т. Дробишева пов'язують існування різних аспектів соціалізації з тим, що змістові компоненти соціалізації особистості в умовах економічних відносин в суспільстві визначаються не лише психологічними, але й економічними законами, які не можуть бути розглянутими в рамках загальної теорії соціалізації [47]. О. Вяткін називає ознаки, які роблять соціалізацію економічною: по-перше, у випадках, коли сам процес соціалізації отримує економічні ознаки, як процес відображення об'єктивної економічної реальності; по-друге, в процесі формування економічної свідомості як вищого рівня відображення економічних відносин;

по-третє, як процес і результат присвоєння економічного досвіду в економічній діяльності та входження в соціально-економічне середовище [26]. Г. Сем'я стверджує, що економічну соціалізацію (в загальному контексті процесу соціалізації) можна розглядати як процес перевтілення людини в повноважного члена економічної спільноти [26].

Ми згодні з відомими підходами вчених, які вивчали цей феномен наприкінці 90-х–початку 2000-х років у період соціально-економічних перетворень в пострадянських країнах і розглядали економічну соціалізацію як соціальний процес набуття знань, навичок, поведінки, думок, відносин і уявлень, притаманних економічному світу; як здійснення людиною різних економічних ролей в суспільстві (виробник, споживач, платник податків, акціонер тощо) [26]. Однак, на нашу думку, перше десятиріччя XXI століття було пов'язано з проявом нових факторів, які не могли бути врахованими раніше (світова криза 2008 року, яка означила негативні наслідки ліберальної моделі економічного розвитку, побудованої на ідеї отримання максимального прибутку; поглиблення процесів глобалізації й віртуалізації та, у зв'язку з цим, зміна цілей і завдань інститутів освіти; модернізація виробничо-технологічних основ економіки), що пред'являють нові вимоги до системи освіти. Виявлені проблеми є підставою для визначення нових підходів до проблем економічної соціалізації молоді.

Економічна соціалізація як важливий елемент єдиного процесу соціалізації індивіда триває практично все життя і починається в дитинстві. Вже у ранньому дитинстві при спілкуванні з батьками, однолітками у дитини починають формуватися перші уявлення про економіку, різні економічні поняття: гроші, банк, покупка, реклама, бідність тощо. На ранніх вікових етапах основну роль в економічній соціалізації відіграє сім'я. У молодшому шкільному віці у дітей з'являється цікавість до кишенькових грошей: вони здійснюють самостійні покупки, починають розуміти значення рівня доходів сім'ї. У юнацькому віці економічна соціалізація починає набувати специфічних особливостей, юнаки та дівчата більш свідомо виражають свої

потреби, засвоюють поняття праці, вміння заробляти, уявлення про борг, ігри на гроші. На цьому етапі соціалізації, при збереженні ролі сім'ї, зростає вплив таких інститутів соціалізації як школа, група однолітків, засоби масової інформації, а останнім часом – інформаційна мережа Інтернет, яка забезпечує доступ до будь-якої інформації, у тому числі, ділового і фінансового характеру.

Наведений вище аналіз наукових праць відомих дослідників дозволяє нам приєднатися до авторського підходу О. Вяткіна, який визначає економічний критерій соціалізації як «кут зору», економічним змістом якого є максимум корисності [26]. Автор зазначає, що людина і як член суспільства, і як суб'єкт економіки, постійно стикається з проблемою вибору обмежених ресурсів, які має. Тому критерієм мети її економічної поведінки є максимізація вигоди (корисності), отримання найбільшого ефекту при найменших витратах.

Але в контексті нашого дослідження потрібно зазначити, що формування вміння приймати економічні рішення з урахуванням моральних орієнтирів, осмислення ціни цього вибору – це вже психолого-педагогічні завдання, що повинні реалізовуватися через економічну освіту та економічне виховання учнівської молоді.

Новий етап у дослідженні проблем економічної соціалізації представлено в дослідженнях зарубіжної соціальної та крос-культурної психології, починаючи з середини ХХ сторіччя [155]. Економічна соціалізація розглядається зарубіжними вченими, частіше за все, в межах біхевіористського підходу як процес, завдяки якому люди навчаються діяти в економіці; як вони використовують гроші та розуміють призначення економіки, що, на думку низки дослідників, методологічно обмежує сутність явища, які вивчається [157].

Ми згодні з поглядами вчених, які вважають, що цей підхід враховує лише одну сторону процесу соціалізації – як середовище впливає на людину. Цей підхід характеризує ранню стадію соціалізації. Наше дослідження

показало, що соціалізація в юнацькому віці відбувається в особливий період життя (стадія процесу самовизначення, у тому числі й економічного), коли особистість не лише засвоює соціально-економічний досвід, але й відтворює його, перетворюючи у власні цінності, настановлення, орієнтації.

Значний внесок у вивчення процесу економічної соціалізації належить науковим працям, присвяченим проблемі входження дітей в світ грошей (О. Козлова, Н. Побірченко, Б. Стейсі, А. Фенько, А. Фернам). За даними цих досліджень, на формування монетарних уявлень впливають сімейні цінності та настановлення; загальна економічна ситуація, в якій живе дитина; система розподілу в суспільстві (соціалістична або ринкова); власний досвід економічної діяльності (покупки, кишенькові гроші, власні заробітки тощо) [72;161].

У вітчизняній науці проблеми економічної соціалізації вивчаються відносно нещодавно, усього два десятиріччя тому. Однак окремі аспекти цього явища розглядались в рамках таких наук як філософія, економічна теорія, педагогіка, соціологія, психологія. Психолого-педагогічний аспект економічної соціалізації представлено в працях Н. Дембицької, О. Лавренко, В. Москаленко, Н. Побірченко тощо.

Проведений нами науковий аналіз дозволяє виокремити три аспекти феномену, що нами вивчається – економічний, психологічний, педагогічний.

О. Вяткін, А. Журавльов, О. Козлова, В. Москаленко розглядають економічну соціалізацію як психологічний феномен, як розгляд індивідуальності особистості в контексті її взаємодії із соціумом, того, як особистість обирає для себе представлені суспільством зразки поведінки, ціннісні орієнтації, а потім відтворює їх в економічній діяльності.

Дослідники виокремлюють культурологічні аспекти економічної соціалізації. З цієї точки зору, економічна соціалізація відбувається як процес оволодіння людиною культурного спадку, соціально значущих економічних цінностей. В. Москаленко вважає, що економічна соціалізація людини визначається рівнем її економічної культури. На думку вченої, формування

економічної культури, а як наслідок, і процес економічної соціалізації, повинен відбуватися через розвиток усіх її складових.

Основна функція економічної соціалізації – адаптація молоді до динамічних суспільних умов, тобто активне пристосування суб'єктів господарювання до мінливих умов життя. На наш погляд, психолого-педагогічний аспект цієї проблеми пов'язано, з одного боку, з тим, щоб навчити молодь жити в суспільстві, в якому є багаті та бідні, здорові та хворі, слабкі та сильні, а з другого боку, розвивати у підростаючого покоління якості особистості, що дозволяють пристосуватися до ринкової системи: активність, стресостійкість, цілеспрямованість, самостійність, мобільність.

Сучасна соціально-економічна ситуація потребує розвитку активної і гнучкої життєвої позиції, яка стимулює людей до використання потенційних здібностей, які вони мають, до самореалізації та особистісного зростання в межах тих соціальних умов і тієї культури, в якій вони розвиваються. Процес и результати економічної соціалізації, як відмічає В.Сластьонін, мають внутрішньо суперечливий характер, тому що в ідеалі соціалізована людина повинна відповідати соціальним вимогам і в той же час протистояти негативним тенденціям зовнішнього світу, що гальмують розвиток її індивідуальності [62].

Особливу роль економічна соціалізація відіграє в період навчання в школі. Це пояснюється тим, що економічна соціалізація відбувається в умовах стихійної взаємодії індивіда з соціально-економічним середовищем. Шкільний етап економічної соціалізації відрізняється змістом великої частки виховного впливу на особистість. Психолого-виховний процес, що відбувається на етапі юнацтва, має значні відмінності від попередніх етапів, оскільки тут психологи і педагоги мають справу з достатньо розвиненою в соціальному відношенні особистістю. У зв'язку з цим, деякі дослідники вважають, що співвідношення феноменів виховання та соціалізації слід розглядати як ті, що доповнюють одне одного [44].

Принцип доповнення, з одного боку, дозволяє вважати виховання одним із соціальних факторів розвитку людини, а з іншого боку, розкриває глибинний зв'язок виховання і соціалізації, тому що розвиток підростаючої людини в сучасному суспільстві відбувається в ситуації постійних змін у всіх сферах життя. А тому процес виховання передбачає також процес соціалізації [72].

Найважливішими характеристиками освітньої взаємодії при гуманістичному типі соціалізації підростаючої людини виступає перенос наголосу на самосвідомість, самовиховання, розвиток та взаємодію (сумісний пошук оптимальних рішень, активне співробітництво в кооперації, діалогічні пріоритети співробітництва). У результаті цього у підростаючої особистості складається думка про себе. Така система настановлень притаманна кожній людині і стає реалізацією «Я - концепції».

Більшість авторів розглядають феномен економічної соціалізації з боку її процесуальних характеристик (етапи, фактори, механізми, засоби) і результатів [6; 26; 31; 97].

У науковій літературі поняття «фактор» включає всі види соціального впливу [102]. У сучасних дослідженнях доводиться, що фактори соціалізації – це середовище, що розвивається, воно не є спонтанним, випадковим [97]. Фактори, що суттєво впливають на економічну соціалізацію, можуть бути класифіковані за різними ознаками. Дослідники виділяють фактори макро- і мікрорівня, об'єктивні і суб'єктивні, внутрішні і зовнішні, соціальні й індивідуально-особистісні, політичні й соціальні, економічні тощо.

Здійснення процесу соціалізації відбувається на підставі чотирьох структур, що розташовані ієрархічно. Вплив цих структур накладається одна на одну.

Перша структура – мікросистема, у функціонуванні якої індивід бере участь безпосередньо: сім'я, школа, коло друзів. До мікрофакторів, що впливають на соціалізацію молоді, слід віднести фактори соціально-

психологічного характеру – фізіологічні, генетичні та психологічні особливості молодшої людини, а також особливості того мікросередовища, в якому формується особистість. Ключовим моментом мікросередовища є взаємодія суб'єкта з іншими суб'єктами діяльності, у процесі якої суб'єкти обмінюються знаннями, почуттями, емоціями, досвідом і формуються їх рольові очікування, стандарти.

Друга структура – мезосистема – це відносини між елементами мікросистеми, наприклад, між сім'єю і школою. Мезофактори впливу на адаптаційний потенціал особистості передбачають наявність зовнішніх характеристик субкультури конкретної соціальної спільноти (етнічної, вікової, статевої, професійної, територіальної тощо), таких як цінності, норми, соціальні практики, інституціональні зразки, символи, мовленнєве середовище, що стверджується в просторі цієї субкультури.

Третя структура – екзосистема, що складається з інститутів, які не торкаються цього індивіда безпосередньо, але беруть участь в його соціалізації, іноді здійснюючи сильний вплив. Це, наприклад, робота батьків, їх ділове оточення, взаємини із самими батьками часто відіграють важливу роль у формуванні у дитини уявлень про світ дорослих.

Четверта структура – макросистема, культурне оточення. Йдеться про соціальні цінності та ідеологію, що не лише навіюються дитині, але й опосередковано впливають на функціонування перших трьох структур. Це ідеологічні настанови суспільства в цілому, дитячі та юнацькі організації ідеологічного характеру тощо.

Фактори економічної соціалізації дослідники розподіляють також на внутрішні та зовнішні (В. Мухіна, О. Руднева, М. Яницький та ін.) :

- *зовнішні фактори*: соціально-економічні умови життя людей; фактор місця (місце проживання, місцезнаходження освітнього закладу); сімейний фактор (рівень освіти батьків, рівень доходів батьків); відносини в малих

групах; навчання у школі; засоби масової інформації; праця; вплив суб'єктів (носіїв економічної інформації: політиків, чиновників, учителів тощо);

- *внутрішні фактори*: готовність до вивчення економічних дисциплін (базові знання); рівень економічних знань; економічне мислення; мотивація особистості до різних видів діяльності (до вивчення економіки, до економічної діяльності); безпосередній досвід участі в економічній діяльності; позитивне ставлення та інтерес до економічної інформації, вміння працювати з економічною інформацією; особистісні характеристики.

Фактори соціалізації, які складають фон для будь-якої діяльності, можуть бути загальними або різними для кожної окремої людини, їх можна розглядати в різних сполученнях, оскільки вони здійснюють вплив на усі елементи процесу соціалізації та безпосередньо на його характер. О. Мудрик підкреслює, що соціалізація людини протікає у взаємодії з великою кількістю умов, які більш чи менш активно впливають на її розвиток [102].

Якщо протягом довгого часу при розгляді процесів соціалізації фактори лише називалися, а в кращому випадку моделювався їх вплив на людину, то нині частіше йдеться про те, що *фактори соціалізації – це середовище, що розвивається*, та не є чимось спонтаним і випадковим.

У якості механізмів економічної соціалізації можуть виступати рефлексія, переконання, навіювання, зараження, антиципація. У своєму теоретичному аналізі ми засновуємося на критеріях успішної соціалізації, які передбачають ефективну соціальну адаптацію людини, її здатність повною мірою протистояти суспільству, життєвим ситуаціям, тобто повинна бути певна рівновага між соціальною адаптивністю та соціальною автономністю. Мірою успішності, як правило, визначається уміння людини самостійно відбирати зразки і цінності суспільства та адекватно використовувати їх у розв'язанні життєвих проблем.

Керуючись результатами досліджень загальних механізмів і факторів, що впливають на розвиток економічної свідомості й поведінки людини

(М. Боєнко, О. Мудрик, В. Мухіна та ін.), основною умовою успішної соціалізації учнів ми визначили економічну освіту як систему уявлень про механізми та закони функціонування економіки, які сприяють адаптації школярів до соціально-економічної реальності, що постійно змінюється, а також особистісному розвитку представників сучасного соціуму та їх просуванню до життєвого і професійного успіху.

У сучасному суспільстві соціальна ефективність освіти, як фактор соціалізації, що виражає ціннісні настановлення суспільства і соціальні очікування людини, зростає (Н. Лебедева, А. Татарке та ін.), що обумовлено роллю інформаційного ресурсу та залежністю розподілу цього ресурсу від рівня освіти.

1.3. Концепція соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді

Дослідження соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді засноване на доробку представників кількох наукових підходів, що проливають світло на механізми, засоби організації цілеспрямованої економічної соціалізації сучасної молоді: культурно-діяльнісного підходу у філософії та психології (В.П. Іванов, В.В. Москаленко, В.Л. Шинкарук) та структурно-функціональної концепції становлення економічної культури особистості (В.В. Москаленко, Т.В. Говорун, Л.М. Карамушка, Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі, О.В.Лавренко та ін.).

Основна ідея дослідження полягає в тому, що, оскільки економічна соціалізація є процесом полідетермінованим, то спеціально розроблена система соціально-психологічних заходів, форм та видів психологічного впливу на рівень економічної культури особистості молодої людини дозволить запобігти дії стихійних факторів та сприяти цілеспрямованому становленню тих

соціально-психологічних якостей молоді, які забезпечать її гармонійну інтеграцію в сучасні ринкові відносини.

Звернувшись до розробок проблеми психологічного впливу [100;124; 137], ми дійшли висновку, що під останнім слід розуміти таку взаємодію двох суб'єктів, за якої функціонування одного з них стає причиною змін у соціально-психологічних якостях іншого. Соціалізуючим такий вплив буде вважатись за умови наявності усвідомлюваної агентом впливу мети – того бажаного кінцевого результату, на спричинення якого спрямовані його дії. Завдяки цій активності і відбуваються зміни в соціально-психологічних якостях особистості молодої людини, яка внаслідок цього зможе гармонійно інтегруватись в економічну культуру суспільства. При цьому слід відмітити й імперативний, примусовий характер впливу стосовно реципієнта, оскільки суб'єктом постановки та реалізації цілей і задач впливу є індивідуальний (педагог, психолог освітнього закладу) чи груповий (педколектив, психологічна служба, сім'я, інші інститути виховання тощо) агент змін в особистості молодої людини. Такий вплив набуває соціалізуючого характеру ще й за умови, що він орієнтований на вимоги нормативного канону особистості, певного її типу, притаманного конкретному суспільству. Вважається, що економіки країн пострадянського простору на фоні більш та менш успішного становлення ринкових відносин потребують тих особистісних якостей, які відповідають підприємливому типові особистості.

Згідно зі згадуваною Рамкою EntreComp [153] - еталоном для будь-якої ініціативи, спрямованої на заохочення підприємницької діяльності громадян Європи, - підприємлива особистість має розвиватись у трьох взаємопов'язаних та взаємозалежних напрямках: 1) усвідомлення ідей та можливостей для створення економічних цінностей; 2) віра в себе та вмотивованість до пошуку ресурсів для втілення цих ідей і використання можливостей; 3) а також конкретні вміння реалізовувати намічене в дії. Ці напрями в цілому відповідають структурно-функціональним компонентам

економічної соціалізації особистості, обґрунтованими у розробках Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України [126-127].

Водночас, соціалізуючим є той вплив, що організований у діалогічному режимі, орієнтований на підтримку інтенцій самого «об'єкта» соціалізації – молоді людини, на активну позицію якої слід покладатись. У цьому відношенні принциповим моментом для агентів соціалізуючого впливу є усвідомлення того, що формування і подальший розвиток економіко-психологічних якостей особистості дитини опосередковується її внутрішньоособистісними психологічними характеристиками. Такий підхід зовсім не відкидає імперативного впливу того культурного простору, в якому формується соціальність особистості. Але актуальним є погляд на внутрішньоособистісні феномени як на таку ж вагому соціалізуючу силу, що і чинники зовнішнього економічного оточення. Йдеться про суб'єктний потенціал особистості, про її здатності і ресурси вибірково, спираючись на власну автентичність, згідно з власними інтенціями і потребою системою, інтеріоризувати суспільні норми і правила економічних відносин, більше того, трансформувати і творити ці відносини. З цієї точки зору соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації особистості буде успішним і зорієнтованим на формування у неї саме якостей підприємливості за умови підтримки і сприяння розвитку економічної суб'єктності в особистості. Ефективна соціалізація означає не тільки адаптування людини в суспільстві, але й становлення її суб'єктом розвитку як власної соціальності, так і відповідних якостей інших суб'єктів. Окрім здатності перетворювати самого себе, суб'єкт здатний перетворювати своє оточення, яке стає умовою формування і розвитку нових властивостей особистості, що відбувається під впливом соціокультурних умов.

Отже, соціально-психологічне забезпечення процесу економічної соціалізації, зокрема, в просторі закладу освіти буде вдалим і продуктивним, якщо чітко уявити собі бажаний результат – особистість, економіко-психологічні якості якої формуються на межі взаємопроникнення типово-

соціального і унікально-індивідуального, за дії зовнішніх впливів і внутрішньоособистісних інтенцій. В ідеалі йдеться про особистість, здатну задовольняти свої економічні потреби, втілювати власні ідеї, успішно реалізуючись в різних просторах економічних відносин - зайнятості і споживання, інвестування чи накопичення, благодійництва чи волонтерства тощо. Усе це можливе за постійного діалогування і комунікації з економічним оточенням і собою, за співвіднесення своїх моральних настановлень з чиймись моральними цінностями, щоб, бува, не перетворити усі взаємини на бездушну маніпуляцію іншими як засобами досягнення власних вигод.

Забезпечити економічну соціалізацію в школі можливо, організувавши тривалу повторюваність дій дитини і таке її вправління в окремих способах економічної діяльності, щоб останні стали повторюваними на рівні навичок, стилю життя, повсякденної економічної поведінки. Йдеться про організацію соціалізації як тривалого, ритмічного практикування дитиною усіх прийнятних для себе і оточення способів отримання економічної вигоди у вибудовуваному згідно з власною автентикою соціально-психологічному просторі економічної діяльності.

У цьому контексті забезпечити успішну економічну соціалізацію школяра означало б спонукати його і соціалізуюче оточення (у першу чергу, педагогічний, учнівський колектив та родину) до повсякденних повторюваних практик у сфері, для початку, особистості, сімейної, шкільної економік. Йдеться про практики, пов'язані з раціональним оперуванням економічними благами: споживання, зайнятості, виробництва чи приватного підприємництва, найманої праці або індивідуальної трудової діяльності, фінансування чи інвестування, благодійництва, волонтерства тощо.

Вектори ціннісної моделі підприємливої людини розглядаються при цьому стратегічними напрямками змін в економіко-психологічних якостях школярів в напрямку їх підприємливості. Вони є елементами цілісної системи соціально-психологічного забезпечення формування основ

економічної культури підприємливої людини в учнівської та студентської молоді.

Економічні практики залежно від специфіки взаємодії особистості із економічним оточенням можуть бути синтетичними і конкретними, континуальними і дискретними, фоновими, рутинізованими і конструктивними, перетворювальними. Причому фоновість–перетворювальність – це не просто той континуум економічних практик, в якому можливий розвиток економічної суб'єктності дитини. В такій послідовності – від рутинізованого, фонового практикування у привласненні-відчуженні матеріальних чи духовних благ до креативного, перетворюючого не тільки себе, а й інших, має розвиватись підприємлива людина [138].

У такому контексті система соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської, студентської молоді постає досить об'ємним соціалізуючим простором. Оскільки соціалізуючий вплив носить процесуальний характер, як і саме практикування, то уся система забезпечення може бути представлена як процес організації, спонукання до контактування суб'єкта з собою або економічним оточенням та асиміляції результатів такого практикування як набуття економічного досвіду.

Найбільш розробленими в процесуальному плані і такими, що відповідають методології нашого дослідження, можуть бути схеми циклу контакту П.Гудмена (преконтакт, контактинг, повний контакт, постконтакт) та С.Гінгера (преконтакт, вступ до контакту, контактування, вихід з контакту, асиміляція). Важливою тут є ідея щодо можливості включених у основний цикл проміжних або вбудованих циклів контактування. Цим основним може бути весь наскрізний пожиттєвий процес економічної соціалізації, частиною якого є шкільний етап. Ним може бути і кожен з окремих стратегічних напрямів соціалізації економіко-психологічних якостей особистості згідно з ціннісною матрицею економічної культури. Забезпечення економічної соціалізації як за основним, так і за вбудованими циклами розгортається на вході як процес діагностування і прогнозування станів (виділення з фону

основних фігур), в яких перебуває об'єкт забезпечення, з плануванням бажаних соціалізуючих впливів (мобілізація і підвищення енергії об'єкта, спрямованої на зміни) і генеруванням засобів та конкретних способів впливу, їх впровадженням у повсякденну діяльність на основних етапах, із підведенням підсумків (рефлексією) і асиміляцією набутого економічного досвіду на виході.

Оскільки успішність економічної соціалізації особистості багато в чому залежить від включеності в процес змін не тільки її самої, а й усіх учасників освітнього простору (щонайперше, педколективу чи викладацького складу, батьків, однокласників чи одногрупників), то система забезпечення має бути розрахована і на практикування, щонайменше, цих трьох цільових груп. Щоправда, самі практики матимуть різні цілі і будуть організовуватись згідно з віковими стадіями і відповідними формами економічної соціалізації. Спільною для всіх ознакою має бути (на інтерсуб'єктному рівні) націленість на практикування комунікації в індивідуальних і групових соціально-економічних просторах учасників. На інтрасуб'єктному рівні спільним є практикування суб'єктного ставлення до себе та до економічного оточення.

Забезпечення соціалізації батьків, педагогів та психологів шкіл, вузівської психологічної служби в першу чергу має на меті соціалізувати дорослих як агентів змін в дітях, сприяючи при цьому і практикуванню в самореалізації як суб'єктів підприємливих дій.

Заходи по соціально-психологічному забезпеченню економічної соціалізації молоді також мають диференціюватись згідно з віковою стадією процесу соціалізації. Економічне практикування на цих стадіях має свою специфіку, що втілюється у вікових моделях соціально-психологічного забезпечення процесу економічної соціалізації учнівської та студентської молоді.

Отже, об'єктом нашого дослідження була економічна соціалізація молоді. Предметом дослідження стало соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації учнівської та студентської молоді. Ми мали на меті,

проаналізувавши психологічні чинники і механізми ефективної економічної соціалізації молоді людини, розробити концепцію та теоретичну модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської та студентської молоді. Забезпечувався розвиток суб'єктного потенціалу особистості молоді людини в економічних відносинах і цілеспрямоване формування складових підприємливого типу економічної культури особистості.

Для досягнення поставленої мети дослідження нами послідовно здійснено наступні кроки: 1) визначено концептуальні основи дослідження та обґрунтовано теоретичну модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської та студентської молоді; 2) проаналізовано зміст основних структурних складових системи соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді в умовах різних форм навчання; 3) на основі отриманих даних емпіричного дослідження розроблено заходи по забезпеченню ефективності економічної соціалізації молоді в умовах різних форм навчання.

У ході науково-дослідної роботи використовувалась низка методів дослідження: теоретичні (індуктивний, дедуктивний, культурно-історичний, порівняльний, системні методи аналізу та метод моделювання), емпіричні (методи опитування, інтерв'ю, тестування, психологічного тренінгу), методи математико-статистичної обробки емпіричних даних.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше розроблено концепцію дослідження та структурно-функціональну модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації сучасної української молоді; розкрито його соціально-психологічну сутність; організовано його здійснення у двох напрямках. З одного боку, розроблено соціально-психологічні практики з цілеспрямованого формування особистості учня/студента як суб'єкта привласнення економічних благ та практично уточнено їх ефективність. З іншого боку, представлено соціально-психологічні практики, що мотивують дорослих (педагогів, шкільних

психологів та батьків) бути агентами економічної соціалізації школярів та студентів, підтверджено їх ефективність. Обидва напрями реалізовано в просторі загальноосвітніх, вищих навчальних закладів та взаємин у сім'ї. Конкретизовано структурно-функціональну модель соціально-психологічного забезпечення молоді згідно з такими окремими шляхами його реалізації соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської та студентської молоді: 1) школярів у просторі особистої власності (ігрові та тренінгові практики, учасницьке наставництво); 2) старшокласників у просторі монетарних цінностей (практики ділових ігор, тренінгові, дискутування, метафоричні асоціативні карти), 3) студентської молоді у вимірі моральних цінностей вищого навчального закладу (рефлексивно-ігрові практики) та 4) дітей в просторі взаємин у сім'ї (ігрові практики).

Теоретичне значення дослідження полягає у поглибленні теорії соціалізації особистості, а також концепції соціально-психологічного забезпечення розвитку економічної культури молоді як суб'єктної сторони і результату економічної соціалізації; у розширенні знань про зовнішні та внутрішні детермінанти процесу становлення економічної культури молоді; у отриманні нових знань про ефективні форми і засоби успішного перебігу процесу формування підприємливості молоді; у визначенні основних принципів, механізмів, засобів соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації особистості в ході навчання дитини у закладах загальної середньої та вищої освіти, а також в процесі економічного виховання у сім'ї; у теоретичному обґрунтуванні категорії соціально-психологічної практики; у розробці категорії соціалізуючої практики.

Практичне значення дослідження вбачається в обґрунтуванні діагностичного інструментарію, що може бути використаний психологами, батьками, педагогами у психодіагностиці рівня економічної соціалізованості молоді; у розробці соціалізуючих тренінгових, ігрових, інтерактивних практик

для забезпечення цілеспрямованого розвитку економічної культури різних категорій молоді.

1.4. Структурно-функціональна модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді

Обґрунтуємо структурно-функціональну модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської та студентської молоді. Спираючись на основні положення генетико-моделюючого методу в психології [85, С.5], ми повинні виокремити у цілісній особистості такі змістовні одиниці, які були б самостійними і самодостатніми, несли у собі всю цілісність і забезпечували у своїй сукупності її (цілісності) саморозвиток і функціонування. Позаяк нами вивчається забезпечення процесу соціалізації, воно має бути орієнтованим на сприяння взаємодії особистості з соціалізуючим оточенням, на розвиток цих відносин. Оскільки вихідною одиницею економічних відносин визнається [16;30;32;159;65;69] триада «суб'єкт привласнення – суб'єкт відчуження – економічне благо/цінність», то окремі напрями моделі забезпечення розроблено згідно з логікою розвитку досвіду цих відносин (див.рис. 1.1): 1) у просторі особистої власності як найпершого в онтогенезі соціально-психологічного простору, в якому апробуються і практикуються якості підприємливої людини; 2) у просторі монетарних відносин, які від дитинства до юності опосередковуються переважно кишеньковими грошми як універсальним втіленням власності; 3) у просторі сімейних взаємин, в якому транслюється і культивується модальна особистість, втілена в економічній сфері в особистості підприємливого типу; 4) в освітньому просторі закладів загальної середньої та вищої освіти, де апробуються норми публічної, суспільної моралі.

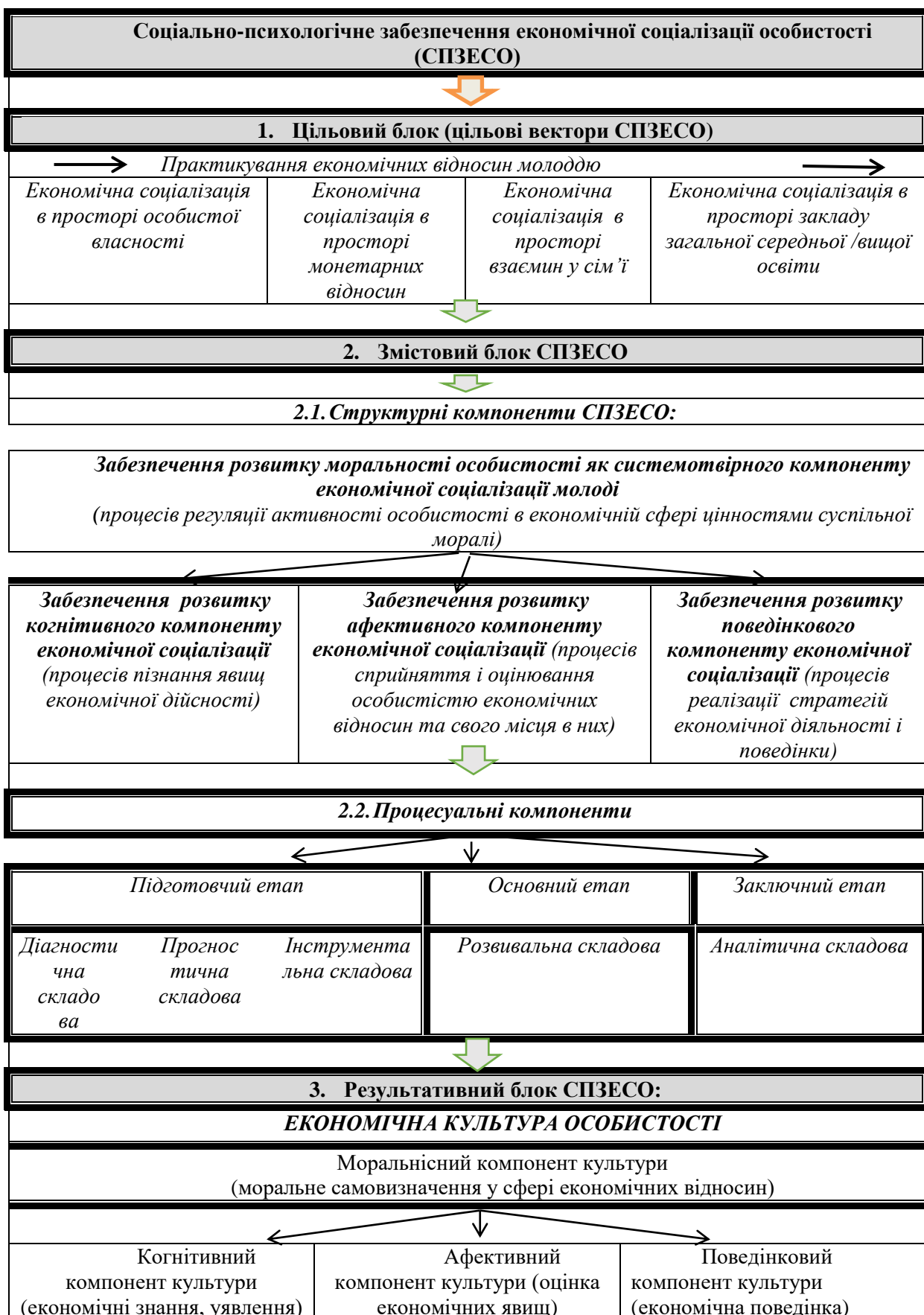


Рис. 1.1 Структурно-функціональна модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації особистості

Здійснення соціалізуючого впливу передбачається організувати, орієнтуючись на зміст і структурні компоненти власне економічної соціалізації особистості. У психології соціалізації традиційно розглядають [1;34;60;80;126;127;111] трикомпонентну структуру процесу соціалізації, виділяючи когнітивний, афективний та конативний його компоненти. На наш погляд, важливим аспектом процесу економічної соціалізації індивіда є моральнісний. Оскільки саме норми суспільної моралі задають стрижневий вектор формування соціальних якостей особистості, яких очікує і потребує ринкова економіка, в структурі цього процесу закономірно виділяємо моральнісний компонент.

Розвиток моральнісного компоненту економічної соціалізації забезпечується застосуванням тих засобів соціалізуючого впливу, які спрямовані на інтеріоризацію системи культивованих в суспільстві моральних важелів економічної поведінки молоді – її духовності. Остання виражається у співвідношенні кількості позитивних та негативних моральнісних якостей в системі особистісних [112, С.163]. Отже, функціонально забезпечується процес розвитку регуляції активності особистості в економічній сфері цінностями суспільної моралі.

Забезпеченням розвитку когнітивного компоненту економічної соціалізації передбачається вибір таких засобів соціально-психологічного впливу, які сприяють становленню уявлень особистості про економічну дійсність та про своє місце в ній. Про якісні характеристики уявлень можна судити за тією чи іншою мірою їх узагальненості чи систематизованості, цілісності, комплексності чи фрагментарності. Цей компонент включає в себе загальні економічні знання, економічні норми і цінності, які особистість засвоює в процесі соціалізації. Так у функціональному плані забезпечується процес пізнання економічної дійсності.

Забезпеченням розвитку емоційного компоненту передбачено застосування таких засобів впливу на молодь, які сприяють становленню

раціонального емоційно-ціннісного ставлення до явищ економічної дійсності. У функціональному плані забезпечується процес адекватного сприйняття і оцінювання особистістю економічної реальності та свого місця в ній.

Розвиток конативного компоненту економічної соціалізації особистості забезпечується тими формами і видами соціалізуючого впливу, які спрямовані на систему саморегуляції економічної поведінки, а саме – розвиток мотиваційно-потребової сфери особистості. Отже, у функціональному відношенні має забезпечуватись процес соціально-психологічної регуляції поведінки молодшої людини як суб'єкта економіки.

Оскільки в процесі соціалізації можна спостерігати і стійкі, й нестійкі періоди, коли відбувається зміна взаємного співвідношення функцій окремих компонентів, коли домінуючу, системоутворюючу функцію виконує певний функціональний компонент, то в забезпеченні економічної соціалізації враховуються ці закономірності. На етапі молодшого шкільного віку агентам впливу, щонайперше, доцільно спиратись на емоційні та поведінкові компоненти соціалізованості дитини в економічній сфері. На етапі підліткового віку – переважно на поведінкові, а в юнацькому віці – на когнітивні та моральнісні.

Забезпечення економічної соціалізації в процесуальному плані послідовно розгортається у кілька етапів як процес діагностування особливостей становлення і прогнозування розвитку складових економічної соціалізації суб'єктів, планування бажаних соціалізуючих впливів, розробка програми; обґрунтування та розробки інструментів і конкретних засобів впливу (підготовчий етап); організації соціалізуючого впливу в ході практикування особистістю привласнення-відчуження економічних благ (основний етап); аналізу результатів та підведення підсумків (заклучний етап). Ґрунтуючись на доробку вітчизняних дослідників [75], розглянемо детальніше процесуальну складову соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації (СПЗЕС) молоді.

Діагностична складова. Проводиться діагностика і оцінка показників економічної соціалізованості індивідуальних і групових суб'єктів соціалізуючого впливу, а саме діагностується рівень сформованості уявлень про основні феномени, пов'язані з особистими, сімейними, соціальними взаєминами, опосередкованими економічними благами.

Так, діагностуються показники: 1) *когнітивного компоненту економічної соціалізованості*: уявлення про себе та інших суб'єктів привласнення-відчуження благ; 2) особливості *афективного компоненту економічної соціалізованості*: аналізуються особливості ставлення молоді до економічних явищ; 3) особливості *конативного компоненту економічної соціалізованості*: провідні мотиви, стратегії економічної (монетарної, трудової, споживчої, фінансової, інвестиційної, благодійницької) поведінки.

Діагностика становлення усіх складових економічної соціалізації молоді, з одного боку, відкриває можливості для оцінювання особливостей розвитку її економічної культури. З іншого боку, дозволяє виділити ключові проблемні зони у її формуванні, на яких психологові доцільно сконцентрувати особливу увагу і щодо оптимізації яких розроблятимуться плани соціалізуючого впливу.

Оскільки успішність економічної соціалізації особистості багато в чому залежить від включеності в процес змін не тільки її самої, а й інших учасників соціалізуючого процесу (щонайперше, педколективу, психологічної служби, батьків, однокласників/одногогрупників), то система забезпечення має бути розрахована і на залучення цих цільових груп. Варто зауважити їхній різний статус у процесі соціалізуючої взаємодії: групи дорослих виступають як агенти впливу на економічну культуру дітей, хоча і не виключається розвиток їхньої культури підприємливості. Однокласники чи одногогрупники - це та категорія учасників соціалізуючого впливу, які можуть виконувати фасилітуючу функцію у ігрових, тренінгових практиках привласнення та в учасницькому наставництві. Забезпечення соціалізації

батьків, педагогів та психологів шкіл, вузівської психологічної служби, у першу чергу, має на меті вмотивувати дорослих діяти як агентів змін в дітях.

Прогностична складова. На основі співставлення виявленого рівня економічної культури досліджуваних з нормативним, закономірно притаманним даній віковій категорії молоді, намічаються бажані кінцеві результати соціалізуючого впливу для кожної з категорій молоді. Так, економічна соціалізація молоді - досить складний феномен, який доцільно розглядати, щонайменше, у таких основних його складових:

- майнова соціалізація як процес становлення культури володіння, користування, розпорядження речами особистого користування, спільними (на цьому етапі - переважно сімейними) матеріальними і духовними благами;
- монетарна соціалізація як процес становлення культури користування і розпорядження кишеньковими грошми;
- фінансова соціалізація як процес становлення культури користування і розпорядження заощадженнями, вкладами та безготівковими надходженнями;
- податкова соціалізація як процес становлення культури сплати податків, зокрема в процесі купівлі-продажу товарів та послуг;
- трудова соціалізація як процес становлення культури користування і розпорядження власними інтелектуальними, трудовими ресурсами, це культура зайнятості в тій чи іншій сфері виробництва, культура найманої праці, бізнесу чи підприємництва тощо.

Інструментальна складова. Обираючи та обґрунтовуючи інструменти, засоби і форми соціалізуючого впливу на економічну культуру молоді, слід враховувати закономірності становлення її складових, співвідношення у їхніх функціях на різних вікових етапах соціалізації, з чого витікають і особливі умови організації забезпечуваного процесу.

Можливості для апробування та реалізації учнівською та студентською молоддю своїх соціально-психологічних якостей, що забезпечують її

економічний успіх, відкриваються саме в просторі спілкування з іншими суб'єктами економіки. Тому основним інструментом соціалізуючого впливу вважаємо інтеріндивідні форми економічних практик. Вони можуть використовуватись на різних етапах соціалізації в освітньому просторі закладів загальної середньої та вищої освіти в якості креативних (нових для даного вікового періоду, але таких, що сприяють якісним змінам у розвитку економічної культури) та фонових (як вправління в економічних уміннях, що сприяє розмаїттю взаємин особистості з економічною дійсністю на основі досягнутого рівня розвитку економічної культури) соціалізуючих практик.

Найбільш влучними з точки зору соціалізуючого ефекту, на наш погляд, є соціально-психологічна гра, соціально-психологічний тренінг, тьюторство/наставництво (пропонуємо практикувати в системі взаємин «дорослий-учень»), учасницьке наставництво (пропонуємо практикувати у взаєминах «учень-учень»), просвітництво (лекторії, факультативи, семінари, клубні заняття тощо) та консультування в різних (індивідуальних і групових) формах.

Аналітична складова. Заключний етап забезпечення економічної соціалізації молоді передбачає виявлення соціалізуючих ефектів, оцінка успішності впливу та, відповідно, підведення підсумків здійсненої роботи. Виходячи зі сказаного вище щодо показників, за якими може оцінюватись соціалізуючий ефект, намітимо наступні критерії успішності соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді:

1. Інтраіндивідні критерії як сформованість компонентів економічної культури особистості: орієнтація на моральні цінності ділової людини, рівень поінформованості про економічні явища, рівень ідентифікації з окремими економічними ролями, особливості ставлення до себе та інших як власників, особливості стратегій поведінки у відносинах привласнення-відчуження.

2. Інтеріндивідні критерії як сформованість економічного простору особистості: сформованість системи значущих суб'єктів економічної взаємодії.

Заходи по соціально-психологічному забезпеченню економічної соціалізації молоді також мають диференціюватись згідно з віковою стадією процесу соціалізації. Економічне практикування на цих стадіях має свою специфіку, що втілюється у відповідних моделях соціально-психологічного забезпечення процесу економічної соціалізації учнівської та студентської молоді.

1.5. Психологічні закономірності здійснення економічної соціалізації особистості на етапі дитинства

Різноманітними дослідженнями встановлено, що уявлення про основні економічні поняття формуються в дитинстві, саме вони багато в чому будуть визначати економічну поведінку людини з віком. Дослідження в галузі економічної соціалізації дітей достатньо новий напрям як в зарубіжній психології, так і у вітчизняній. Початок було покладено Дж. Брунером і К. Гудменом, які досліджували відносний вплив цінностей і потреб на сприйняття грошей дітьми. Поводження дітей 4,5– 11,5 років з грошима та виокремлення на цій основі стадій розвитку – тема дослідження А. Страуса. К. Данзінгер вивчав розвиток економічних уявлень у дітей і вважав, що це зумовлено не просто біологічним дорослішанням, а залежить від досвіду поведження з грошима, з ним був згодний Р. Саттон [150].

Соціалізація як процес становлення особистості дитини вперше стає предметом наукового дослідження американських соціальних психологів у 50-ті–60-ті роки минулого сторіччя (П. Глік, Б. Адамі, Л. Колберг та ін.). Західні психологи активно вивчають економічні уявлення у дітей. Про це свідчить не лише велика кількість досліджень з цієї теми, але й сам факт

існування окремої галузі психології – вікова економічна психологія, яка вивчає етапи формування економічних уявлень у дітей, стадії економічної соціалізації. Як відмічає англійський психолог А.Фернам [161] у багатьох своїх роботах з цієї теми, вивчення розуміння дітьми економічних понять і законів могло б дати більш реалістичну інформацію про процеси їх мислення, ніж дослідження розуміння ними фізичних законів, які мають до більшості дітей віддалене відношення.

Також слід відзначити внесок останніх десятиліть у розробку сімейної соціалізації таких зарубіжних авторів, як Н. Смелзер (становлення самооцінки дітей), К. Стокер, С. Макхоул (взаємини між дітьми у сім'ї), К. Бродерік (системні теорії сімейної соціалізації). У вітчизняній науці роль суб'єкт-суб'єктного діалогу як умови повноцінного розкриття особистості в сімейному спілкуванні та самореалізації розглядалася у працях С. Братченко, Г. Дьяконова, С. Максименка, А. Маслоу, М. Пірен, К. Роджерса, Т. Титаренко та ін. [5;96; 89].

Дослідження вчених (І. Зубіашвілі, Н. Грама, Г. Григоренко, Р. Жадан, Є. Курак, Ю. Лелюк, А. Сазонова, Т. Мельничук, А. Смоленцева, Г. Шатова та інші) довели, що дітям дошкільного віку доступне розуміння окремих економічних понять. Вони виділяють економічні знання й визначають основні та допоміжні економічні поняття.

Підкреслюючи стадіальність процесу економічної соціалізації, більшість дослідників акцентують увагу на тому, що процес економічної соціалізації здійснюється зі значними якісними відмінностями двох вікових періодів: дитинства і етапу юнацтва. Ці два періоди визначаються особливостями провідного фактору, через який здійснюється входження людини в економічну сферу суспільства: у дитинстві економічна реальність засвоюється за посередництвом грошей, у юнаків входження в економічну реальність здійснюється завдяки економічній діяльності [59].

Найбільший інтерес сучасних учених-дослідників сконцентрований на вивченні ставлення дітей різного віку до грошей (І. Зубіашвілі, Л. Саліхова,

Т. Бабицька), дослідженні сімейного економічного виховання як фактору економічного виховання (Т. Дробишева, Т. Мельничук), формування економічного мислення школяра (Л. Галкіна, Н. Дембицька) та вплив економічної освіти на ціннісні орієнтації особистості молодшого школяра (А. Журавльов, Л. Дробишева, О.Лавренко).

Дослідники також фокусують свій інтерес на вивченні ролі освітнього статусу батьків, соціально-економічного становища сім'ї, регіону проживання, статі дитини, впливу рівня інтелектуального розвитку на сформованість економічних уявлень у дітей дошкільного та молодшого шкільного віку [72; 89].

Економічна соціалізація особистості починається вже з раннього віку (початок дошкільного віку). Саме в цей період починають закладатися специфічні особливості когнітивних структур, навички трудової та споживчої поведінки, емоційне ставлення до економічної реальності. Спочатку діти отримують розуміння окремих елементарних компонентів економіки, а потім будують з них розуміння більш складних економічних процесів [45].

Економічна соціалізація на етапі дошкільного віку розглядається нами в межах єдиного процесу соціалізації особистості як його складова і визначається як процес засвоєння елементарних економічних понять і категорій, формування базових економіко-психологічних якостей особистості та набуття первинного економічного досвіду, що дозволить особистості в майбутньому виступати в якості суб'єкта економічної діяльності.

Економічна соціалізація дітей передбачає інтеріоризацію економічних норм, цінностей, настанов, інтегрованих в економічних категоріях уявлень, виражених у ставленні до грошей, економіки, власності, підприємництва, багатства та бідності, соціальної нерівності, способів заробляння, які виступають регуляторами актуальної та потенціальної економічної поведінки [90].

Розглянемо ряд важливих чинників, що впливають на розвиток економічної культури дітей та подальшу їх соціалізацію у старшому віці. З аналізу наукових досліджень вбачаємо, що такими є: економічний стан сім'ї, в якій вони отримали перший соціалізуючий досвід, соціально-демографічні характеристики батьків (вік, стать, освіта) та їх соціально-психологічні характеристики (ціннісні орієнтації, настановлення та ін.), показники економічного статусу дитини в батьківській сім'ї (наявність чи відсутність кишенькових грошей ще в дитинстві, досвід поводження з ними тощо), виконання всіх життєво важливих функцій щодо своїх членів батьками: продуктивної, економічної (турбота один про одного, спілкування, надання можливості отримати освіту), культурної; ступінь задоволеності батьків матеріальним благополуччям, індивідуальні особливості дитини (стать, вік, успіхи в освіті як показник рівня розвитку), сприяння батьків соціальній активності дитини, економічний і психологічний статус батьків (встановлення чи дозвіл на ранню працю дитини, заробіток та витрати власних дитячих коштів). Найважливішим показником та чинником економічної соціалізації дитини буде виступати її економічна культура, що включає фінансову грамотність дітей та знання елементарних понять економіки [89].

Дошкільний вік є, на думку вчених, не лише сенситивним періодом з формування творчої уяви та інших психічних новоутворень, але також і економічної соціалізації. Високий рівень розвитку економічної соціалізації дошкільника забезпечує йому надалі активну життєву позицію у всіх видах діяльності, в які він опосередковано або безпосередньо включається [45].

Звісно, в дитячому віці економічна поведінка в широкому розумінні не може проявлятися, тому що діти ще не беруть участь в одній із самих головних сфер життєдіяльності – виробничій. Та ще тому, що діти є споживачами матеріальних благ, вони здатні активно виконувати споживчу роль, однак рівень їх споживчих ресурсів обмежений [72].

Складністю вивчення економічної соціалізації в дитинстві є більший ступінь не прогнозованості та спрямованості економічної соціалізації на індивідуальному рівні. Інша справа, коли розглядаються великі соціальні групи дітей, об'єднані за однорідними ознаками стосовно основних параметрів соціальної ситуації та особистісних особливостей [128].

Економіка – складна, багатоваріантна система, усвідомлене розуміння якої в її різноманітності недоступно маленькій дитині. Тем не менш, діти будують свої різні моделі економіки у відповідності до своєї здатності уявляти цей процес. Дослідження учених (Н. Грама, Г. Григоренко, Р. Жадан, Є. Курак, Ю. Лелюк, А. Сазонова, А. Смоленцева, Г. Шатова та ін.) довели, що дітям дошкільного віку доступне розуміння окремих економічних понять.

Дошкільний вік – це період початкового оволодіння соціальним простором людських відносин, у тому числі й в економічній сфері. Діти зустрічаються з економікою, навіть якщо їх не навчають цьому: вони дізнаються що таке «моє», «твоє», «наше», «обмін», «гроші», «ціна», «дорого», «дешево», «продати», «заробляти». Основним інститутом соціалізації в цьому віці є сім'я, саме в сім'ї дитина отримує перші економічні знання, знайомиться в реальному житті з процесами купівлі та продажу, поняттями «магазин», «ринок». Найбільш суттєво впливає на дитину поведінка оточуючих її людей. Вона схильна їм наслідувати, переймати їх манери, вчитися в них оцінці людей, подій, речей. Дитина є свідком економічної поведінки батьків, приміряє на себе окремі її форми: споживчу – коли йде до магазину за невеличкими покупками, ощадливу – коли відкладає гроші, які їй дають батьки, у свою скарбничку [72].

Однак зазначимо, що процес економічної соціалізації в дітей відбувається не однаково. Найважливішими психолого-педагогічними умовами економічної соціалізації дошкільника є сім'я, сукупність особистісних якостей дошкільника.

У процесі економічної соціалізації завжди взаємодіють дві сторони: об'єкт соціалізації – це індивід, окремі люди або групи людей, на кого

спрямований цей процес, і суб'єкт соціалізації, який здійснює цей процес. Результатом економічної соціалізації є економічна культура, яка не успадковується генетично, а передається від покоління до покоління та успадковується соціально. Під економічною культурою особистості багатьма науковцями розуміється сукупність професійних знань та навичок, господарських норм, цінностей та символів, необхідних для самоідентифікації та виконання економічних ролей. Поняття «економічна культура» включає три аспекти: когнітивний (знання, навички), ціннісний (ролі, норми, цінності), символічний (способи ідентифікації). Освоєння економічних знань і символів, норм і цінностей відбувається в процесі економічної соціалізації вже в ранньому дитинстві [115].

Дослідження економічної соціалізації дітей характеризують три підходи: по-перше, вивчення відбувається в рамках пізнавальної інтерпретації розвитку дитини, встановлюються універсальні стадії, які діти повинні пройти, щоб досягнути дорослого розуміння економічних концепцій; по-друге, аналізуються відмінності в дитячих економічних концепціях, пов'язаних із соціальним класом або соціальним середовищем. Належність сім'ї до певного соціального класу розглядається як один із найважливіших факторів економічної соціалізації в дитинстві; по-третє, досліджується сприйняття економіки дитиною на основі теорії соціальних уявлень. Дитина розглядається як активний учасник процесу пізнання та соціальної взаємодії. Саме через взаємодію з дорослими та іншими дітьми у неї складаються уявлення про економічні закономірності.

Відмінності в економічних уявленнях дітей зумовлені ступенем їх включення в певний соціально-культурний контекст [130].

Соціалізація дитини відбувається як на основі індивідуального досвіду, так і шляхом засвоєння системи загальних правил. У процесі соціалізації відбувається становлення свідомості. У свою чергу, характер становлення економічної свідомості у дітей визначається соціальним середовищем. Тому важливо визначити, які фактори є вирішальними в формуванні економічної

свідомості дітей; розкрити співвідношення в механізмах становлення економічної свідомості в дитинстві спеціалізованого або стихійного впливу [26].

Учені зазначають, що, вважаючи становлення економічної свідомості окремої особистості продуктом лише спеціалізованої діяльності, слід оцінити вплив на неї системи освіти, засобів масової комунікації та економічної культури суспільства. Важливо також враховувати вплив на економічну соціалізацію особистості мікросередовища (сім'ї, групи однолітків), але, з іншого боку, не слід забувати, що розвиток свідомості зумовлений не лише зовнішніми, але і внутрішніми факторами, тобто потрібно враховувати психофізіологічні особливості конкретної дитини.

Розглядаючи на теоретичному рівні закономірності процесу економічної соціалізації в дитинстві, потрібно виявити вплив об'єктивних факторів на особливості змісту процесу економічної соціалізації в дитинстві, побудувати типологічні моделі економічної соціалізації в дитинстві, які домінують в сучасних умовах. З практичної точки зору, вивчення економічної соціалізації в дитинстві зумовлено необхідністю прогнозу розвитку економічного навчання в умовах соціальних змін [38].

У контексті зазначеного вище можна визначити об'єктивні та суб'єктивні фактори, які детермінують процес економічної соціалізації дітей. Ці фактори слід розділити на загальні та специфічні. В якості загальних факторів ми розглядаємо соціальні умови (соціальна структура, політична система, система ціннісних орієнтацій суспільства). До специфічних факторів відносяться: система сімейного виховання, шкільного навчання, вплив засобів масової інформації.

До суб'єктивних факторів відносяться індивідуальні особливості дитини, в межах яких можна розглянути функціональні та особистісні характеристики. Перші – стать, вік, тип школи, тип сім'ї, національність. Другі – інтереси, потреби, соціальні настановлення, ціннісні орієнтації,

ідеали, концепція образу життя, які в дитинстві знаходяться в процесі формування.

Структуру факторного впливу на процес економічної соціалізації в дитинстві дослідники пропонують аналізувати так. Об'єктивні фактори впливають на становлення індивідуальних особливостей дитини. У свою чергу, сприйняття та засвоєння суспільних функцій формує не лише функціональні та рольові характеристики конкретної дитини, але й її особистісні характеристики. На основі усвідомлених мотивів діяльності та внутрішніх мотивів відбувається процес економічної соціалізації дітей в єдності всіх її складових. Наприклад, саме в дитинстві закладається базові ціннісні орієнтації особистості стосовно праці та основи споживчої поведінки, розвивається загальна «концепція економічного світу» [112].

Х. Дітмар відзначає, що більшість досліджень дитячих економічних уявлень більш чи менш детально описують послідовність їхнього розвитку в порівнянні з теорією когнітивного розвитку. Кожна дитина проходить через квазіуніверсальний набір якісно різних стадій соціально-економічного розуміння, рухаючись від простих і конкретних до складних і абстрактних понять. Дитячі уявлення про економічні аспекти матеріальної власності поступово приводяться у відповідність із системами уявлень, що домінують у суспільстві. Ці уявлення передаються через батьків, школу, друзів і засоби масової інформації. Науковці-психологи у дослідженнях відзначають, що дошкільник уявляє собі гроші інакше, ніж першокласник, підліток, інакше, ніж малюк. Тому, спілкуючись про гроші з дитиною, їй потрібно дати зрозуміти, що гроші – це атрибут дорослих, хоча вони і дають дитині певні блага.

Розповіді про культуру грошей, про існування різних обігових знаків у різних країнах для дошкільників найкраще у процесі гри чи через її проходження. Дошкільник та молодший школяр ще не розуміють, як утворюється ціна товару, який можна купити, у них немає поняття про націнки, витрати і додаткову вартість, але вони вже починають порівнювати

конкретні поняття (товар) і абстрактні (гроші). Тому, купуючи з дитиною, постійно потрібно наголошувати на вартості покупки та узагальнювати суму, що залишається на інші покупки чи на потім. Економічне виховання дітей молодшого шкільного віку ставить за мету засвоєння ними доступних понять з економіки та розвиток інтересу до економічних знань. Важливим у цьому процесі є осмислення дітьми таких пов'язаних з економікою рис як бережливість, ощадливість, працьовитість, чесність, співчуття [39,с.49].

Отже, аналіз становлення економічної свідомості в дитинстві передбачає виявлення особливостей її розвитку та функціонування, які пов'язані з механізмами виникнення та визначають економічну поведінку в майбутньому. Значення економічної соціалізації в дитинстві, яке забезпечує розвиток та засвоєння дитиною економічних знань, полягає в узгодженні суспільних та особистісних інтересів.

Можна визначити загальні тенденції, характерні для цього феномену в будь-якій соціальній системі. По-перше, в первинній економічній соціалізації пріоритетна роль належить сім'ї та малим групам. По-друге, вплив малих груп на процес економічної соціалізації особистості є обернено пропорційним впливу сім'ї: що менше дає сім'я, то більше індивід прагне почерпнути від інших представників найближчого оточення, і навпаки. По-третє, найбільш типовим інститутом вторинної економічної соціалізації є формальна освіта – соціальний інститут, який володіє монопольною компетенцією в сфері знань про суспільство. Освітні заклади дають змогу індивіду вперше оволодіти неігровими формами статусної та рольової поведінки. Освіта впливає на індивіда, з одного боку, через знання, які передає йому, а, з другого боку, через коло спілкування.

Дослідники зазначають, що процес економічної соціалізації не має універсальних законів. Результати економічної соціалізації залежать від особливостей економічної системи, тому стабільність економічних уявлень та зразків економічної поведінки в різних соціальних групах може бути не лише ознакою розвитку особистості, але також і свідченням того, що в

конкретному випадку має місце узгоджений вплив різних факторів. Вплив різних факторів економічної соціалізації на особистість може бути різноманітним [38]. Якщо навіть у багатьох випадках економічна соціалізація сприяє підтримці соціальної стабільності, то це не означає, що вона не буде сприяти їх перетворенню. Тобто, економічна соціалізація також може бути і фактором змін економічної системи.

Дослідження економічної соціалізації науковцями починалося з оцінки сприйняття економічного світу дітьми; в ньому можна виділити три базових теоретичних підходи. По-перше, вивчення проводиться на основі теорії розвитку мислення дитини, встановлюються універсальні стадії, які діти повинні пройти, щоб досягнути дорослого рівня розуміння економічних концепцій. По-друге, відмінності в дитячих економічних концепціях пов'язуються із соціальним класом або соціальним середовищем. По-третє, аналізується сприйняття економіки дітьми на основі теорії соціальних уявлень.

Соціальні уявлення – це соціальні форми знання, які є вільними від наукових обмежень і можуть бути виявлені в логічних схемах [171]. У широкому розумінні поняття «соціальні уявлення» означає соціально детерміновані буденні уявлення. У вузькому смислі соціальні уявлення є вираженням соціальної сфери суспільства, розглядаються як уявлення буденної свідомості.

Соціальні уявлення здатні бути основою для інтерпретації економічної дійсності та виявлення особливостей економічної поведінки людини. Соціальні уявлення зумовлені соціальними характеристиками людей. Як показують результати емпіричного дослідження, у більшості випадків можна встановити певні відмінності в соціальних уявленнях відповідних соціальних груп. У концепції соціальних уявлень можна прослідкувати два різних теоретичних підходи. Перший підхід розглядає організацію соціальних уявлень через різні елементи. Деякі автори приписують їм специфічні

функції. Соціальні уявлення зумовлюють фактори, які здатні стимулювати поведінку, пов'язану з конкретним соціальним уявленням [152].

Сьогодні категорія економічної соціалізації використовується при вивченні економічних уявлень в дитинстві, при вивченні економічних цінностей, норм, моделей поведінки. Криза або напруга в процесах економічної соціалізації впливає на стабільність економічної системи, що має місце в сучасній Україні. По суті, економічна соціалізація є формою соціального контролю, який відбувається через норми та цінності, що впроваджуються в індивідуальну свідомість через інститути соціалізації (сім'я, школа, заклади вищої освіти тощо).

В умовах трансформації економічної системи в Україні зростає роль та значення економічної соціалізації, результатом якої повинна бути нова економічна культура населення. Але крах соціалістичної економічної системи, суперечливість економічної культури суспільства порушив звичні канали економічної соціалізації. В сім'ях нерідко спостерігається конфлікт між поколіннями стосовно нових економічних цінностей, який ускладнює економічну соціалізацію дітей. З одного боку, в умовах соціетальної трансформації докорінним чином змінюється економічна соціалізація. З іншого боку, успіх перетворення економічної системи забезпечується ефективною економічною соціалізацією особистості. Нові цінності і норми не виникають лише під впливом нових підручників та навчальних програм. Результат значною мірою залежить від складу вчителів та батьків, частина з яких залишається носіями деяких елементів радянської економічної культури. Як правило, дорослі відтворюють економічні орієнтації, які отримали в дитинстві. Процес зміни орієнтирів економічної соціалізації в системі освіти та сім'ях відбувається в основному стихійно, що потребує створення системи соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації підростаючого покоління.

Невміння значної частини населення пристосуватися до нової економічної реальності пояснюється відсутністю навичок економічної

культури. Дослідники зазначають, що економічна поведінка – це поведінка, якої можна навчитися, тобто її можна коректувати на основі формування певних економічних уявлень в рамках нової економічної культури [36].

Отже, ефективним періодом економічної соціалізації особистості вважається період дитинства. Метою економічної соціалізації в дитинстві є вироблення адекватних уявлень про економічні категорії, розвиток економічної поведінки, що і зумовлює визначення економічної соціалізації як процесу засвоєння економічних понять та категорій, освоєння норм та різних форм економічної поведінки. Більшість дорослих відтворюють економічні уявлення, отримані в дитинстві. Безумовно, на ранню економічну соціалізацію впливає сім'я, найближче оточення. Сім'я, як історично склалося, є одним із найважливіших соціальних інститутів, який дає дитині перший життєвий досвід, забезпечує середовище формування та розвитку особистості. У сім'ї визначається соціальний статус дитини, закладається підґрунтя для становлення її світогляду і переконань, ціннісних орієнтацій, морально-етичних ідеалів, соціальної поведінки, формується її економічна культура. Тому і у нашому дослідженні ми намагались поєднати роботу щодо організації забезпечення економічної соціалізації дітей як у виховному закладі, так і через сім'ю.

Економічна соціалізація дітей у просторі сімейних взаємин. Одним із головних соціальних інститутів суспільства є сім'я, яка постійно змінюється під впливом не лише соціально-психологічних умов, але й в силу внутрішніх процесів свого розвитку. Як соціальний інститут сім'я виконує низку функцій та має певний соціальний статус, який являє собою сукупність індивідуальних характеристик членів сім'ї з її структурними та функціональними параметрами. Сім'я виступає як виховний інститут, зв'язок з яким людина відчуває протягом усього свого життя.

Соціальний простір сім'ї функціонує за певними нормами і правилами, які стають для дітей першим джерелом регуляції економічних взаємин з оточуючими. Саме у сімейному просторі формуються перші економічні

уявлення людини, основи моральності, норми економічної поведінки, розкриваються індивідуальні якості особистості. Простір сім'ї із самого дитинства створює ту основу, в якій розгортається процес економічної соціалізації. Сім'я як простір виховання та навчання є безумовним ресурсом, в якому людина черпає все різноманіття економічного досвіду; сімейні взаємини сприяють самоствердженню людини, стимулюють її соціальну активність. В сім'ї відбувається первинна економічна соціалізація дитини.

Концепції, які розглядають специфіку сім'ї як соціального інституту, розроблялися у працях О. Антонова, Г. Андрєєвої, Е. Берна, М. Вебера, Е. Дюркгейма, Г. Зіммеля, Дж. Медока, У. Огборна, Е. Шорохової. Сім'ю як соціально-психологічну групу досліджували У. Джемс, Ф. Знанецький, Ж. Піаже, У. Томас, З. Фрейд. Соціологічні, культурно-історичні, філософські та психологічні дослідження сім'ї представлені в працях С. Барзілова, Г. Брандта, О. Вишневського, М. Вінн, Т. Гурко, І. Кона, Дж. Левіса, М. Соловйова, Р. Холмана, В. Ярської.

У контексті дослідження економічних цінностей у сімейних взаєминах можна виокремити соціально-психологічний аналіз, зроблений Г. Беккером. Серед вчених, чії праці стали особливо помітними та впливовими щодо дослідження ролі та місця економічних цінностей в сучасних сім'ях, можна назвати імена Б. Каррутерса, Т. Дробишевої, Н. Додда, К. Дойла, Дж. Інхмена та В. Зелізера. Дослідження Т. Дробишевої та О. Козлової виявили змістові характеристики сімейної економічної освіти.

Оскільки людина з народження знаходиться в сім'ї, вона першочергово засвоює стилі партнерської взаємодії та сімейного виховання, зразки поведінки, у тому числі економічної, в батьківській родині. Зазначимо, що в сенситивний період навчання для більшості соціальних ролей у людини є лише один зразок функціонуючої сім'ї – батьківський. Від сімейних цінностей, які були засвоєні в дитинстві, залежить розподіл ролей, питання лідерства та відповідальності, способу життя родини в цілому. Шлюбно-сімейні взаємини батьківської родини, подружні ролі, погляди на виховання

дітей успадковуються на свідомому та несвідомому рівнях і проявляються в майбутньому у стосунках чоловік – дружина, батьки – діти.

Тому модель сімейної взаємодії, яку сприймає людина протягом дитинства, відіграє значну роль у формуванні сімейних уявлень про свою майбутню сім'ю. Необхідність вивчення досвіду впливу сімейного середовища на соціалізацію, зокрема економічну, передачі традицій впливу на особистість, що зростає, актуалізують проблему розгляду батьківської сім'ї як фактору соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації підростаючого покоління.

У сім'ї дитину батьки орієнтують в системі цінностей, у тому числі й економічних. Економічний досвід, який отримує дитина від багатьох суб'єктів, спирається на економічні цінності сім'ї. Економічний світ пізнається дитиною за допомогою батьків [162]. Тобто, важливою лінією економічної соціалізації особистості протягом онтогенезу є включення економічних цінностей в соціальне пізнання, а потім і формування персоніфікованих ціннісних орієнтацій.

Становлення економічної соціалізації підростаючого покоління в сім'ї значною мірою визначається двома взаємопов'язаними факторами: умовами життєдіяльності сімей в конкретній місцевості і економічними цінностями в ієрархії сімейних цінностей. У сучасній Україні умови соціально-економічного розвитку і можливості здійснення економічної діяльності сімей поки що відрізняються від досвіду розвинутих країн Заходу, що суттєво впливає на формування економічної культури людини. У зв'язку з цим актуалізується проблема дослідження економічних цінностей та їх впливу на економічні практики, розподіл соціальних ролей в сучасній українській сім'ї. Її вивчення дозволить розробити стратегії формування економічної культури сім'ї, адекватної для здійснення повсякденної економічної діяльності в умовах ринкової економіки. Аналіз цієї проблематики може бути вагомим внеском у теоретичне осмислення сучасних трансформаційних процесів на

мікрорівні сім'ї, де гроші виступають одним з головних факторів, що впливають на моделі споживання, стилі життя та ідентичність її членів.

Актуалізує проблему також і те, що в умовах ринкової економіки діти інтеріоризують західні цінності, які презентують ЗМІ, у той час як освітні установи ігнорують тему грошей і не сприяють формуванню у підростаючого покоління раціональної економічної культури, необхідної для нормального входження в трудову діяльність. У цих умовах сім'я залишається практично єдиним місцем, де формується монетарний аспект економічної культури підростаючого покоління. Тому від фінансової діяльності сім'ї та від економічної культури, що культивується в ній, залежить успіх економічних та соціальних трансформацій у сучасному українському суспільстві.

Предметом нашого дослідження є психологічні особливості сучасної сім'ї - простору економічної соціалізації підростаючого покоління та формування її соціально-психологічних характеристик. Як вже зазначалось, результатом економічної соціалізації є формування економічної культури особистості.

Теоретико-методологічною основою дослідження є: особистісно-діяльнісний підхід Л. Виготського, О. Леонтьєва, С. Рубінштейна; положення О. Запорожця про самоцінності дошкільного періоду розвитку; теорії економічної соціалізації, розглянуті в працях зарубіжних та вітчизняних психологів (К. Данзингер, В. Москаленко, Р. Саттон, А. Фенем, Г. Ферт, О. Дейнека, А. Журавльов, О. Карнишев та ін.); соціокультурний підхід, основні положення якого сформульовані в працях вітчизняних та зарубіжних учених: Г. Зіммеля, М. Вебера, Э. Дюркгейма Т. Веблена, Г. Парсонса, С. Московічі, К. Поланьї, В. Зелізера, В. Верховіна, Н. Зарубіної, В. Радаєва, Л. Іоніна, В. Ядова та ін.; концепції, які роз'яснюють специфіку сім'ї як соціального інституту, розроблялися у працях О. Антонова, Г. Андрєєвої, Е. Берна, М. Вебера, Е. Дюркгейма, Г. Зіммеля, Дж. Медока, У. Огборна, Е. Шорохової.

Багато авторів підкреслюють, що в рамках соціокультурного підходу для аналізу економічної культури сучасної сім'ї слід використовувати різні теорії мікрорівня, найбільш значущими з яких є: теорія множинності грошей, інструментальна теорія грошей, наркотична теорія грошей, яка базується на метафоричному розумінні грошей як мотиватора для здійснення певних економічних дій. Сприйняття грошей як своєрідного наркотика по-різному впливає на економічні практики індивідів, що обумовлено специфікою соціалізації в тій чи іншій сім'ї, яка, у свою чергу, знаходиться під впливом конкретних соціально-історичних умов. Саме соціальні настановлення, отримані в батьківській родині, є першоджерелом економічних настановлень, первинної економічної культури, що формуються під впливом економічних відносин, економічної діяльності та проявляються у ставленні особистості до власності, грошей, економічного статусу, добробуту тощо. Суть економічних настановлень батьківської родини розкривається через ставлення до економічних цінностей у сім'ї. Визначальними, за дослідженнями М. Стельмашука, в економічній соціалізації підростаючого покоління є чотири типи економічних настановлень: амбіційно-оптимістичний, мрійливо-заощаджувальний, раціонально-тривожний, приховано-тривожний; кожному з них відповідає певна мотивація та певний досвід, отриманий у сім'ї своїх батьків [134].

Мікрорівневі теорії грошей є цікавими перш за все тим, що передусім дозволяють розглядати соціально-психологічне значення грошей у контексті внутрішньосімейних відносин. Вони дають змогу побачити, що існують різні ціннісні настановлення в дихотомії «дати» та «отримати», які проявляються, з одного боку, в альтруїстичному обміні між членами сім'ї, де гроші є табу в якості засобу обміну, а з іншого – можуть прийняти гіпертрофовані форми монетарного міжособистісного обміну, що сприяє трансформації взаємин у сім'ї, коли мова торгівлі починає переважати у відносинах подружжя або між дітьми та батьками. З позиції мікрорівневих теорій сучасні гроші та системи кредитування створюють «пастки залежності» сім'ї, тому соціально-

психологічні емпіричні дослідження повинні бути націлені на визначення соціальних значень, які отримують гроші в контексті цієї залежності, оскільки вони використовуються в якості фасилітатора обміну, який може бути замінений іншими засобами. При цьому низка сучасних дослідників наполягає на «вбудованості» економічної дії всередину соціальної структури та соціальних відносин, підкреслюючи, що коли виникає необхідність у встановленні взаємності та розуміння, люди схильні уникати грошових розрахунків [133].

З точки зору символістської феноменологічної перспективи гроші володіють символічною цінністю, яка допомагає конструювати соціальні інтеракції, в яких вони використовуються, однак наслідки можуть носити як позитивний, так і деструктивний характер. Значущість символічної цінності відрізняється в різних культурах, і як наслідок, і в сім'ях, що належать до тієї чи іншої культурної спільноти [69].

Практично майже перед кожною сім'єю незалежно від соціально-економічного статусу, педагогічної освіченості батьків, постають питання «Що робити?» і «Як робити?», для того, щоб виростити і виховати дитину розумною, успішною, економічно грамотною. Тому елементи початкової економічної освіти дітей в умовах сьогодення слід розглядати як мікрофактор їхньої соціалізації, що значно впливає на становлення особистості дитини, формує її ставлення до матеріальних і духовних цінностей суспільства, розвиває та формує її економічну культуру.

Ці проблеми вічні, як і саме виховання. Адже впродовж усієї історії становлення сімейного виховання так і не було знайдено єдиного, універсального рецепту успішного виховання дитини в сім'ї. І це не дивно, позаяк немає однакових дітей, однакових батьків, як немає однакових сімей.

Кожна особистість унікальна, неповторна і самодостатня. Для кожної сім'ї характерний свій тип взаємин, стиль спілкування, а відтак і свій виховний мікроклімат. Він може бути як сприятливим для самореалізації особистості, так і несприятливим, за якого і сім'я, і суспільство отримують

виховний ефект, протилежний очікуваному. Тому в сім'ї мають бути свої виховні підходи. А саме сімейне виховання слід сприймати і вивчати як комплексну проблему, що стосується особистості, її життя і тих умов, в яких вона розвивається, – соціальних, економічних, педагогічних, психологічних, культурологічних, фізичних, інформаційних тощо.

У контексті нашого дослідження ми визначили соціокультурні фактори, які впливають на становлення економічної культури сучасної сім'ї, а також проаналізували трансформації ціннісних уявлень сім'ї стосовно грошей.

Теоретичний аналіз наукових досліджень свідчить про те, що економічна культура сім'ї, передусім, залежить від культури грошей, сформованої в процесі первинної соціалізації, тому при встановленні шлюбних відносин відбувається зіткнення різних економічних культур, які не завжди узгоджуються і можуть стати джерелом сімейних конфліктів. Інтеріоризація правил і норм грошової поведінки засвоюється більшістю індивідів традиційно-досвідним шляхом в процесах соціалізації, однак зміни в суспільних та соціально-економічних відносинах можуть призвести до ресоціалізації, і як наслідок, до трансформаційних змін в економічній культурі особистості. Сучасні сім'ї, членів яких можна приєднати до покоління епохи перебудови, своїм життєвим кредо вважають гасло, який став відомим завдяки ЗМІ: «Роби зараз, інакше буде пізно!» та «Купуй зараз, заплатиш пізніше»[131].

Для того, щоб краще уявити економічну культуру сучасної сім'ї та фактори, які впливають на її формування, щодо дорослих членів сімей нами використовувався метод глибинного інтерв'ю. Схема інтерв'ю була розрахована не стільки на отримання однозначних відповідей, які можна буде кількісно обробити, скільки на максимальну актуалізацію роздумів. Виявлення життєвих ситуацій інформантів, що обумовили їх економічну культуру, дозволяє виокремити в якості найважливішого фактору батьківську сім'ю. При цьому вплив батьківської сім'ї на економічну культуру

представляє собою дві основні моделі, які можна визначити як модель наслідування (яка характеризується прагненням одного з подружжя слідувати патернам батьківської поведінки, що може викликати конфліктні ситуації) та модель заперечення (яка проявляється в негативному ставленні до способів заробляння грошей батьками, їх практикам розпорядження грошовими коштами).

Визначено, що, створюючи сім'ю, молоді люди часто орієнтуються на довготривалу перспективу і, як правило, не готові до проблем, пов'язаних з грошима. Однією з таких проблем є визначення грошових пріоритетів сім'ї, які визначаються тим, якими соціальними ресурсами володіють партнери: наявністю освіти, досвіду використання грошей, інформованістю в галузі економіки та фінансів, комунікативними здібностями. Інтерв'ю з інформантами дозволяє виявити цю проблему ще на початковій стадії побудови сімейних відносин. Однією з основних причин її появи є те, що в сучасних сім'ях відносини орієнтовані не стільки на обговорення грошових питань, скільки на слідування стереотипним моделям, засвоєним ще в дитинстві.

Сучасні дослідники підкреслюють, що будь-які соціальні зміни в суспільстві супроводжуються ціннісними змінами в свідомості людей в цілому і в сімейних уявленнях, зокрема. Відбувається переоцінка цінностей таких культурних концептів, як «дружба», «гроші», «колективізм»[144].

Слід зазначити, що в сучасних сім'ях гроші є могутнім джерелом збереження відносин з родиною, зокрема: гроші, які передаються батьками дітям для задоволення життєво важливих для молоді сім'ї потреб, виконують функцію підтримки близьких відносин. У свою чергу, гроші, які дорослі діти дають своїм батькам-пенсіонерам, сприймаються ними як прояв турботи та є показником задоволеності за соціальний капітал, який вони вклали в свій час у своїх дітей.

Значення сім'ї як найважливішого фактору економічної соціалізації дитини важко перебільшити. По-перше, тому що, лише батьківська любов та

турбота можуть забезпечити те емоційне тепло, якого потребує дитина, особливо в перші роки життя.

По-друге, сім'я – це первинна група, в якій відбувається інтимний контакт не лише дітей та батьків, але й дітей різного віку між собою.

По-третє, батьківські почуття та турбота про дітей – це природні людські почуття, які збагачують індивіда як особистість. Як зазначає американський соціолог Д. Боссард, «сімейні відносини не лише те, що батьки передають своїм дітям і діти один одному, але й те, що діти передають своїм батькам. Ці «дари» дітей полягають: [135]:

- 1) у збагаченні внутрішньосімейних зв'язків;
- 2) у розширенні кола інтересів сім'ї;
- 3) у емоційному задоволенні, яке продовжується все життя;
- 4) у можливості повернення до вже пройдених етапів життя;
- 5) у контролі за розвитком особистості;
- 6) у більш глибокому розумінні життя та «справжнього сенсу життя».

Взаємодіючи з членами сім'ї, беручи участь в різних діях, як наслідок, у дитини формуються ціннісні орієнтації, настановлення, навички, знання, почуття, яким вона буде слідувати надалі у своїй діяльності, формується самооцінка, яка буде впливати (позитивно або негативно) на побудову різних комунікацій. Тобто, є умови, нібито «вкладені» в самого індивіда, та «зовнішні» по відношенню до нього (включеність у групи, інтенсивність групового тиску тощо), які сприяють його економічній соціалізації. У результаті, до закінчення середньої школи старшокласник (16-17 років) стає не просто випускником школи, але економічно компетентною особистістю.

Аналізуючи вплив сім'ї на економічну соціалізацію дітей, ми виокремили такі механізми впливу:

1. Наслідування поведінки батьків.
2. Переконавання (розповідь батьків про те, як заробляють гроші).

3. Опіка батьків (можна припустити, що звичка до постійної опіки з боку батьків виховує у дитини внутрішню потребу в ній, нерішучість, нездатність до самостійних рішень).

4. Участь у сімейній раді при вирішенні різних сімейних питань.

5. Доказ своєї самостійності батькам (яка проявляється в поведінці, відмінної від уявлень батьків).

Існує думка, що дитину легше пізнати, ніж дорослу людину. Утім, з таким твердженням не можна погодитися. Далеко не всі батьки, незважаючи на щоденне спілкування, добре знають своїх дітей. За несприятливих обставин виховання сім'я може деформувати ресурси особистості дитини, блокувати її успішну самореалізацію. У зв'язку з цим, батьківські ролі стають ще більш актуальними, зростає відповідальність дорослих, батьків за якість майбутнього покоління. Не всі педагогічні працівники розуміють своїх учнів, мотиви їхньої поведінки, хоча мають педагогічну освіту. Тому назріла потреба системного підходу до психолого-педагогічного всеобучу батьків, зокрема, з проблем економічної соціалізації. Методичні поради стануть у пригоді класним керівникам при плануванні та організації роботи з батьківською громадою.

Батьківське виховання, безумовно, є важливим фактором формування економічних уявлень у дітей. Поради, які батьки свідомо або безсвідомо вселяють своїм дітям, поведінка батьків впливають на все подальше їх життя, часто спотворюючи сприйняття дійсності та викликаючи емоційні розлади, неадекватну поведінку в зрілому віці.

Сімейне життя включає вирішення різноманітність економічних проблем: витрати на дітей, складання бюджету, витрати коштів, заощадження та інші. Прийняття рішень з різних економічних питань є, на наш погляд, одним з основних, які вирішуються в сучасній сім'ї.

З економічною термінологією діти з раннього віку стикаються саме в сім'ї, під час перегляду телепередач і навіть мультфільмів; дізнаються про працю, професії рідних та близьких, фінансове становище сім'ї, про розподіл

сімейного бюджету та планування покупок тощо. Старші дошкільнята навчаються оперувати грошима, співвідносити гроші з ціною на товар, дізнаються, що гроші є засобом платежу.

У дослідженнях зарубіжних психологів звертається увага на роль батьків, які спрямовують економічний розвиток дитини, дають інформацію, яка відповідає такому рівню розвитку, який вони бажають, щоб їх діти досягнули в майбутньому[154]. Наприклад, в Німеччині дітей вже з чотирирічного віку цілеспрямовано знайомлять з призначенням грошей та їх розумною витратою. Батьки дають дітям (залежно від віку і можливостей сім'ї) певну кількість грошей – кишенькові гроші на визначений період часу, таким чином привчають використовувати гроші розумно, не витратити даремно, пояснюють, що треба обережно ставитися до реклами, не довіряти їй необачливо. Витоки дитячої ощадливості й обачності виникають в німецькій сім'ї не самі по собі. Німці генетично знають, що здатність розпоряджатися грошми – необхідна життєва навичка, така ж як уміння переходити вулицю, тому її потрібно сформувати до вступу дитини до школи.

Розглянемо основні результати досліджень розвитку концепції грошей в дитинстві. Батьківські настановлення стосовно грошей впливають на витрати грошей дитиною та формування власних настановлень про важливість грошей. На економічну соціалізацію в дитинстві впливають сімейні цінності та настановлення, які транслюються дітям у вигляді «батьківських порад». Перші дослідження у цій царині показали, що більшість дітей з раннього віку включаються в цю галузь домашньої економіки. Дослідники зазначили, що поведінка та грошові настанови є наслідком емоційної динаміки раннього дитинства, взаємин з батьками, друзями, вчителями та сусідами [37].

Сучасні дослідження становлення грошової концепції в дитинстві пов'язані, по-перше, з вивченням грошово-кредитних дій молодих людей; по-

друге, з характеристикою більш широких аспектів зв'язку між домашньою працею та винагородженням, правилами видачі кишенькових грошей.

Дослідження показали, що дитина асоціює отримання грошей батьками на основі їх позадомашньої активності, яку дорослі визначають як роботу (при цьому дитина може не мати певних знань про оплату праці). Лише розуміння значення роботи в житті дорослих людей сприяє розвитку спонтанних переконань про особливості грошей. Залежність між грошима та роботою визначально сприймається несиметрично. Діти стверджують, що робота потрібна батькам для заробітку, але не усвідомлюють потребу в грошах, які батьки отримують за свою працю. Фактично поняття дітей про гроші визначають дві категорії, одна з яких містить у собі спонтанні та фантастичні ідеї про функції грошей, інша фіксує інформацію про роботу батьків [154].

Багато дослідників виокремлюють роль сім'ї як значущого фактору економічної соціалізації дітей. О. Козлова виявила наявність взаємозв'язку економічної соціалізації із соціально-економічним статусом сім'ї: у сім'ях середнього класу діти краще володіють знаннями про економічну реальність, раніше отримують досвід безпосереднього поводження з грошима. Також дослідниця виокремила чотири стадії економічної соціалізації, в основі яких – когнітивна, емоційна та поведінкова складові [72].

На процесі поводження дітей (від 10 до 18 років) з грошима, на думку К. Ролан-Леві, впливає структура сім'ї, тому моральний клімат у сім'ї значною мірою впливає на схильність дітей робити заощадження та борги; по-друге, як встановлено Д. Лассар, до 70 % батьків неадекватно орієнтують своїх дітей стосовно бюджету їх сім'ї [135].

Найбільш важливі зміни в ході економічної соціалізації в дитинстві відбуваються через кишенькові гроші. У практиці розподілу та витрат кишенькових грошей було виявлено соціальні відмінності. По-перше, старші діти отримують більше кишенькових грошей, більш економічно активні, оскільки накопичують, дають в борг або беруть в борг гроші. По-друге, діти з

робочого класу отримують більш великі суми кишенькових грошей, ніж діти із середнього класу [172].

Дослідники наголошують, що слід знати основні правила, яким повинна слідувати найбільш ефективна система видачі кишенькових грошей [156]. Виховний ефект кишенькових грошей в дитинстві досягається лише в тому випадку, коли виплати мають систематичний характер та поєднуються з обговоренням фінансових питань у сім'ї. Передбачається, що виплати батьками кишенькових грошей змінюються з розвитком дитини, забезпечуючи контроль потреб дитини [170].

У своїх дослідженнях економічної соціалізації вчені намагалися визначити вплив факторів на цей процес. Наприклад, діти, батьки яких досягли успіху в підприємницькій діяльності, мають більш високий рівень мотивації до досягнень, ніж діти, батьки яких не займаються підприємництвом [169].

Якщо ранні дослідження впливу батьків на ставлення дитини до грошей були зосереджені на демографічних та національних відмінностях (стать, клас, освіта, дохід), то сьогодні все більше уваги приділяється впливу соціальних настановлень батьків. У дослідженнях надають значення таким змінним, як політичні та релігійні цінності, персональна патологія в батьківському ставленні до грошей («комплекс грошей»), характеристики батьківського стилю витрати грошей («здоровий смисл грошей») [165].

Основне та вагоме джерело споживчої інформації в дитинстві – це думка батьків. Більшість дітей погоджуються з думкою батьків, визначаючи «якісний товар», не витрачаючи грошей самостійно. Саме батьківський стиль споживання визначає споживче виховання дітей, так як батьки роблять покупки разом зі своїми дітьми, сперечаються про переваги товарів, доводячи або відхиляючи точку зору дітей. Контакти з батьками впливають на споживчі знання дітей та формування позитивних споживчих аттитюдів. Доведено, що вплив членів сім'ї змінюється за стадіями прийняття споживчого рішення. Сімейний вплив досліджували на чотирьох стадіях:

впізнання, пошук, увага і вибір (безпосередньо покупка). Сімейний вплив на споживчу соціалізацію дітей дозволяє сформувати знання про товар, сприяє досягненню інформації про купівельні альтернативи, забезпечує прийняття рішення про покупку («актуальність покупки») [158].

При оцінці ступеня недовіри у сприйнятті реклами виявилось, що значну роль відіграє не лише віковий фактор, але й ступінь батьківського впливу. Діти, батьки яких мають вищу освіту, раніше ніж їх однолітки, батьки яких менш освічені, усвідомлюють, що мета реклами – переконання споживача [174]. Дослідження показали залежність думки дітей від думки батьків – основного джерела споживчої інформації; вплив телевізійної реклами в якості менш значущого джерела споживчої інформації. Це відкриття дозволило показати, що реклама є джерелом купівельних ідей у дитини, що підтверджується оточуючими і, перш за все, батьками. Встановлено, що існує залежність між ставленням дитини до реклами від стилю виховання, прийнятого в сім'ї. Коли батьки є прихильниками авторитарного стилю виховання, тоді діти демонструють більш негативне ставлення до реклами.

Соціальна нерівність створює різні соціальні середовища, тому можна встановити відмінності сприйняття феноменів економічного життя у дітей з різних соціальних груп, тим самим фіксує ступень нерівності в суспільстві. В уявленні дітей соціальна нерівність зумовлена як потребами особистісними, так і сімейними. Маленькі діти не уявляють в деталях про існування єдиних потреб. Стаючи старшими, одні діти визначають проблему рівності потреб як спонукальний мотив професійних зусиль. На їхню думку, гроші потрібно заробити на основні потреби, наприклад, на хліб. Інші діти вважають, що нерівність в суспільстві об'єктивно існує. Тому зусилля та здібності людини винагороджуються незалежно від її потреб. Надалі виявляється, що ті діти, для яких робочі зусилля дорівнюють до винагородження за працю, визнають соціальний характер нерівності, тобто те, що нерівності створюють самі люди. Інтерес до сімейних потреб в

інтерпретації соціальної нерівності зменшується з дорослішанням дітей. З віком знижується значення «турботи про нужди сім'ї» у відповідях дітей [173].

Виходячи із суджень дітей стосовно сімейного розподілу доходу, встановлена відмінність у сприйнятті соціальної нерівності в суспільстві представниками різних соціальних класів. З одного боку, встановлені відмінності при оцінці доходу сім'ї. Учні загальноосвітніх шкіл свої характеристики дають в підсумку заробітної плати за тиждень, а учні приватних шкіл надають перевагу оцінці в поняттях сукупного річного доходу. Ця обставина пояснюється формою отримання оплати праці. Представники середнього класу отримують оплату кожен місяць, робочого – кожен тиждень. Отримані оцінки дітьми, представниками сімей робочого класу річних доходів сімей, скоріш за все занижені, тому що завдяки державній соціальній підтримці та додатковим виплатам багато сімей отримують більший дохід. З іншого боку, в залежності від класової приналежності дитини даються різні пояснення бідності. Діти, представники сімей робочого класу, говорять про соціальні та структурні фактори, що зумовлюють бідність. Для дітей із робочих сімей найбільш важливі пояснення бідності це – «промислова криза призводить до безробіття та скорочення робочих місць для бідних людей»; заробітна плата «на виробництві і бізнесі має значні відмінності». Отже, «суспільна невдача забезпечує гарну життєву школу» для підростаючого покоління. Діти, представники сімей переважно середнього класу, дають індивідуалістичні пояснення бідності. У приватній школі школярі визначають бідність через особливості особистості. У зв'язку з цим можна відзначити два пояснення бідності: «бідні не зберігають гроші і не бажають управляти власними грошима»; «бідні не намагаються удосконалюватися» [163]. Діти ще не можуть оцінити бідність і багатство через відсутність великого досвіду поводження з грошима. Однак діти, представники сімей середнього класу,

мають тенденцію думати, що бідність – це наслідок персональних характеристик.

В умовах колосальних змін у всіх сферах життя суспільства батьки мають змінити свою традиційну стратегію, насамперед у економічному вихованні. Але як свідчить історичний досвід, у періоди соціальних змін саме інститут сім'ї проявляє консерватизм, інертність у прийнятті нових напрямів розвитку і тим самим в умовах загальних змін зберігає стабільність, наступність старих економічних уявлень, зразків та норм економічної поведінки.

Отже, багато сімей через свою традиційність не можуть гнучко перебудувати своє виховне середовище. Але об'єктивна економічна реальність, на жаль, не передбачає часу для тривалого пристосування, потребує нової ідеології економічного виховання, адекватної сучасним умовам.

Зміни в сучасній соціальній реальності в Україні потребують змін виховних орієнтирів підготовки дитини до самостійного життя. Перехід до ринкової економіки господарювання викликав у родини потребу виховання в дитини нових рис: ощадливості, заповзятливості, підприємливості.

У сучасному суспільстві визнано пріоритетним принцип первинності інтересів індивіда, тому родина змушена у виховній роботі пріоритетними визнати особисті інтереси над суспільними.

Незважаючи на зусилля суспільства зберегти виховні традиції сім'ї у зв'язку з реформуванням освіти, родині сьогодні потрібно передбачити всі аспекти формування особистості дитини, до чого більшість батьків просто не готова.

Нові ринкові умови викликали до життя нові орієнтації у вихованні, що дають змогу «вижити в ринку» – економічну соціалізованість, раннє економічне самовизначення й профпідготовку дитини; формування усвідомленого ставлення дітей до себе як до самоцінності, що веде певний спосіб життя, прагне до певного соціально-економічного статусу.

Виходячи з цього, можна стверджувати, що назріла необхідність переходу економічного виховання на новий якісний рівень, надання йому системного комплексного характеру, тому що в межах традиційних підходів і методів складно забезпечити процес економічної соціалізації підростаючого покоління.

Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації дітей передбачає економічну компетентність батьків: їхніх знань, навичок та вмінь щодо економічного виховання дитини; педагогічного мислення, що допомагає прогнозувати й передбачати результати виховання; уміння критично оцінювати свою виховну діяльність, аналізувати виховні ситуації; творчо користуватися кращим досвідом виховання дітей в інших сім'ях; поетапно і грамотно вирішувати економічні завдання родинного виховання.

Усе це можливо лише за умови інтеграції дитячих садочків, школи і родини в сучасних умовах. Такий принциповий підхід сприяє гармонізації взаємин між дітьми й дорослими, створює умови для отримання ними досвіду ділової конструктивної взаємодії.

Оскільки соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації неможливе без чіткої системи сформованих моральних оцінок, на заняттях з батьками повинно відбуватися усвідомлення не лише економічних, але й моральних принципів економічного виховання. Заняття з батьками потребують вивчення психологічних особливостей особистості дитини як об'єкта виховного процесу в родині й школі, дитячому садочку, що дає змогу встановити принцип педагогічної взаємодії між батьками, психологами й дітьми; психологами, вихователями, батьками й вчителями; психологами, вихователями, вчителями й дітьми.

Форми батьківського навчання можуть бути найрізноманітнішими: лекції; семінарські заняття; конференції; «круглі столи»; «мозкові штурми»; ділові ігри; екскурсії; індивідуальні бесіди; консультації; батьківські майстер-класи; демонстрація передового досвіду економічного сімейного

виховання; «Дні відкритих дверей»; телефон служби довіри; обмін досвідом сімейного економічного виховання; тренінги.

Особливу роль за будь-якої форми організації батьківського навчання слід відвести психологічним опитуванням, анкетуванню і тестуванню дітей, педагогів і батьків. Наступний етап – це складання психологом та вихователями, педагогами соціально-демографічної характеристики родин дітей.

Глибокий аналіз даних, отриманих у результаті використання анкет, допомагає зробити певні висновки про успішність створення єдиного формуючого середовища в навчальному закладі та родині, визначити ту форму батьківського навчання, що є найоптимальнішою і найнеобхіднішою для соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дітей.

Результати досліджень учених в галузі вікової економічної психології, предметом якої є економічна соціалізація в дитинстві, показали необхідність систематичної тематичної економічної освіти підростаючого покоління. При цьому підкреслюється, що недопустимо ігнорувати психологічні особливості входження дітей в економіку, оскільки це може призвести не лише до конфліктів, але й закріпити стереотипні уявлення про «дорослий» ринок як про щось зайве, тому зміна уявлень про такий ринок в цілому повинна бути градуйованою. Зазначається недостатність понять з «дорослої економіки» для пояснення складності економічного світу дітьми. Тому потрібні специфічні методи та методики вивчення економічної соціалізації, що дозволить зафіксувати співвідношенням когнітивних та афективних структур.

Отже, обґрунтовуючи важливість соціального простору сім'ї в процесі економічної соціалізації дітей, підкреслимо перспективність цієї проблеми для реалізації практичних задач для характеристики діяльності економічних суб'єктів. Це знайомство дітей в ранньому дитинстві з діяльністю економічних інститутів і актуальність ідеї ранньої економічної освіти дітей. Дитяче сприйняття економічного світу дозволяє розширити та поглибити аналогічні дані про економічні уявлення дорослих. Соціально-економічне

життя буде важким для дитини, якщо вона не зрозуміє смисл економічних феноменів у ранньому дитинстві.

1.6. Теоретико-методологічні засади дослідження соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників

Сучасна соціально-економічна ситуація потребує уваги психологів і педагогів щодо дослідження питань формування монетарної культури старшокласників, які в найближчому майбутньому будуть обіймати активні позиції в суспільстві. Від рівня сформованості їх монетарної культури та підготовки до самореалізації в умовах ринку багато в чому залежатиме вирішення проблем монетарної стабільності суспільства, успішна соціалізація та повноцінна адаптація молоді.

Важливість осмислення проблеми економічної соціалізації старшокласників, їх економічного самовизначення та самореалізації зростає, оскільки реформи, що відбуваються в країні, не повною мірою враховують специфіку українських соціокультурних умов, соціальних, економічних, політичних тенденцій, ціннісних орієнтацій молодих людей, особливостей монетарних відносин в суспільстві. Процес економічної соціалізації старшокласників є принципово важливим з точки зору вміння здійснювати економічний вибір, підвищення конкурентоздатності в умовах ринку і адаптації в умовах, що характеризуються високим ступенем невизначеності та ризику.

Аспект соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації юнацтва є недостатньо розробленим в науці. Відомо, що в юнацькому віці молода людина стикається з особливими проблемами: перехід до дорослого життя, вибір професії, формування ціннісних орієнтацій тощо. Це визначає не лише особливу важливість, але й специфіку економічної соціалізації особистості в освітніх закладах. Однак досі недосліджуваними є особливості та можливості соціалізуючого потенціалу

загальноосвітньої школи, потребує розробки проблема соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації школярів, зокрема старшокласників.

Теоретико-методологічну базу дослідження склали: фундаментальні дослідження в галузі зарубіжної філософії, психології, що обґрунтовують положення про діалектичну взаємодію особистості й соціального середовища, соціальної природи діяльності людини, формування системи цінностей в процесі соціалізації, соціальної функції освіти (М. Вебер, Ф. Гіддингс, Е. Гідденс, Е. Дюркгейм, А. Маслоу, Т. Парсонс, Н. Смелзер, П. Сорокін, Е. Фромм та ін.);

- наукові праці педагогів, філософів, соціологів, психологів, які розкривають концептуальні підходи до дослідження соціалізації (Г. Андрєєва, А. Ковальова, І. Кон, В. Москаленко, О. Мудрік, Т. Титаренко та ін.);

- соціалізація як процес становлення особистості через діяльність та спілкування (Б. Паригін та ін.); вплив освіти як соціального інституту на процес соціалізації молоді (Г. Гайсіна, О. Мудрік, В. Мухіна, О. Петровський та ін.); положення теорії розвитку особистості та суб'єктності в освітній діяльності (Р. Асадулін, Л. Амірова, В. Бенін, А. Маркова, В. Сластенін та ін.);

- дослідження вчених в галузі економічної психології (І. Андрєєва, А. Боярінцева, О. Вяткін, О. Дейнека, Т. Дробишева, А. Журавльов, Л. Карамушка, О. Кокун, В. Москаленко, Г. Ложкін, О. Філіппов та ін.), які розглянули проблеми ефективності поведінки людини у виробничій, споживчій та інших сферах діяльності;

- теоретико-методологічні дослідження проблем економічної освіти й виховання (А. Аменд, О. Булатов, Ю. Васильєв, М. Клепач, Я. Кузьмінов, Б. Райзберг, Н. Побірченко, О. Саламатов, І. Сасова, Т. Терюкова та ін.), що

розкривають основи педагогічної діяльності з підвищення рівня економічної підготовки молоді, починаючи із загальноосвітньої школи;

- концепції соціально-психологічної діяльності, що тісно пов'язані з такими галузями як практична, прикладна, соціальна психологія, психологія праці і зумовлені проникненням психологічної теорії та практики в усі сфери суспільного життя. Цей напрям успішно розвивається завдяки дослідженням вітчизняних і зарубіжних авторів (Д. Гандер, М. Дмитрієва, М. Дорошенко, Л. Карамушка, Н. Кривоконь, Ю. Машбиць, Г. Нікіфоров, В. Новіков, В. Осьодло, В. Панок, В. Стасюк та ін.). Вченими виокремлені певні етапи, функції та рівні соціально-психологічного забезпечення, розроблені його концепції, програми і моделі для різних видів діяльності.

Об'єкт дослідження: економічна соціалізація учнівської молоді.

Предмет дослідження: соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації старшокласників.

Мета дослідження: науково обґрунтувати та експериментально перевірити здійснення соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників в просторі загальноосвітнього навчального закладу.

Відповідно до предмета та мети дослідження було висунуто таку *гіпотезу:* соціально-психологічні практики, опосередковані грішми, впливають на зміст та конфігурацію компонентів ставлення до грошей старшокласників, як критерію сформованості певного рівня їх монетарної культури.

Відповідно до мети і гіпотези поставлені такі *завдання* дослідження:

1. За результатами аналізу наукової літератури з проблеми окреслити теоретичні засади дослідження соціально-психологічного забезпечення процесу економічної соціалізації старшокласників.

2. Розробити соціалізуючі практики для забезпечення розвитку економічної культури старшокласників.

3. Перевірити ефективність соціалізуючих практик як засобів соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників.

Розглянемо структуру освітнього середовища як чинник соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників. Важливою частиною роботи із забезпечення економічної соціалізації старшокласників стає створення такого освітнього середовища, яке дає змогу функціонувати школі як особливому соціокультурному центру, де безпосередньо в міжособистісних контактах учителів, психолога та учнів, окрім економічних знань та умінь, передаються світогляд, цінності та настанови. Освітнє середовище (середовище освіти), за визначенням В. Ясвіна, включає в себе систему впливів та умов формування особистості за певним зразком, а також можливостей для її розвитку в соціальному просторово-предметному оточенні. Отже, освітнє середовище школи представляє систему суспільних, матеріальних факторів, що забезпечують економічну соціалізацію, самореалізацію, саморозвиток суб'єкта освітнього процесу та виконує такі функції, як економічна соціалізація та економічне виховання, що спрямовані на формування у школярів ціннісного ставлення до світу економіки, культури, оточуючого середовища, позиціонування себе в цьому світі, на самореалізацію в професії та науці. Це важливо враховувати при виявленні соціалізуючого потенціалу освітнього середовища школи.

Освітнє середовище організує процес спрямованої та стихійної соціалізації одночасно, стаючи провідним джерелом інформаційного забезпечення для учня, оскільки в ньому сконцентровано спілкування з дорослими – педагогами і однолітками. Відповідно відбувається двоканальний обмін соціальним досвідом, передачею знань, умінь, навичок, культури, формування певного стереотипу або моделі поведінки школяра.

Оскільки освітнє середовище базується на міжособистісних взаєминах і педагогічних взаємодіях, то це повинно призводити до змін

соціально-психологічних характеристик середовища – до його гуманізації, підвищення безпеки, адаптивності, валеологічності, розвиваючого характеру.

За своїм змістом освітнє середовище складається з *просторово-предметного, організаційно-технологічного та соціального компонентів*. Ефективність процесу економічної соціалізації, який відбувається в освітньому середовищі школи, залежатиме від організації компонентів цього середовища [41].

Предметне середовище школи передбачає наявність відповідного обладнання, мультимедійних засобів, які дозволяють учням, учителям і психологу творчо освоювати світ економіки та фінансів, використовувати інформаційні ресурси, забезпечити міжпредметні зв'язки. Крім того, предметне середовище повинно наочно (стенди, сайти) демонструвати учням значення інформації, яку вони отримують, стан наукових досліджень для того, щоб забезпечити функцію фінансово-економічного виховання в школі.

У організаційно-технологічний компонент входить зміст освітнього процесу, форми та способи організації навчання учнів, психолого-педагогічна діяльність педагогічного колективу та шкільного психолога.

Соціальний компонент освітнього середовища передбачає активну участь суб'єктів освітньої діяльності (директора школи, учительського колективу, психолога школи) в організації та управлінні освітнім процесом з метою підготовки конкурентоздатної особистості, яка володіє високими адаптивними якостями та мобільністю. У сучасних умовах роль соціального компонента освітнього середовища зростає, оскільки, на наш погляд, процес економічної соціалізації сучасної учнівської молоді супроводжується суперечливими тенденціями. З одного боку, сучасна молодь має більше можливостей знайти застосування своїм знанням та здібностям, раніше починати реалізацію своєї економічної активності (наприклад, участь у сімейному бізнесі та навіть організація своєї справи), адаптуватися до

ринкових умов господарювання, отримати деяку фінансову незалежність від батьків. З іншого боку, стихійна економічна соціалізація не завжди позитивно впливає на молодь, особливо коли в період трансформації суспільства відбувається руйнування, гіпертрофування поглядів та принципів особистості, яка формується. Молоді люди починають орієнтуватися на споживацтво, на цінності особистої успішності будь-якою ціною. Саме тому зростає роль значущості школи як соціального інституту, який забезпечує цілеспрямовану економічну соціалізацію учнівської молоді через взаємодію та співробітництво в освітньому процесі учнів, педагогів та психолога. Отже, соціалізуючий потенціал освітнього середовища школи в рамках вирішення задач економічної соціалізації реалізується через:

- використання традицій та позитивного досвіду, накопиченого педагогічним колективом школи з формування у школярів знань, умінь, компетенцій, якостей особистості, що орієнтовані на умови функціонування ринкової системи;

- освітні технології, форми, методи навчання у школі (кейс-технології, метод проектування, тренінги, ігрові технології), спрямовані на розвиток у школярів економічного мислення та освоєння нових соціальних і економічних ролей (фахівця, дослідника, виробника, інвестора тощо);

- зміст, методи, організаційні форми виховання старшокласників, спрямовані на керівництво етичними, моральними нормами в економічній поведінці та формуванні соціальної відповідальності майбутнього фахівця;

- психолого-педагогічну діяльність педагогічного колективу, яка сприяє самоактуалізації особистості учнів та становленню школи як агента соціалізації.

На наш погляд, виявлення можливостей соціалізуючого потенціалу школи передбачає:

- вивчення позитивного досвіду, накопиченого іншими навчальними закладами по створенню ефективної системи економічної підготовки підростаючого покоління;

- пошук нових форм та спрямувань економічної соціалізації в рамках особистісно-орієнтованого, аксіологічного, діяльнісного та компетентнісного підходів в освітньому процесі.

Соціалізуючий потенціал освітнього процесу може реалізовуватися через діяльність учителів з формування мотивації у школярів до глибокого вивчення економічних дисциплін (участь в олімпіадах, конкурсах, конференціях, нові технології навчання).

Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації старшокласників передбачає досягнення такої мети, як залучення учнів до економічних знань, які є значущими для них не лише з точки зору пізнавальної діяльності, але й практичної. Тренінги, кейс-технології, бізнес-ігри наочно доводять необхідність отримання економічних навичок ще в школі, незалежно від майбутньої професії.

Сутність соціально-психологічного забезпечення монетарної соціалізації старшокласників. Економічна соціалізація учнів як умова досягнення життєвого і професійного успіху в сучасних економічних і соціальних умовах не може бути автономним, стихійним процесом. Розв'язати проблему економічної соціалізації, що спрямовується та контролюється, ми передбачаємо через організацію соціально-психологічного забезпечення цього процесу в освітньому середовищі школи, яке повинно бути насиченим ідеями формування економічної культури в ході цілісного психолого-педагогічного процесу.

Критерієм розвитку монетарної культури старшокласників, на наш погляд, є ставлення до грошей, найважливішою складовою якого ми вважаємо монетарні настанови, що формуються виходячи із фінансово-економічних знань та практики їх застосування. Раціональне ставлення до

грошей, розуміння не лише їх економічних функцій, але й соціально-психологічних, дозволяють приймати обгрунтовані рішення в сфері монетарних відносин і розуміти їх наслідки.

Соціально-психологічне забезпечення розглядається вченими і практиками з двох позицій: як принцип соціально-психологічної діяльності та як її технологія. Крім того, соціально-психологічне забезпечення соціалізації дитини – це процес, який містить комплекс цілеспрямованих психолого-педагогічних дій, що забезпечують включеність дитини до різних подій, та таких, що стимулюють її розвиток на підставі рефлексії того, що відбувається.

Мета соціально-психологічного забезпечення – створити умови в соціально-педагогічному середовищі для максимального особистісного та інтелектуального розвитку учня. Об'єктом забезпечення виступає освітній процес, предметом діяльності стає розвиток учня як система його відносин зі світом, з оточуючими, із самим собою.

Соціально-психологічне забезпечення школяра спирається на ті особистісні досягнення, які реально є у нього. Воно знаходиться в логіці його розвитку, а не штучно задає йому цілі та задачі із зовні. Отже, в якості найважливішого аксіологічного принципу в нашу модель шкільної психологічної практики ми закладаємо безумовну цінність внутрішнього світу кожного школяра, пріоритетність потреб, цілей та цінностей його розвитку.

Соціально-психологічне забезпечення передбачає систему практичного використання психології для розв'язання комплексних завдань експертизи, консультації та діагностики.

Дослідники розробили основні принципи соціально-психологічного забезпечення:

- згоду школяра на допомогу і забезпечення;
- опора на потенційні можливості особистості та віра в ці можливості;

- орієнтація на здатність школяра самотійно подолати труднощі;
- співпраця; конфіденційність; доброзичливість та безоціночність; безпека, захист прав людської гідності; реалізація принципу «не нашкодь»; рефлексивно-аналітичний підхід до процесу і результату.

Отже, соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації у вимірі монетарних цінностей ми розуміємо як цілісну, системно організовану діяльність, в процесі якої створюються соціально-психологічні та педагогічні умови для успішного формування монетарної культури, що передбачає засвоєння монетарних цінностей, норм, навичок, ролей та способів монетарної поведінки.

Соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників у освітньо-виховному процесі школи характеризується такими напрямками психолого-педагогічної діяльності:

- використання ресурсних можливостей інтерактивних методів навчання (мультимедійних, дискусій, рольових ігор, кейс-методу, тренінгів, створення проблемних ситуацій тощо), які забезпечують актуалізацію важливості економічної соціалізації школярів, підвищення мотивації до вивчення дисциплін економічного циклу та рівня монетарної культури;

- співробітництво психолога, учителів та учнів в організації сумісної науково-дослідницької діяльності з економічної соціалізації сприяє економічному самовизначенню та успішній самореалізації майбутніх фахівців у професійній діяльності;

- організація економічної соціалізації учнів, що включає її діагностику, профілактику та оцінювання результативності для подальшої корекції рівня сформованості монетарної культури особистості [44].

1.7. Теоретико-методологічні засади дослідження соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді в просторі вузівської освіти: моральний аспект

Соціально-економічні зміни, розбудова соціально-орієнтованої економіки поставили перед українським суспільством завдання сформувати ринкову економічну культуру молоді, яка б сприяла здійсненню нею ефективної економічної діяльності й уможлилювала б оцінювання даної діяльності з позиції не лише економічної доцільності, але й соціальної спрямованості та моральної цінності.

Сьогодні існують суперечності між тими інноваційними процесами, які відбуваються в суспільному і соціально-економічному житті у зв'язку з переходом до ринкової економіки, та потребами суспільства в особистості не лише економічно грамотній, але й високоморальній.

Увага до моральної складової економічної культури і активності особистості пов'язана також і з тим, що спільні інтеграційні процеси у всьому світі обумовили більш тісну безпосередню взаємодію людей з різних культур з різним світоглядом, ментальністю, етичними цінностями і нормами. Громадська думка останнім часом стала надавати все більше уваги і значення моральності економічних суб'єктів у зв'язку з тим, що все більше зростає вплив крупних виробників, фінансових інститутів і торговельних кампаній на благополуччя, безпеку і здоров'я великих груп людей, і, особливо, студентської молоді.

Освіта загалом та вища освіта, зокрема, відіграють унікальну роль в суспільстві, вони відтворюють особистість, озброюють її сучасними знаннями, формують світогляд і творчі здібності, виховують як громадянина та патріота. Система вищої освіти тісно пов'язана з юнацтвом. Юність – це певний віковий етап розвитку індивіда, який є певним критерієм суспільного становища, самосвідомості, характеру діяльності, рівня розвитку людини.

Заклад вищої освіти є одним із важливих інститутів соціалізації молоді людини.

Соціалізація особистості була, є і буде предметною областю багатьох наукових досліджень. Інтерес до неї обумовлений вираженими соціально-культурними тенденціями сучасності. До них можна віднести посилення динаміки соціальних процесів, зростання значущості соціально-психологічного та суб'єктивного начал в усіх проявах життя сучасної людини, а також переосмислення теоретичних ідей і практик життєдіяльності. Економічна соціалізація особистості набуває статусу нового наукового напрямку, який дозволяє з позиції соціальної психології вивчати та досліджувати механізм входження людини в складний самостійний цикл економічного життя.

Як відомо, соціалізація – це процес формування соціальних якостей особистості, завдяки яким вона активно адаптується в суспільстві, стає суб'єктом життєдіяльності. Так чи інакше людина своєю діяльністю «входить» у всі сфери суспільства, зокрема, й у економічну. Остання потребує розвинених економіко-психологічних властивостей, формування яких здійснюється в процесі економічної соціалізації, завдяки яким індивід стає суб'єктом економічної діяльності. У процесі економічної соціалізації особистість отримує економічні знання, економіко-фінансову грамотність та інші навички, ті особистісні якості, завдяки яким людина здатна діяти в економічному просторі, приймати морально виважені рішення, здійснювати морально зрілі вчинки.

Економічна соціалізація сучасної молоді відбувається в умовах економічного напруження, ознаками якого є: швидке падіння виробництва, закриття підприємств, банкрутство банків, ріст безробіття в усіх галузях економіки та по більшості професій, висока інфляція, нерівномірність розвитку регіонів та галузей народного господарства, поглиблення розриву в доходах населення та його швидке розшарування та ін.. Цей процес доповнюється загальною системною суспільно-економічною та духовною

кризою суспільства, стрімкою економічною, політичною, соціальною, ідеологічною переорієнтацією, війсьними діями на Сході нашої країни.

Сьогодні стає очевидним, що для формування морального імунітету до негативних проявів в економічній діяльності, економічній культурі особистості як культури ринкових взаємин недостатньою домінуючою теоретичної та вузькоспеціалізованої професійної підготовки молоді. Підвищення економічної культури студентської молоді потребує ефективного комплексного підходу. За умов ринкових відносин від закладів вищої освіти вимагається швидке реагування, тому основною вимогою до випускників є здатність швидко адаптуватися до нових ринкових реалій.

Теоретико-методологічну основу дослідження **«Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді в просторі вузівської освіти: моральний аспект»** складають ряд теоретико-методологічних підходів, фундаментальних та прикладних психологічних розробок щодо економічної соціалізації молоді. Це, зокрема, розробка психологічних детермінант економічної соціалізації особистості (А.Журавльов, А.Купрейченко, В.Позняков, Л.Хитрош, та ін.); вікових особливостей та відмінностей різних стадій соціалізації (Г.Аверьянова, З.Антонова, О.Козлова, П.Уєблі та ін.).

Дослідження соціально-психологічних закономірностей становлення економічної культури молоді у вітчизняному освітянському просторі, ролі морального фактора в економічній соціалізації особистості здійснено науковцями лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України (2012-2015; Н.Дембицька, Т.Говорун, І.Зубіашвілі, О.Лавренко, Л.Карамушка, В.Москаленко). Спираючись на досягнення вітчизняної та зарубіжної науки в галузі психології, філософії, культурології, педагогіки, автори розкрили особливості та динаміку становлення економічної культури учнівської та студентської молоді. У дослідженні значну увагу приділено визначенню особливостей співвідношення «економічності» та «моральності» у системі таких взаємопов'язаних та

взаємодіючих економіко-психологічних факторів як обізнаність особистості в соціально-економічній сфері; ціннісно-емоційне ставлення до соціально-економічного простору (довкілля та до людей), настановлення на активні форми економічної діяльності особистості. Проаналізовано особливості типів економічної культури в залежності від віку школярів. Визначено типи монетарної культури старшокласників в залежності від ставлення до грошей. На основі узагальнення отриманих результатів дослідження побудовано структурно-функціональну модель становлення економічної культури молоді, яка може використовуватись в практиці економічного виховання молоді [125].

Також теоретико-методологічними засадами є дослідження загальних тенденцій засвоєння моральних норм, перехід зовнішнього морально-етичного припису в особисту норму (Л. Божович, О. Кульчицька, В. Мухіна, Є. Субботський, С. Якобсон, А. Бандура, І. Бех, М. Боришевський, І. Булах, З. Карпенко, Л. Кольберг, С. Максименко, В. Москалець, Ж. Піаже, С. Рубінштейн, Н. Чепелева, С. Якобсон та ін.); ґрунтовне комплексне теоретичне та емпіричне дослідження морально-психологічної регуляції економічної активності представників різних соціальних груп сучасної Росії психологів РАН під керівництвом А. Л. Журавльова та А. Б. Купрейченко. Взаємозв'язок економічного та морального виховання у школярів та студентської молоді вивчався також російськими науковцями (Н.М. Тарарухіна, Л. Г. Борисова, Г. С. Солодова, О. П. Фадєєва, І. І. Харченко, Р.М. Шайдулліна та ін.). Загальні тенденції засвоєння моральних норм, перетворення їх у «свої» детально розглянуті в роботах багатьох психологів. У пострадянському просторі розробку проблем економічної культури здійснюють активно А. Ахієзер, І. Діскін, Т. Заславська, Я. Кузьмінов, О. Морозов, Р. Ривкіна, Г. Соколова, А. Журавльов, Н. Журавльова, А. Купрейченко та ін. Серед українських учених економічна культура перебуває в центрі уваги як соціологів, економістів (Д. Богині, В. Врублевського, Є. Головахи, Т. Єфременко, В. Пилипенка, Н. Приходько,

М. Семикіної, Є. Суїменка та ін.), так і психологів (Л. Карамушка, О.Філь, О. Креденцер, Ю. Швалб, В. Москаленко, Г. Ложкін, Н. Дембицька, І. Зубіашвілі, І. Білоконь, Т. Петровська, Н. Волянюк, О. Міщенко та ін.).

Особлива роль моральних феноменів в детермінації економічної поведінки визначає високий інтерес дослідників до морального аспекту вивчення економічної свідомості. Здійснені емпіричні дослідження таких феноменів як моральна оцінка грошей, ставлення до дотримання моральних норм, довіра/недовіра у діловій взаємодії, ставлення до неетичної реклами та ін. дозволяють зробити висновок про наявність специфічних закономірностей їх формування, взаємозв'язків між ними та їх впливу на економічну поведінку суб'єкта (Е. Горбачова, А. Купрейченко, 2006; А. Журавльов, А. Купрейченко, 2003, 2007; А. Купрейченко, 2010). Однак проблема моральних аспектів соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді в просторі вузівської освіти потребує подальшого наукового дослідження.

Н.І. Кривоконь, плідно розробляючи концепцію соціально-соціально-психологічного забезпечення діяльності, зазначає, що воно тісно пов'язано з такими галузями як практична, прикладна, соціальна психологія, психологія праці і зумовлюється проникненням психологічної теорії та практики в усі сфери суспільного життя. До цієї концепції зверталися ряд вітчизняних і зарубіжних авторів (Д.В. Гандер, М.О. Дмитрієва, М.М. Дорошенко, Л.М. Карамушка, М.С. Корольчук, В.М. Крайнюк, С.Л. Леньков, С.Д. Максименко, Ю.І. Машбиць, Г.С. Нікіфоров, В.С. Новіков, В.І. Осьодло, В.Г. Панок, Н.Ю. Скороходова, В.В. Стасюк, Т.В. Шеломова та ін.). Вони виділили певні етапи, функції та рівні соціально-психологічного забезпечення, розробили його концепції, програми та моделі для різних видів діяльності. Н.І. Кривоконь зазначає, що зміст соціально-психологічного забезпечення професійної діяльності розглядається науковцями в трьох основних вимірах: 1) як система заходів, що мають на меті вдосконалення, оптимізацію професійної діяльності; 2) як специфічна діяльність, супровід

особистості в професії; 3) як процес перетворення особистості, набуття нею нового досвіду, нових якостей, рис тощо. Причому, це перетворення зумовлене і спеціально організованими впливами та супроводом, а сама особистість при цьому має бути достатньо вмотивована [75]

Також аналіз психологічної, педагогічної, філософської, економічної, соціологічної літератури свідчить, що в останні роки до проблеми морально-економічної соціалізації молоді проявляється певний інтерес. Однак, на наш погляд, у більшості публікацій переважає економічний аспект проблеми. Часто автори наводять приклади із зарубіжного досвіду, випускаючи при цьому позитивні аспекти історичного досвіду вітчизняного господарювання, заснованого на моральних засадах чесності, самовідданості, безкорисливості, ставлення до трудової солідарності. Адже в системі моральних цінностей, притаманних моральній культурі нашого народу, значна роль належить багатовіковим народним традиціям духовно-морального життя суспільства, які беруть свій початок від общинного укладу життя, заснованого на взаємодопомозі, взаємовідповідальності.

Зазначимо, що погляд на етичну регуляцію економічної активності як на вторинну зберігався до середини ХХ ст., що частково було обумовлено домінуванням теорії «економічної людини». У даний час у відповідності з теоретичними моделями моральної регуляції економічної активності етика визнається однією із найважливіших детермінант. Первісна економічна мета – задоволення потреб – декларується як моральна, етична такою ж мірою, як і економічно вигідна. На думку А. Л. Журавльова, А. Б. Купрейченко, «Жорсткий контроль над бізнесом в умовах гострої конкурентної боротьби призводить до того, що порушення моральних норм стає економічно недоцільним» [49].

Як відмічає О.П. Вяткін, при розгляді аспектів економічної соціалізації особистості виникає ряд методологічних проблем. По-перше, соціальні зміни в сучасному суспільстві випереджають темп розвитку особистості, а це суттєво утруднює традиційне засвоєння нею «суспільних концептів»,

«колективних уявлень», набуття духовності, вписування в систему соціальних зв'язків. По-друге, в ході соціалізації відбувається перебудова свідомості без традиційних, тобто культурно обумовлених основ економічної поведінки. Відбулось «вкидання» нових, у першу чергу ринкових цінностей, проте осмислення їх виходить за рамки традиційної суспільної свідомості, яка складалася в попередні десятиліття, а їх особистісне прийняття неминуче пов'язано з вирішенням конфлікту цінностей та уявлень. По-третє, сьогодні в соціальній та економічній психології мають місце мозаїчні наукові погляди на психічну регуляцію економічної активності. Вона розглядається як прагнення економічного суб'єкта оптимізувати власну вигоду, забезпечити свої вузькі егоїстичні інтереси, конкурентну боротьбу (В.С Автономов, О.С. Дейнека, Г.І. Ловецький, П. Лунт, А. Маршалл, Е Фромм та ін.); як дотримання етичних норм як загальнолюдських тенденцій (А. Л. Журавльов, В.Д. Шадриков, Е.А. Климов); як включення «специфічних духовних органів, характерних для людини протягом всієї її історії (Мамардашвілі)» [26].

На процес економічної соціалізації студентської молоді впливають різні фактори, які можна в цілому поділити на стихійні (формуються під впливом соціального середовища завдяки здатності особистості здійснювати вибір) та організовані (економічна освіта та економічне виховання). Звичайно, поєднання детермінант соціалізації є унікальним для кожної особистості. Особливість становища молодих людей у суспільстві полягає в тому, що, з одного боку, вони входять у той соціальний простір, який було організовано незалежно від них попередніми поколіннями; з іншого боку, молодь може змінити та перебудувати відповідні соціальні структури. Крім того, вихід із кризової ситуації і процес розвитку нашого суспільства безпосередньо пов'язані зі становищем молоді та її реальною участю в цьому процесі. Тому дослідження процесу включення молодого покоління у всі сфери суспільного життя, зокрема, економічного, набуває особливого значення.

Економічна соціалізація студентської молоді має свої особливості, так як на цьому етапі життя здійснюється оцінка себе на ринку праці, формується уявлення про власний бюджет, починається більш конкретне знайомство з банківською системою, трудовим відносинами тощо. О. Вяткін до цих особливостей соціалізації додає ще й ті проблеми, з якими стикається молода людина при переході до дорослого самостійного життя, а саме: пошук шляхів досягнення економічної незалежності, особливості заощадливої та споживчої поведінки, професійна орієнтація чи вибір кар'єри, формування ціннісних орієнтацій в економічній сфері, зміни у самосвідомості [26]. Причиною раннього знайомства молоді з економічною сферою є зниження державної фінансової підтримки студентів з боку як сім'ї, так і держави. Тому частина молодих людей, щоб забезпечити собі гідний рівень існування, рано починає професійну кар'єру, автоматично стаючи економічним суб'єктом.

Студентська молодь як об'єкт соціально-психологічних досліджень. Студентство для суспільства є перманентною структурною формою, яка ніколи не щезає, але при цьому її якісні показники та кількісні характеристики постійно змінюються, зберігаючи при цьому спадковість та типові суттєві риси. Тому студентство водночас є і соціальним ресурсом і соціальним капіталом суспільства, які обумовлюють суспільну перспективу.

Студентство як соціальна група відрізняється не лише особливим місцем і роллю в суспільстві, що розвивається в нових ринкових умовах, а й наявністю цілком певних соціальних якостей, які дозволяють виділити його в специфічну страту. Цей вік виступає одночасно і як демографічна, і як соціальна ознака. Адже період навчання у вузі припадає в основному на другий період юності, період оформлення юнаків і дівчат у дорослу людину. У процесі навчання студентство не створює матеріальних і духовних благ, але сам період підготовки до професійної діяльності складає необхідну ступінь, без якої неможливий жодний вид праці. Дати молодій людині сучасну освіту – це означає дати їй не лише хороші професійні знання, а й

підготувати спеціаліста, що глибоко розуміє своє місце і роль в суспільстві. Період студентства для людини – це період становлення цілісності особистості, коли відбувається консолідація її психічних сил. У цей період розкриваються потенційні здібності і задатки, проявляються таланти, удосконалюється інтелект, розширюється коло пізнання, набувається професія.

Студентство як специфічна соціальна група молоді, не має в повному розумінні слова власного соціального статусу і характеризується або соціальним становищем своїх батьків, або своїм майбутнім статусом, пов'язаним із набуттям професійних знань. Молода людина, котра навчається у закладі вищої освіти, вже має певні світоглядні позиції, ціннісні орієнтації, уявлення про соціальні ролі, соціальні норми, засвоєні на буденному рівні, насамперед під впливом сімейного інституту, загальноосвітньої школи, іншого безпосереднього оточення, засобів масової інформації. У період навчання у вузі змінюється структура, вплив і співвідношення соціалізуючих чинників на молоду людину: батьків, родинного й найближчого оточення, засобів масової інформації, мистецтва, громадських організацій і рухів, правоохоронних органів тощо. Стаючи більш дорослою, молода людина поступово позбавляється від юнацького максималізму, вчиться розуміти і поважати погляди інших людей, звикає виражати своє ставлення до них у загально прийнятих формах, більш свідомо оцінює нормативно-ціннісну систему суспільства. З іншого боку, у процесі усвідомлення й уточнення своїх політичних, моральних, економічних, культурних орієнтацій у неї формується принципове ставлення до певних типів людей, соціальних груп. Мотиваційний вплив на інших людей поступово втрачає характер імпульсивності, хвилинного настрою й оформлюється як продумані, морально вивірені, узгоджені з діями інших людей чи сумісні вчинки. Шляхом інтеріоризації відбувається формування нових мотиваційних ставлень до оточуючого світу, інших людей, до самої себе.

Студент – це якісно новий ступінь у психофізичному і соціально–моральному розвитку особистості, її перехід від стану старшого школяра до студента. Серед новоутворень цього етапу можна відмітити такі, які мають суттєвий вплив на професійне самовизначення індивіда: феномен особистісного самоутвердження, емоційно–моральна і пізнавальна активність, здатність до невмотивованого ризику; орієнтація на доросле товариство, його стосунки, прагнення опанувати їх та вписатись на рівних в це товариство; феномен «дорослості»; нестійкість світоглядних структур; податливість зовнішньому впливові; бажання неформального спілкування з однолітками, з референтно значущими людьми. У порівнянні з підлітками студенти вже мають цілісну структуру самостійності, але як правило ще недостатньо розвинену. Самостійна позиція під час вибору майбутньої професії, життєвого шляху і способу життя все ще залишається нестійкою. Ця самостійність переважає на емоційно–оціночному чи когнітивному рівнях, а на діяльнісно–практичному вона проявляється менше. Перехід із стану школяра до стану студента – це не лише зміна форм навчальної діяльності. У період отримання вищої освіти молода людина продовжує свій особистісний ріст, вона зіштовхується з багатьма новими для себе проблемами, пов'язаними зі вступом у роль дорослого (нове середовище однолітків і дорослих, перегляд уявлень про себе, можливий переїзд в інше місто, власна сім'я і т.д.). Постійне вирішення цих проблем вимагає внутрішньої самоорганізації, уміння розподіляти час і сили в дуже напруженому у порівнянні зі шкільним життям навчальному режимі, стимулює роботу по виявленню і усвідомленню життєвих пріоритетів, уточненню поточних і перспективних планів.

Якщо вивчати студента як особистість, то вік 18-20 років – це період становлення і стабілізації характеру, найбільш активного розвитку моральних та естетичних почуттів, оволодіння повним комплексом соціальних ролей дорослої людини: громадянських, професійних, трудових тощо. Саме в цей період проявляється «економічна активність», під якою

демографи розуміють включення людини в самостійну виробничу діяльність, початок трудової біографії і створення власної сім'ї. Студентські роки відрізняють інтенсивним перетворенням мотивації, усієї системи ціннісних орієнтацій, формуванням спеціальних здібностей у зв'язку з професіоналізацією – тому саме цей вік є центральним періодом становлення характеру та інтелекту. Загалом, студентський вік характеризується досягненням найвищих «пікових» результатів, які базуються на всіх попередніх процесах біологічного, психологічного, соціального розвитку особистості.

Характерною рисою морального розвитку у цьому віці є посилення свідомих мотивів поведінки. Помітно укріплюються ті якості, яких не вистачало повною мірою у старших класах загальноосвітньої школи – цілеспрямованість, рішучість, настирливість, самостійність, ініціатива, вміння володіти собою. Підвищується інтерес до моральних проблем (мети, справедливості, образу життя, обов'язку, любові, вірності тощо). Разом з тим спеціалісти в області вікової психології відмічають, що в цьому віці здатність людини до свідомої регуляції своєї поведінки розвинута ще не повною мірою. Нерідко має місце немотивований ризик, невміння передбачити наслідки своїх вчинків, в основі яких можуть бути не завжди гідні мотиви. Це вік безкорисних жертв, повної самовіддачі та водночас і негативних проявів.

В цей період самооцінка здійснюється шляхом порівняння ідеального «Я» з реальним, але ідеальне «Я» ще не вивірено, може бути випадковим, та й реальне «Я» ще всебічно не оцінене самою особистістю. Це об'єктивне протиріччя у розвитку особистості молодої людини може викликати у неї внутрішню невпевненість у собі, іноді воно навіть супроводжується зовнішньою агресивністю, розкутістю, почуттям розгубленості [136].

Соціально-демографічний портрет студента досліджувався в роботах В.І Астахової, Н.А. Паніної, М.Н. Руткевича, Л.Г. Сокурянської [7; 119;123]. Доволі успішні спроби виділити суттєві характеристики студентства,

аналізуючи форми його діяльності здійснили М.Б. Євтух, О.Д. Куценко, К.Г. Михайлева, О.С. Овакимян та інші дослідники [42;76;91; 106] та ін.

Багатьма соціально-психологічними дослідженнями морально-ціннісних орієнтацій встановлено, що процеси демократизації та ринкові відносини наповнюють новим змістом ціннісні орієнтації студентської молоді, спонукають до перегляду цінностей, до побудови нової ієрархії цих орієнтацій [43;87].

Аналізуючи тенденції в ціннісних орієнтаціях студентської молоді, М.П. Бліхар відзначає, що для студентства характерна спрямованість на майбутнє, а фізичні і розумові здібності створюють певну впевненість в собі, що нерідко перетворюється на самовпевненість. Разом з тим молоді притаманна характерна для такого віку переоцінка цінностей, їхні моральні погляди тільки складаються і структуруються. В аналізі складних явищ оточуючої дійсності їм часто не вистачає гнучкості і життєвого досвіду старших поколінь. Саме тому відсутність достатнього досвіду, юнацький максималізм, велика емоційна збудженість роблять цей період у житті досить складним, проте саме в цей період уточнюються ціннісні орієнтації особистості [14].

У студентської молоді відбувається переосмислення таких понять, як держава, економіка, свобода, гроші, особистість, демократія, право тощо, які відіграють велике значення в сучасних умовах. Крім того, активно переглядаються життєві стратегії, цілі та орієнтації. Внаслідок безпосереднього та опосередкованого діалогу культур масова свідомість молоді збагачується такими цінностями, як свобода вибору переконань, недоторканність приватної власності, невтручання держави в особисте життя громадян. Новим змістом наповнюються і так звані традиційні цінності – відповідальність, толерантність, справедливість тощо. Має місце тенденція зростання «попиту» на деякі цінності радянського періоду, зокрема, такі як стабільність, порядок, але у вже новій інтерпретації.

Водночас в змісті й показниках значущості загальнолюдських цінностей у сучасній молоді простежується, як і раніше, тенденція до пріоритету вітальних цінностей. Більш посиленою є увага до цінностей матеріального благополуччя, зважаючи на зростання економічних кризових явищ. Трансформація суспільного життя вивела на перші місця цінності особистісного рівня, які забезпечують власні потреби, комфортне існування. Проблеми мікрорівня, сприйняття оточуючого світу крізь призму особистих інтересів посідають головну роль у життєвому світі молодих людей. Насамперед їх турбує сім'я, власне здоров'я, кар'єра, матеріальні блага, житлові умови, освіта. Це важлива тенденція, що характеризує зміни ціннісних орієнтацій молоді – відверта перевага індивідуалізму, акцент на особистісно-сімейних інтересах.

Висновки до розділу 1.

Підводячи підсумки теоретичній частині нашого дослідження, зазначимо, що закономірності економічної соціалізації молоді, великий соціалізуючий потенціал освітнього простору загальноосвітньої школи, закладу вищої освіти та стосунків у сім'ї, а також потреба сучасного суспільства у розвитку культури підприємливості у підростаючих поколіннях українців зумовлюють необхідність розробки окремих моделей соціально-психологічного забезпечення цілеспрямованого формування економічної культури учнівської та студентської молоді.

У розділі представлено теоретичні аспекти проблеми психологічного забезпечення діяльності, зокрема, цілеспрямованого впливу на становлення економічної культури особистості. Розроблено поняття соціалізуючого впливу на становлення економічної культури особистості, під яким запропоновано розуміти таку взаємодію двох суб'єктів, за якої функціонування одного стає причиною змін у соціально-психологічних якостях іншого, завдяки яким останній гармонійно інтегрується у економічну культуру суспільства.

На цій основі обґрунтовано концепцію соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді. Концептуальні засади соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації становить комплекс теоретичних положень, які пояснюють особливості, чинники, механізми, рівні економічної соціалізації особистості на різних її вікових етапах та в різних умовах життя, розроблених на цій основі заходів та прикладних моделей, покликаних створити сприятливі умови як для організації соціалізуючого впливу на особистість молодої людини з метою як сприяння формуванню у неї економічної культури підприємливого типу, так і розвитку психологічної готовності агентів такого впливу.

Метою забезпечення визначено актуалізацію і розвиток суб'єктності особистості у відносинах власності та сприяння цілеспрямованому формуванню підприємливого типу її економічної культури.

Показано, що кінцевий результат може бути забезпечений організацією тривалого, ритмічного практикування молоддю співвіднесених з цінностями суспільної моралі способів привласнення особистих, сімейних, колективних, приватних благ з метою набуття нових цінностей і благ та отримання вигоди не тільки для себе, а й для інших.

Показано, що досягнення кінцевого результату соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді – це двоконтурний процес. Його доцільно організовувати, з одного боку, у напрямку від креативного вправлення у нових способах економічної взаємодії до перетворення їх на фонові, рутинізовані, такі, що практикуються у повсякденній діяльності з привласнення-відчуження матеріальних чи духовних благ, і навпаки.

Розроблено теоретичну структурно-функціональну модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської та студентської молоді. Згідно з моделлю, забезпечується: 1) діагностування змісту та рівнів соціалізованості молоді, 2) прогнозування ефектів соціалізації; 3) планування бажаних соціалізуючих впливів; 4) генерування

конкретних способів впливу; 5) організація вправління молоді у нових способах економічних дій (творчі, креативні економічні практики) з наступним їх практикуванням у повсякденній діяльності (перетворення практик у фонові форми); 6) оцінка кінцевих результатів соціалізуючого впливу та підведення підсумків.

Показано, що за таким алгоритмом може забезпечуватись розвиток будь-якої складової ціннісного канону підприємливої людини, що вивчається нами в руслі Європейської рамки підприємливості через такі індикатори, як ініціативність, винахідливість, самостійність, здатність до нестандартних рішень, готовність до ризику і відповідальність за результати в економічній взаємодії.

Показано, що соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді здійснюється поетапно, враховуючи вікові періоди розвитку особистості. Доведено, що соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації дітей передбачає економічну компетентність батьків: їхніх знань, навичок та вмінь щодо економічного виховання дитини; педагогічного мислення, що допомагає прогнозувати й передбачати результати виховання; вміння критично оцінювати свою виховну діяльність, аналізувати виховні ситуації; творчо користуватися кращим досвідом виховання дітей в інших сім'ях; поетапно і грамотно вирішувати економічні завдання родинного виховання.

Освітнє середовище школи показане як така система суспільних, матеріальних факторів, що спрямовані на формування у школярів ціннісного ставлення до світу економіки, культури, оточуючого середовища, позиціонування себе в цьому світі, самореалізацію в професії та науці. Це середовище є провідним джерелом інформаційного забезпечення для учня, оскільки в ньому сконцентровано спілкування з дорослими – педагогами і однолітками. Відповідно відбувається двоканальний обмін соціальним досвідом, знаннями, вміннями, навичками, формування певного стереотипу або моделі поведінки школяра.

Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації школярів у вимірі монетарних цінностей – це цілісна, системно організована діяльність, в процесі якої створюються соціально-психологічні та педагогічні умови для успішного формування монетарної культури, що передбачає засвоєння монетарних цінностей, норм, навичок, ролей та способів монетарної поведінки.

Простір вузівської освіти поряд із теоретичною та вузькоспеціалізованою професійною підготовкою молоді до життя завдяки соціально-психологічному забезпеченню економічної соціалізації має на меті формування морального імунітету до негативних проявів в економічній діяльності, економічній культурі особистості як культурі ринкових взаємин. У процесі цілеспрямованої економічної соціалізації особистість отримує економічні знання, економіко-фінансову грамотність та формує ті навички, ті особистісні якості, завдяки яким молоді людина здатна діяти в економічному просторі, приймати морально виважені рішення, здійснювати морально зрілі вчинки.

Розділ 2. СОЦІАЛІЗУЮЧІ ПРАКТИКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

2.1. Життєві практики як набуття особистістю досвіду економічної соціалізації

Формування економічної культури молоді, яка б забезпечувала її гармонійне включення в економічні відносини, не втрачає своєї актуальності. Важливим є питання формування складових економічної культури особистості ринкового типу.

Сучасна економіка здатна ефективно функціонувати, якщо у суб'єкта економічних відносин особистісні риси відповідають таким принципам: конкурентоздатність, мобільність, компетентність, моральність тощо.

У ході економічної соціалізації індивіда відбувається перетворення його в повноправного члена економічної спільноти, зокрема, освоєння ним соціального простору, обмеженого господарською діяльністю, формування уявлень про економічні процеси і явища, їх втілення в конкретні форми соціально-економічної діяльності особистості, а також набуття навичок економічної поведінки, що ґрунтується на моральних засадах.

Завдяки ідентифікації людини з еталонним образом «людини економічної» в процесі економічної соціалізації у неї формується економічна культура, певні економіко-психологічні якості, завдяки яким вона адаптується до економічних умов життя, відбувається засвоєння ролей (а саме, найманого працівника, споживача, вкладника, платника податків тощо), норм і цінностей економічної поведінки.

Згідно з концепцією «Нова українська школа», випускник школи – майбутній студент – має бути: а) цілісною, усебічно розвиненою

особистістю, здатною до критичного мислення; б) патріотом з активною позицією, який діє згідно з морально-етичними принципами і здатний приймати відповідальні рішення; в) інноватором, здатним змінювати навколишній світ, розвивати економіку, конкурувати на ринку праці, вчитися впродовж життя.

В процесі економічної соціалізації особистість сучасного студента стикається з новими проблемами при переході до дорослого самостійного життя. А саме: пошук шляхів досягнення економічної незалежності від батьків, розуміння особливостей ощадної та споживацької поведінки, професійна орієнтація, вибір кар'єри, формування морально-ціннісних орієнтацій та якостей в економічній сфері, зміна самосвідомості.

В умовах переходу нашої країни до ринкової економіки забезпечення відповідного рівня економічної культури особистості набуває особливої актуальності, оскільки за низької економічної грамотності населення, відсутності навичок економічної діяльності, яка ґрунтується на моральних засадах, почуття відповідальності за соціально-економічний розвиток нашої країни, усі реформи залишаться лише на теоретичному рівні. Гостра потреба в усебічній економічній грамотності стосується перш за все студентської молоді, так як ринкові відносини ставлять перед нею принципово нові вимоги: високий професіоналізм, глибока правова та економічна грамотність, підприємливість, ощадливість, творча активність, готовність до професійної діяльності в мовах конкуренції, корупції.

У процесі економічної соціалізації важливо формувати у студентів здорові матеріальні потреби. Потреба — необхідність у чомусь, яка задовольняється переважно завдяки трудовій діяльності у процесі якої створюються необхідні людині предмети. Матеріальні потреби, як і духовні, мають тенденцію зростати. Задоволення потреб потребує від особистості високої активності. Розрізняють потреби реальні та ілюзорні. Перші можуть бути задоволені, другі — наслідок неадекватного відображення в думках людей їх прагнень. Великої соціальної шкоди заподіюють спотворені

(гіпертрофовані) потреби окремої особи чи соціальної групи (наркотики, алкоголь та ін.). Тому важливо, щоб студенти уяснили, що матеріальні потреби не повинні домінувати над духовними.

Духовність — специфічно людська риса, що виявляється в багатстві духовного світу індивіда, його ерудиції, розвинутих інтелектуальних та емоційних запитах, моральності й передбачає оволодіння духовними цінностями — витворами людського духу. Втрата духовності рівнозначна втраті моральності.

Розглядати процес економічної соціалізації особистості, на наш погляд, варто, враховуючи множинність аспектів, які представлені у вигляді її потрійної детермінації – соціальної, соціально-психологічної та психологічної. При такому підході можна припустити, що соціалізаційний досвід індивід набуває протягом життя через різноманітні життєві практики.

Грунтовне монографічне дослідження соціально-психологічних практик конструювання життя в умовах постмодерної соціальності здійснили українські психологи Т.М. Титаренко, О.М. Кочубейник, К.О. Черемних. Вони розглядають практики як способи особистісного життєконструювання, що сприяють пошуку оновлених ідентичностей, забезпечують усвідомлення особистістю власної неперервності, дають їй змогу гнучко реагувати на соціальні зміни, рухатися назустріч новому досвіду [138].

Одним із перших підкреслив важливість життєвих практик Е. Гідденс – англійський соціолог та політолог. Згідно його теорії, індустріальний розвиток суспільства полягає не стільки в технологічному зростанні, скільки в освоєнні людьми відповідних форм і норм поведінки. При побудові концепції соціалізації особистості він відмовляється від функціоналістської теорії ролей. Натомість Гідденс вважає, що соціальні системи складаються не з ролей, а з практик, які відтворюються з кожним новим поколінням. Соціальні системи можна інтерпретувати як «структурні поля», де агенти займають певну позицію стосовно один одного.

Гідденс підкреслює три важливих особливості соціалізації особистості:

- Соціалізація не закінчується в той момент, коли суспільство визнає індивіда зрілою особистістю та повноправним членом суспільства; соціалізація відбувається протягом усього життя індивіда.

- Соціалізація не є простим процесом інкорпорації дитини в суспільство. Це базовий механізм наступності поколінь (succession of the generations), де діти – активні партнери у двосторонньому процесі взаємодії. Суспільство не тільки навчає дитину своїм правилам, нормам, інкорпорує її; дитина, експериментуючи з ресурсами, бажаннями, настановами, податливістю системи, очікуваннями стосовно неї, творчо адаптує доступний їй сегмент суспільства [166].

- Соціалізація не є уніфікованим процесом, вона завжди контекстуальна, діалогічна. Завдяки цьому вона передбачає обопільне накопичення практичного досвіду щодо соціальної взаємодії. З одного боку, діти повинні набувати необхідних практичних та рефлексивних знань про умови соціальної взаємодії. Суспільство, з другого боку, повинно адаптуватися до особливостей вікових когорт.

Гідденс акцентує, що інституціональні характеристики беруть участь у послідовному формуванні психології сучасного суспільства. Беручи участь у численних рутинних практиках, відмічає Е. Гідденс, люди відповідають певним правилам, хоча практика сама по собі не є правилом. Будь-яка структура, що має активне начало, виникає внаслідок соціальної практики, стаючи її відтворенням, відбитком у людській пам'яті, знанням власних можливостей і можливостей інших. Практики є *способом забезпечення соціального порядку* (Е. Гідденс), оскільки контролюють вибір одних можливостей і виключення інших, підтримують здійснений вибір протягом тривалого часу (Н. Ферклоу).

Ми погоджуємося з думкою Т.М. Титаренко, О.М. Кочубейник, К.О. Черемних, що саме практики є сферою взаємопроникнення соціального та індивідуального, формою життя, традиційним способом поведінки.

Виконуючи регулятивну функцію, синтезуючи досвід і наочне, актуальне сприймання конкретної життєвої ситуації, вони сприяють самоідентифікації особистості [138].

Автори зазначають, що на перший погляд практики видаються людям непомітними, дріб'язковими, невиразними, однак завдяки саме їм, у практиках і через практики люди змінюються, спілкуються, набувають і передають досвід. Практикуючи, вони не тільки відчують себе часткою певних спільнот, а й постійно індивідуалізуються, долаючи надмірну залежність від оточення. Практики забезпечують континуальність, поступальність, еволюційність побудови особистістю себе і свого життя, мирний характер життєконструювання, живлять потребу у зміні набору практик побудови життя, якщо звичне практикування вже вичерпало себе. Завдяки практикуванню, ідентифікації та автономізації як модусів існування сучасної особистості здійснюється постійний діалог з оточенням, соціумом, культурним і природним простором, із власним минулим і майбутнім [138, С. 11].

Практики можна розглядати з різних сторін:

- Як розповсюджені форми життя людини, в яких вона набуває певного досвіду виконання практичних завдань, освоєння навичок.
- Як сукупність традиційних способів діяльності, навичок поводження з предметами, прийнятих в тій чи іншій культурі.
- Як непомітні нерефлексовані символічні структури.
- Як структури, що забезпечують соціальний порядок (Е. Гідденс), завдяки тому, що вони контролюють вибір одних можливостей і виключення інших, підтримують здійснений вибір протягом тривалого часу.
- Як соціальні інститути, в яких відбувається соціалізація особистості.

Оскільки економічна соціалізація – це процес становлення економіко-психологічних характеристик особистості, завдяки яким індивід стає

суб`єктом економічної діяльності, то забезпечення економічної соціалізації можна розглядати як цілеспрямований вплив на цей процес системи соціально-психологічних практик, особливості яких визначається віковими стадіями соціалізації. Фактично практики - це тип поведінки індивідів, що складається з деяких звичних речей (знання, тіло, дискурс, колективні норми, правила поведінки тощо), пов'язаних один з одним елементів, які є тканиною тієї реальності, в якій кожен формується, яку індивід підтримує і в якій продовжує існувати.

Можна виділити основні ознаки життєвих практик (за Т. Титаренко):

- Колективність, надіндивідність соціальності, яка є сферою проникнення індивідуального і суспільного.
- Повторюваність певних дій, правил, образів, навичок.
- Фоновість, рутинність, повсякденність.
- Предметність як організація певних зразків людської життєдіяльності в конкретну структуру діяльності.
- Всезагальність (розповсюдженість, потрібність не лише окремій особистості, а багатьом людям) як зв'язок між індивідами в просторовому і в часовому вимірах, що створюється завдяки значущим для них формам досвіду.
- Емоційна активність, що виявляється в апелюванні до конкретних зразків як мотивів певних форм життєдіяльності.
- Наочність та чуттєвість, яка є результатом сполучення тілесної та емоційної активності, що породжує образність сприймання.
- Нормативність, конвенційність, що є результатом акумульованості загальнозначущих форм досвіду індивідів і регулює поведінку як особистості, так і спільноти.
- Свобода, яка виявляється в актах добровільності прийняття індивідами набору правил і ролей, які, повторюючись, утворюють цілісний стиль життя.

Вікові характеристики є суттєвим фактором, що впливає на особливості практик різних стадій економічної соціалізації:

1. У кожному віковому проміжку мають місце особливості сприймання суб'єктами економічного світу.
2. З віком змінюється обсяг економічного досвіду, який засвоюється індивідами.
3. Збільшується широта стосунків з іншими індивідами - суб'єктами економічної поведінки.
4. Змінюється специфіка взаємодії індивідів один з одним.

В онтогенезі культурно-економічні практики, що забезпечують економічну соціалізацію особистості, можна розглядати на чотирьох рівнях економічних форм соціалізації як певних системах соціально-психологічних впливів в залежності від провідного типу діяльності в різні вікові періоди соціалізації індивіда. Ці рівні економічних форм соціалізації відрізняються, по-перше, величиною економічного досвіду, який засвоюється індивідами, по-друге, широтою стосунків з іншими індивідами - суб'єктами економічної поведінки, по-третє, специфікою взаємодії один з одним. На кожному рівні особистість вплетена в комунікативні практики (монологічні, діалогічні), завдяки яким вона набуває вміння організації комунікативних зв'язків, практик спілкування з різними суб'єктами, освоюючи технології вербального і невербального спілкування, поступово переходячи з нижчого рівня на вищий, та різні соціальні ролі у сфері економіки.

А. Перший рівень: система формотворень людини, що забезпечує економічну соціалізацію особистості на первинній стадії.

Б. Другий рівень: системи практик формотворень особистості, який відповідає підлітковій стадії соціалізації.

В. Третій рівень: це система формотворень людини на етапі засвоєння досягнутих суспільством відносин розподілу праці, котра є головним фактором соціалізації на етапі оволодіння індивідом сферою професійної діяльності.

Г. Четвертий рівень: система соціалізуючих практик зрілого віку, що забезпечує самореалізацію особистості.

Перший рівень – це система економічних форм соціалізації індивіда, яка забезпечує первинне «входження» дитини у світ економічної реальності. Особливості цієї системи економічних форм полягають в тому, що «світ економічної реальності» сприймається і засвоюється дитиною головним чином у наочно-образній формі через взаємодію «індивід-індивід» завдяки конкретно-особистісному спілкуванню (з матір'ю, рідними в сім'ї, близькими родичами, вихователями) на рівні «я-ти». Системотворчим елементом цього рівня є гра як провідний тип діяльності у дитячому віці.

За допомогою гри в дитячому віці створюються так звані фонові економічні практики (за Т. Титаренко). Фонові - це такі практики, в яких акумулюються знання, уявлення, емоційна активність, правила поведінки, колективні норми, які засвоюючись щоденно і непомітно, стають тканиною тієї реальності, в якій формувалась людина, і яка потім нею підтримується і продовжує існувати. Це практики, що їх приймають як даність. Фон, на якому відбуваються дії, є прихованим через свою простоту і повсякденність (здоровий глузд, яким люди керуються, діє автоматично). У процесі соціально-психологічної гри економічного змісту у дітей формуються складові економічної соціалізації (когнітивний, афективний та конативний компоненти), які стають фоновими способами економічної самоідентифікації особистості. Однак існуючі практики ігрової діяльності економічного змісту ще недостатньо орієнтовані на формування особистості дитини як суб'єкта економічної діяльності.

Зауважимо, що Е. Штерн вперше виділив форму і зміст ігрової діяльності, в якій відбувається розвиток дитини. Форма гри як первинна практика пов'язана з вродженими якостями, а зміст задається соціальним середовищем. Так гра слугує засобом соціалізації. Соціальне оточення допомагає дитині усвідомити себе, організує її внутрішній світ, а дитина прагне взяти із середовища все те, що відповідає її потенційним нахилам.

Конфлікт між соціальним впливом та внутрішніми нахилами має для розвитку позитивне значення, так як провокує негативні емоції, які, у свою чергу, стимулюють розвиток самосвідомості. В якості механізму соціалізації Штерн визначив інтроцепцію – прийняття, інтеріоризацію соціального досвіду, поєднання своїх внутрішніх цілей з цілями оточуючих людей [149].

Гра як форма культури, як життєтворча практика і для дитини, і для підлітка, і для дорослого є важливою формою реалізації себе як людини, як особистості. І хоч вона здійснюється за суто ігровими, конкретними правилами, є діяльністю комунікативною, оскільки вводить особистість у реальний контекст складних людських відносин, у розуміння соціально-економічних реалій [101,с. 45].

Другий рівень – це система економічних форм соціалізації людини на етапі засвоєння досягнутих суспільством відносин розподілу праці, котра згодом стає головним фактором соціалізації при оволодінні індивідом сферою професійної діяльності. Цей етап співпадає з підлітковим періодом соціалізації, на якому відбуваються суттєві зміни у становленні економічної культури особистості. Домінування в ендопсихічній системі підлітка потреби «в дорослості» позначається на системі його економічних репрезентацій.

Якщо для дитини визначальним у розумінні грошей є їх споживацька функція, а простором економічної поведінки – місце купівлі-продажу (магазин), то підліток розуміє функцію грошей по-іншому, вбачаючи в них, перш за все, забезпечення матеріального добробуту. Ці зміни у розумінні підлітками функції грошей позначаються на зміні їх місця в економічній реальності, переході в простір виробничої діяльності. Цей новий простір економічної поведінки підлітків, який відображається, перш за все, у поведінковому компоненті системи економічних репрезентацій, відповідає основній потребі цього вікового етапу розвитку особистості – потребі у дорослості. Саме ця потреба впливає на форму економічних ціннісних репрезентацій, зумовлює необхідність формування таких економіко-психологічних характеристик які відповідали б соціальним експектаціям.

На підлітковому етапі економічної соціалізації в практиках відбувається переорієнтація людини на нові форми зв'язку з економічним світом. Носіями нових форм економічної культури стають групи однолітків. Ці форми, з одного боку, мають ознаки конкретно-особистісного, яке існує в безпосередньо контактуючих членах групи, з іншого – узагальнено-соціальні властивості (групові норми і цінності). Це рівень економічної соціалізації, на якому система економіко-культурних формотворень людини існує як групове «ми».

У підлітковому віці культурно-економічні практики утворюються на основі потреби у «дорослості» та «групуванні» як ігрові групи; «серйозна гра» - В. Штерн); типу скаутських (пластуни, хортінг, гайдинг); комп'ютерні ігри тощо. Вони доповнюються практиками сімейного оточення, в яких формується сумлінне ставлення до різних видів праці, виробляється вміння раціонально вести домогосподарство, економно витратити час та матеріальні засоби сім'ї, відтворюються стабільні зразки поведінки.

Все це дає підліткові усвідомити цінність та вартісність власного майна, значущість таких особистісних якостей, як ініціативність та підприємливість, усвідомити важливість фінансової грамотності, цінність ощадливості і економії. У цей період освоюються правила *споживчої, фінансової, трудової поведінки* (від ведення особистого бюджету, поняття боргу до знання сутності кредитування, пільг і санкцій за несплату кредитних зобов'язань), освоюються соціальні ролі найманого працівника, підприємця.

Третій рівень економічних форм соціалізації – соціетальний, на якому зв'язок індивіда з економічним світом здійснюється через економічні норми і цінності соціуму. Носіями цієї системи соціально-культурних формотворень людини є великі соціальні групи (професійні, етнічні, конфесійні тощо), в межах яких їхні представники взаємодіють опосередковано. Ця опосередкованість надає безмежні можливості для розширення, розгалуження й узагальнення соціальних відносин та засвоєння соціально-економічного досвіду в його узагальненій, сутнісній формі, що стає умовою

реалізації творчої сутності людини. Головним засобом економічної соціалізації особистості на цьому етапі є система інновацій культури, а суб'єктами цього процесу є індивіди юнацького та зрілого віку. В юнацькому віці економічна соціалізація відбувається ефективно, якщо економічні цінності суспільства репрезентуються молодою людиною у відповідності з її головною потребою – потребою у самореалізації. А це потребує такого рівня економічної культури, який пов'язується не тільки і не стільки з набуттям економічних знань, а переважно з формуванням таких особистісних властивостей, як самостійність, відповідальність, наполегливість, цілеспрямованість.

Третій рівень - це система практик як формотворень людини на етапі засвоєння досягнутих суспільством відносин розподілу праці, котра є головним фактором соціалізації на етапі оволодіння індивідом сферою професійної діяльності. Професії приписують індивідам виконання певних функцій, форми спілкування, здійснюють вплив на їх особистісні властивості, зокрема й ті, що формують їх як суб'єктів економічної діяльності.

Четвертий рівень складає система культурно-економічних практик, що спрямовані на творчу самореалізацію дорослої людини. В основі цих практик лежить система інновацій культури.

Н.Ф. Голованова, досліджуючи механізми соціалізації особистості, відмічає, що соціальний досвід дитини має два аспекти: як результат засвоєння суспільного досвіду і як «деяка апріорна сутність, котра бідніє і навіть помирає в процесі соціалізації». Автор звертає увагу на три шляхи соціалізації: стихійний, цілеспрямований, спонтанний та відповідні їм механізми. Зазначимо, що в *стихійній* соціалізації засвоєння індивідом соціального досвіду відбувається через життєві практики завдяки включенню його у повсякденні сумісні акти поведінки з іншими людьми. В *цілеспрямованій* – через засвоєння норматив поведінки в процесі навчання та

виховання. У *спонтанній* – через актуалізацію вродженої адаптивності, спадкових знань про світ, внутрішні передумови [29].

Завдяки тому, що індивід протягом усього свого життя набуває досвід економічної соціалізації з допомогою різноманітних життєвих практик, відбувається його інтеграція в соціальне середовище як шляхом засвоєння соціального досвіду, так і самотворення через механізм інтеріндивідної взаємодії. В практиках індивід набуває досвіду вибіркового перетворюючого ставлення до внутрішніх та зовнішніх умов своєї життєдіяльності. Освоюючи все нові і нові види практик - від традиційних (сімейні освітні, професійні тощо) до новітніх (інформаційно-комунікаційні, комп'ютерні, електронні, цифрові, інтернет-мережеві) - індивід розширює та примножує свої соціальні зв'язки.

Отже, практики як сфера взаємопроникнення соціального та індивідуального є формою життя, традиційним способом поведінки, що виконують регулятивну функцію, синтезують досвід і наочне, актуальне сприймання конкретної життєвої ситуації та сприяють самоідентифікації індивіда.

В *онтогенезі* культурно-економічні практики, що забезпечують економічну соціалізацію особистості, можна розглядати на чотирьох рівнях економічних форм соціалізації як певних системах соціально-психологічних впливів в залежності від провідного типу діяльності в різні вікові періоди соціалізації індивіда.

На кожному рівні особистість вплетена в комунікативні практики (монологічні, діалогічні), поступово переходячи з нижчого рівня на вищий, завдяки яким вона набуває вміння організації комунікативних зв'язків, комунікативних практик спілкування з різними суб'єктами, освоюючи технології вербального і невербального спілкування, різні соціальні ролі у сфері економіки.

У практиках акумулюються знання, вміння, правила поведінки, колективні норми, які засвоюються особистістю щоденно і непомітно. Певні

поведінкові прояви, конкретні індивідуальні вчинки тільки тоді набудуть статусу життєвих практик, коли вони мають ознаки повторюваності, колективності, спільності. Вони повинні природно стати в сучасному соціумі для певних спільнот регулярними, звичними.

Завдяки тому, що індивід протягом усього свого життя набуває досвід економічної соціалізації з допомогою різноманітних життєвих практик, відбувається його інтеграція в соціальне середовище як шляхом засвоєння соціального досвіду, так і самотворення через механізм інтеріндивідної взаємодії. В практиках індивід набуває досвіду вибіркового перетворюючого ставлення до внутрішніх та зовнішніх умов своєї життєдіяльності. Освоюючи все нові і нові види практик - від традиційних (сімейні освітні, професійні тощо) до новітніх (інформаційно-комунікаційні, комп'ютерні, електронні, цифрові, інтернет-мережеві) індивід розширює та примножує свої соціальні зв'язки.

2.2. Інтерсуб'єктивна основа соціалізуючих практик

Забезпечення економічної соціалізації молоді пов'язане з організацією цілеспрямованих соціально опосередкованих впливів, результат яких – підприємлива особистість. Організуючи певний соціалізуючий вплив, ми враховуємо природжену здатність дитини «уловлювати опосередковане» [19, с.198], приєднуватись до «безмежно густої мережі соціально вироблених символічних значень» [Там само] економіки, конструювати за допомогою мови її соціальне «символічне» середовище [118, с. 95]. Механізми соціалізуючого впливу на майбутніх суб'єктів економіки приводять до важливого результату, який має інтерсуб'єктивний та інтрасуб'єктивний аспекти, на які має бути орієнтована система забезпечення.

В інтерсуб'єктивному відношенні важливо забезпечити формування, розширення, трансформування соціально-психологічного простору особистості [49] соціалізанта. В контексті економічної соціалізації йдеться

про зміни радше в його соціально-економічному просторі, а саме: 1) зростання кількості об'єктів (благ) та суб'єктів (людей, економічних груп) привласнення; 2) ускладнення системи зв'язків з ними і формування все більш складного спектру відносин, які, залежно від певних основ, можна класифікувати як купівля-продаж, споживання-виробництво, благодійництво-утриманство тощо; 3) укріплення взаємності у таких відносинах і набуття ними статусу взаємних. Тому зв'язки, існуючі між суб'єктом та іншими учасниками такого простору, а також між окремими його елементами, апріорі організуються як взаємні, тобто у взаємозв'язках і взаємовідношеннях. Оскільки взаємодія є співорганізованою та інтерсуб'єктивною, вона підтримується взаємними репрезентаціями учасників одним одного та водночас взаємним означенням дійсності.

В інтрасуб'єктивному плані важливо забезпечити засвоєння соціальних значень економічних явищ, зокрема власності, і формування на цій основі економічної культури особистості. Оскільки усе це відбувається у сумісній діяльності щонайменше двох суб'єктів (того, хто привласнює чуже благо, і того, хто відчужує своє благо), предметом якої є об'єкт володіння, який цікавить обох, то соціально-психологічне забезпечення успішності соціалізації молоді, очевидно, має враховувати усі ці аспекти соціалізуючих практик. Отже, інтеріндивідна взаємодія у ході практикування молоддю різних форм створення і привласнення благ є, на наш погляд, найвагомим інструментом економічної соціалізації.

Саме за врахування інтеріндивідного характеру відносин власності дитині відкриваються можливості вправлятися у встановленні, вибудовуванні, підтримці, корекції такого соціально-економічного простору, у який завжди включені інші учасники, оскільки стосунки усіх опосередковані благами - чимось, на володіння чим, чи на створення чого претендує не одна особа. Отже, практикування відносин привласнення-відчуження благ в ринковій економіці має бути діяльністю

співорганізованою. Саме з таких міркувань ми виходили, наголошуючи надалі на ефективності соціально-психологічних економічних практик.

Зауважимо, що соціалізуючі практики мають організовуватись згідно з віковими закономірностями формування економічної культури, відповідними моделями економічної соціалізації та згідно зі статусом (агент соціалізуючого впливу чи соціалізант). Спільною для всіх ознакою на інтраіндивідуальному рівні має бути націленість на практикування раціональних, заснованих на загальнолюдських моральних цінностях, способів створення та привласнення-відчуження особистих, групових, колективних благ, основ ділової комунікації та ділового партнерства. На інтраіндивідуальному рівні спільним є практикування суб'єктного ставлення до себе та до економічного оточення.

Поза спеціально організованими заходами з соціалізуючого впливу навряд чи можна говорити про системний і цілеспрямований характер цього процесу на етапі дотрудової соціалізації. Активна позиція батьків як потенційних агентів соціалізації своїх дітей є одним з вирішальних його чинників. Спонукає до активної участі батьків у формуванні в дітей не тільки споживчої, а й підприємницької, фінансової, монетарної, податкової, інвестиційної, благодійницької культури покликані наші розробки.

Одним з важливих напрямів наукового пошуку в галузі економічної соціалізації українців в умовах кризового суспільства є розробка психологічних засобів цілеспрямованого забезпечення успішності цього процесу в молоді. Спираючись на представлені вище міркування щодо соціалізуючого впливу, наведемо наступні **ознаки соціально-психологічних практик**, які можуть бути ефективними засобами цілеспрямованого формування та розвитку підприємливості особистості:

- орієнтованість на причинно-наслідкові зміни в соціально-психологічних якостях особистості, значущих для її успішної економічної діяльності;

- імперативний, примусовий характер впливу стосовно реципієнта, наявність зовнішньої мети на перших етапах практикування;
- орієнтованість впливу на вимоги нормативного канону особистості, певного її типу, притаманного конкретному суспільству;
- водночас, діалогічний характер взаємодії та підтримка інтенцій самого «об'єкта» впливу;
- орієнтованість на тривалий процес вправління з метою забезпечити довготривалий характер змін.

2.3. Ігрові практики в соціально-психологічному забезпеченні формування основ економічної культури дітей дошкільного віку

Основною метою соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дітей дошкільного віку є формування економічних навичок й умінь раціонального використання економічних цінностей, ознайомлення з сучасними ринковими відносинами, освоєння ними елементів економічної культури, що включає елементарні фінансові знання, поняття про гроші та їх функції тощо. Враховуючи наочно-образне мислення дітей і гру як провідний вид діяльності у дошкільному віці, всю роботу з економічної соціалізації слід будувати в ігровій формі та через відповідні ігрові практики, залучаючи доросле оточення.

Підкреслимо, що дослідники вважають гру важливим засобом економічної соціалізації дітей (Л. Венгер, Д. Ельконін, О. Запорожець, К. Карасьова, О. Кононко, В. Котирло, С. Кулачківська, С. Ладивір, О. Леонт'єв, М. Лісіна, В. Моляко, Т. Піроженко, А. Сазонова, Т. Титаренко, Г. Усова). Питання економічної соціалізації у дитячому віці розкрили такі науковці: А. Бояринцева, К. Данзигер, О. Козлова, Л. Магрудер, Г. Маршалл, Р. Саттон, М. Сігал, А. Страусс, П. Томас, А. Фернам, Д. Швальб, О. Щедрина, Г. Ягода. Проблема формування економічної свідомості та компетентності у дітей старшого дошкільного віку в іграх економічного

змісту є сьогодні досить актуальною, їй присвячено значну кількість методичних посібників, робіт. Комплекс питань, пов'язаних із визначенням завдань, методів, прийомів ознайомлення дошкільників з основами економічних знань, розглянуто в сучасних дослідженнях (Н. Грама, Г. Григоренко, Р. Жадан, Е. Кладієва, Є. Курак, Л. Лохвицька, Т. Михайличенко, Н. Побірченко, І. Сасова, А. Сазонова, А. Смоленцева, А. Шатова та ін.). Висновки дослідників свідчать про необхідність упровадження економічної освіти з дошкільного віку, коли діти отримують первинний досвід в елементарних економічних відносинах. Однак зазначені доробки викладені та опрацьовані більшою мірою у педагогічній галузі, а у психології вони тільки набувають значної актуальності.

Л. Виготський вважав, що за грою стоїть зміна потреб і свідомості особистості більш загального характеру. Гра – це джерело розвитку, вона створює зону найближчого розвитку дитини. Дія в уявному полі, в уявній ситуації, створення довільного наміру, життєвого плану, вольових мотивів – все це створюється в грі та ставить її на вищий рівень розвитку [25].

Сучасний ринок праці передбачає наявність таких якостей у особистості, як активність, ініціативність, які невід'ємні від інструментальних цінностей сучасної людини – відповідального ставлення до справи, самостійності, швидкості орієнтування при вирішенні нестандартних задач, високого рівня аналітико-синтетичного мислення. І ці якості слід формувати та розвивати у дітей змалечку.

Для цього ми пропонуємо використовувати ігрові ситуації, які викликають у них значні емоції, а також дають змогу психологу спостерігати за їх поведінковою реакцією, наскільки глибоко засвоєні знання та наскільки швидко дитина орієнтується в непередбаченій ситуації. Психологам та вихователям пропонується звернути увагу на необхідність розвитку активності та самостійності у дітей, виховання ощадливості та раціональності, формування економічного мислення шляхом залучення дошкільнят в процес сюжетно-рольових ігор, настільно-друкованих,

дидактичних, читання художньої літератури, розігрування лялькових вистав тощо.

У наших дослідженнях та в наукових працях Г. Бевз, І. Зубіашвілі показано, що діти дошкільного віку, незалежно від того чи вони виховуються в кривих родинах, чи були у дитячих будинках і потрапили у дошкільному віці у сім'ю, через взаємодію у грі отримують та засвоюють початкові економічні знання, засвоюють елементарні норми економічної культури, отримують поняття про загальнолюдські цінності, моральні та культурні норми поведінки, навчаються проявляти емоції та почуття, вибудовувати свої відносини, у тому числі і ринкові, формують первинні поняття про гроші, власність, що надалі сприятиме вдалій економічній соціалізації і як її результату – формуванню основ економічної культури [175;12; 88].

Дитина в дошкільному віці психологічно готова до засвоєння основ економічної культури, передусім об'єктивно, тобто вона володіє необхідним для початку навчання рівнем психологічного розвитку. Загальновідома гострота та свіжість її сприйняття, допитливість, яскравість уявлення. Увага її вже відносно довга та стійка, дитина отримала деякий досвід керування своєю увагою, самостійною її організацією. Пам'ять дитини також достатньо розвинута – легко та міцно запам'ятовує вона те, що її особливо вражає, що пов'язано з її інтересами, досвідом.

У дослідженні І. Зубіашвілі здійснено аналіз виховання економічної культури в дітей. Науковець зазначає, що формування економічних уявлень починається з трьох років. Саме в цьому віці діти набувають економічного досвіду через виокремлення грошей як особливих знако-символів у фінансово-економічних відносинах людей. Вивчаючи зміст економічної соціалізації дітей 3–10 років, автор показала, що такі економічні поняття, як «гроші», «праця», «банк» є основними, через які відображається дітьми цього віку економічна реальність. Провідним фактором включення дитини в економічну реальність є особиста діяльність, що здійснюється за допомогою

використання грошей. Через гроші діти ознайомлюються з економічною сферою суспільства [58].

Нещодавно слово «економіка» не використовувалося в роботі з дошкільниками. Вважалося, що в дошкільному віці рано ставити будь-які економічні завдання та виконувати задачі економічного спрямування. Але досвід підказує, що передумови майбутньої економічної діяльності складаються дуже рано і, якщо не розвивати їх своєчасно, можуть проявитися негативні сторони в поведінці дітей – неохайність, байдужість до зіпсованих речей. А нинішнім дошкільникам доведеться жити в 21 сторіччі – часі складних соціальних та економічних відносин, які швидко змінюються. Це потребуватиме від них уміння правильно орієнтуватися в різних ситуаціях, самостійно, творчо діяти, тобто будувати своє життя більш організовано, розумно, цікаво. Щоб зацікавити дітей такою складною темою як економіка, потрібно вирішити такі завдання:

- дати розуміння того, що таке економіка;
- розкрити роль економіки в житті людей;
- показати, що кожній людині потрібні певні умови та засоби існування;
- познайомити дітей з елементарними видами економічної діяльності;
- сформуванню уявлення про економічні ресурси та економічний продукт;
- показати особистісний зв'язок дитини з економікою;
- сформуванню елементарні уявлення економічної культури через поведінку з грошима як предметом життєвої необхідності;
- розвивати у дитини спеціальні способи орієнтації - експериментування і моделювання;
- пояснювати на доступному рівні взаємозв'язок понять «праця» - «продукт» - «гроші» і «вартість продукту в залежності від його якості»;
- формувати уявлення про зміст діяльності людей різних професій, навчати із повагою ставитись до праці інших;

- дати уявлення про рекламу, її призначення, вчити правильно її сприймати тощо.

У дошкільному віці увесь процес формування економічного досвіду та оволодіння основами економічних знань відбувається в двох напрямках. По-перше, дитина завоює досвід попередніх поколінь у вигляді економічних законів та понять при спілкуванні з членами сім'ї та через гру з друзями, телебачення (мультфільми, кіно тощо). Цей початковий сформований досвід є необхідним надбанням людини для орієнтації та участі в соціально-економічній сфері життєдіяльності. По-друге, елементарний економічний досвід дитини формується у різних видах діяльності і є результатом її власної економічно доцільної поведінки. Це може бути спостереження за економічними процесами, виконання соціально-економічних ролей у грі, участь у налагодженні найпростіших економічних взаємозв'язків між різними людьми (обмін, продаж, купівля тощо). Економічні ігри дозволять навчати дітей робити економічно і морально обґрунтований вибір, приймати рішення та відстоювати свою думку, включатися і вирішення економічних проблем сім'ї [89].

Гра – це соціальне явище, що виникло в процесі історичного розвитку людства з трудових дій, вона відображає реальну дійсність, удосконалюється з розвитком відносин «людина-суспільство». Вона є активною, свідомою, цілеспрямованою діяльністю, яка втілює потребу дитини в активності. Гра активізує мисленнєву діяльність старших дошкільників, сприяє вихованню їх економічної культури. Під час гри поглиблюються їхні знання про основні економічні поняття; розвивається уважність, швидкість мислення та інтелектуальні здібності.

Т.О. Атрощенко відмітила детальний аналіз основних ознак ігрових ситуацій для економічної соціалізації дошкільників:

- Гра - це вільна, самостійна діяльність, що здійснюється за особистою ініціативою дитини. У грі дитина реалізує свої задуми, по-своєму діє, змінює за своїми уявленнями реальне життя. Гра є вільною від обов'язків перед

дорослими сферою самодіяльності і самостійності дитини, оскільки, граючись, дитина керується власними потребами та інтересами;

- Наявність творчої основи. Гра завжди пов'язана з ініціативою, вигадкою, кмітливістю, винахідливістю, передбачає активну роботу уяви, емоцій і почуттів дитини. Ініціативу та творчість у різних ситуаціях діти виявляють по-різному. В одних іграх їхня творчість пов'язана з побудовою сюжету, вибором змісту, ролей; в інших — виявляється у виборі способів дії, варіативності (жмурки, ігри у доміно, м'яч тощо). Багато ігор вимагають уміння узгоджувати свої дії, швидко змінювати тактику своєї поведінки чи способи дій (рольові, рухливі ігри). Творчий елемент є носієм індивідуальності кожного гравця, тому гра водночас є засобом розвитку творчості, формування здібностей дітей;

- Емоційна насиченість. У процесі гри діти переживають певні почуття, пов'язані з виконуваними ролями [8].

Багато дітей мають схильність до постійного обміну – іграшками, книжками, картинками тощо. Під час такого обміну та гри вони постійно спілкуються з іншими її учасниками. Це є ознакою досягнення певного ступеню мислення, нового рівня порівнянь і аналогій [74]. Тому такі ігрові ситуації сприяють формуванню в дитини основ економічної культури. Саме вихователям, психологам дошкільних закладів у співпраці з батьками потрібно постійно шукати нові форми ігрової ситуації для того, щоб дітям було цікаво отримувати економічні знання та форми економічної поведінки.

Багато дослідників та практичних психологів відмічають, що ігрові практики найкраще здійснювати у вигляді певних ігор, де є досить багато взаємодії між самими дітьми і реальності у ігровій діяльності: ігри - мандрівки, ігри-змагання, екскурсії, економічні вікторини. Програма ігрових практик може складатися з таких тем: «Економіка», «Гроші», «Власність», «Бюджет сім'ї», «Доходи та витрати», «Реклама» тощо.

Можна запропонувати дітям також багато цікавих та пізнавальних завдань: ребуси, проблемні ситуації, загадки на тему економіки. При

вивченні нових тем та при закріпленні старих можна активно використовувати елементи теорії винахідницьких задач: діти визначають різні потреби людини, тварин, рослин, використовуючи фантастичні гіпотези, ігри «Добре – погано», «Так – ні», «Вірно – невірно».

Як показує практика, діти дуже люблять «практичні заняття». Наприклад, під час екскурсії в різні магазини діти бачать, що у кожного продавця є своє робоче місце, інструменти та обладнання. Зазначають, як оформлені вітрини, розглядають асортимент товарів, спостерігають за процесом купівлі – продажу, а потім, з дозволу батьків, можуть зробити власні покупки.

Відвідування дитини разом з батьками ринку розкривають його відмінності від магазину, специфіку купівлі – продажу (вільні ціни, більше продавців, змога поторгуватися з продавцем). Обговорюючи в групі, чим відрізняється продаж товарів на ринку від продажу товарів в магазині, дитина пізнає такі економічні поняття, як торг, конкурентність, вільні ціни.

Дуже цікавлять дітей рекламні ігри. Вони із задоволенням рекламують найкращі товари, підкреслюючи їх привабливий зовнішній вигляд, багатофункціональність, переваги. Навіть, коли в якості «об'єкту» дітям пропонують не нові іграшки, які мають не дуже привабливий вигляд, вони придумують рекламу про те, як можна по-іншому їх використовувати.

У дошкільному віці мандрівки в складний світ економіки тільки починається, але можна стверджувати, що це знайомство з економікою збагачує словниковий запас, пов'язаний з економікою; діти дізнаються про нові професії; з'являється здоровий інтерес до грошей, усвідомлення правил їх чесного отримання; взаємозв'язок понять «праця – гроші»; розуміння факту купівлі-продажу: не все можна купити. Діти навчаються обережно ставитися до іграшок та навчального матеріалу.

Ігри, розроблені М. Кравцовою, А. Смоленцевою, І. Сасовою для молодших школярів, ми адаптували для дітей дошкільного віку у декількох дитячих Центрах розвитку м. Києва. Пропонуємо опис декілька з них [120].

Гра «Хочу і потрібно».

Мета – познайомити дітей з різноманітністю потреб та обмеженими можливостями. Навчити визначати різницю між «хочу» і «потрібно».

Правила: визначити, до якого поняття – «хочу» або «потрібно» – відноситься предмет на малюнку, та приклеїти малюнок на відповідне панно.

Матеріал: малюнки, на яких зображені будинок, одяг, продукти харчування, вода, кішка, собака, солодощі, морозиво, автомобіль, лялька, телевізор, комп'ютер, квіти та ін.; ігрове поле.

Гра «Де згодиться»

Мета: уточнити використання продукту.

Правила: об'єднати лініями страви та рослини, з яких вони готуються.

Матеріали: ліворуч на аркуші зображені рослини, праворуч – готові страви.

Ліворуч: яблуко, полуниця, огірок, рис, морква.

Праворуч: гречана крупа, плов, салат, каша, варення, повидло, сік.

Гра «Купуй другу подарунок»

Мета: навчити дітей обирати монети різного номіналу, які будуть складати ціну подарунка.

Правила: обрати подарунок, визначити вартість та підібрати відповідні монети. Купує той, хто заплатить за товар відповідну ціну.

Матеріал: малюнок з «подарунками» та цінниками, монети різного номіналу, олівці різного кольору.

Зробити економіку доступною допоможе **сюжетно-рольова гра**. Діти із задоволенням грають в магазин, кафе, відображаючи дії дорослих – функції продавця та покупця. Також економічну спрямованість мають ігри в перукарню, таксі (продаж послуг). При цьому словниковий запас дітей

збагачується економічними термінами. Можна також використовувати умовні гроші – кольорові папірці.

Старшим дошкільникам можна запропонувати нові ігри – «Аптека», «Банк», «Аукціон». Традиційну гру «Магазин» можна ускладнювати: розширити асортимент продуктів – їх вже потрібно зважити, вводиться роль не просто продавця, а касира, який видає чеки. Дітям цікаво грати і в супермаркет, де продавець дає інформацію про вигідні акції.

Щоб сюжетно-рольова гра була максимально наближеною до реальності, важливо періодично створювати для дітей проблемну ситуацію, яка потребує вибору: наприклад, витратити в магазині всі гроші або відкласти частину та поступово накопичити більш крупну суму; витратити певну суму на ліки або на новий одяг тощо.

Оволодівати основами економіки дошкільнята можуть у ході занять з розвитку комунікативних навичок. Ефективний прийом для роботи – розв’язання проблемних ситуацій, що потребують від дітей розмірковувань. Наприклад, дітей просять уявити, що в місті «загубилася наука економіка». Тому на хлібозаводі замість хліба, за бажанням дітей, стали виготовляти іграшки. До яких наслідків це призведе?

Або, на молочному комбінаті не знають точну кількість дітей, які проживають у місті. І для дитячого свята приготували так багато морозива, що на кожну дитину прийшлося по 10 кг. Чи добре це і до чого може це призвести?

Діти завжди з ентузіазмом сприймають проблемні ситуації на основі відомих казок. Наприклад, «Хрещена фея відкрила для Попелюшки власний салон краси. Принц наказав слугам розповісти про це всьому королівству. Одні голосно розповідали про салон на вулицях та майданах, інші розмістили оголошення в газеті. Сама Попелюшка розіслала всім своїм знайомим листівки-запрошення, в яких указувалися послуги та ціни».

Запитання: як мешканці королівства дізналися про новий салон? Що таке реклама?

«Одного разу Мальвіна зустріла Буратіно, який сидів в садочку та розглядав монети. Він зізнався, що в нього не вистачає монет для купівлі смартфона. Мальвіна повідомила Буратіно, що неподалік є цікавий будинок, де можна вкласти свої гроші, а через певний час забрати вже велику суму».

Запитання дітям: про який будинок йде мова? Що таке банк? Чи можна купити смартфон, не сплачуючи одразу всю його вартість? Що таке кредит?

Можна прочитати та обговорити з дітьми текст за мотивами казки «Теремок» [56]. «Стояв у лісі будиночок, який нікому не належав. Побачила цей будиночок мишка та вирішила оселитися в ньому. Чого пустує? Живе у просторому будинку та радіє:

- Ось яка я стала багата!

Будинок є, але доходів ніяких немає. І почала мишка думати, як же гроші отримати. А тут жабка прискакала. Побачила гарний будиночок та думає:

- Добре б було оселитися в цьому будинку.

Постукала, поквакала – мишка їй двері і відкрила.

- Мишка-господарка пусти мені в хатинку!

- Добре, – погодилась мишка. – Живи, та тільки гроші плати.

Подумала жабка, подумала та й погодилась: мишка невеликі гроші запросила. Заробляти гроші буду співом. А жити в такому добротному будинку краще, ніж в болоті.

Живуть вони дружно, один одному допомагають по господарству.

Одного разу до будиночка прибіг заєць. Зрадив косоокий:

- Ось гарне житло для мене.

Вирішив заєць дізнатись, хто в будиночку живе. Постукав, покричав. Вийшла мишка, запросила зайця до будиночка, пригостила чаєм, розповіла про жабку, якій здала кімнату, а потім зайця й запитує:

- А будинок-то у тебе, зайчатко, є? Приходь до нас жити. Дорого з тебе не візьму, а втрюх жити веселіше!

Заєць подумав:

- Плата невелика. Продам моркву зі свого огороду – за квартиру сплачу і заощадження будуть. А в теплі жити – одне задоволення!

Залишився заєць в будиночку жити.

З тих пір у лісовому будиночку дружно живуть мишка, жабка та зайчатко. Заєць моркву продає, жабка пісні співає, а мишка гроші збирає за житло, яке вона здає».

Запитання дітям: «За рахунок чого живе кожен герой казки?»

Робота з економічної соціалізації дошкільнят буде проходити більш успішно при залученні до неї батьків. Вихователь має довести до їх розуміння важливість цієї проблеми. Цікава ідея – провести аукціон «товарів», які діти зроблять вдома зі своїми батьками. Батьки також повинні пояснювати дітям особливості своєї роботи; розповідати, чи задоволені вони заробітною платою; обговорювати з дітьми складові сімейного бюджету. Ці старі поняття про працю, витрати та заощадження допоможуть виховувати в дітей самостійність та ощадливість.

Для підвищення економічної компетенції батьків та обговорення найважливіших проблем з економічної соціалізації дітей ми розробили для батьків курс навчання «Економічно грамотні батьки – щасливі діти», в якому використовуються різні форми інтерактивного навчання – дискусія, презентація, ділові та рольові ігри, кейси, «круглий стіл», а також міні-лекції.

Для здійснення вдалої соціалізації (під час навчання, у грі) необхідно дотримуватись системності та відповідної наступності. Розглянемо один із прикладів моделювання системного підходу.

Бажано розпочати такий системний підхід із початкової ланки отримання необхідних елементів економічної соціалізації – сім'ї. Заняття

розпочинаються грою «Сімейний бюджет». До її проведення обов'язково слід залучати батьків, щоб діти на прикладі заробляння батьками коштів та формування бюджету у їх сім'ї змогли зорієнтуватися у тому, як витрачаються кошти, скільки їх потрібно на існування їх сім'ї.

Мета: розглянути з дітьми, з чого складається сімейний бюджет та які основні витрати у нього закладені. Цю гру можна розділити на декілька занять. У бюджеті сім'ї закладаємо витрати на різні необхідні статті. Потім поступово програємо всі статті витрат.

Наприклад, витрати на відпочинок: сюжетно-рольова гра «Турагентство».

Мета: знайомство з роботою туристичної агенції, розвивати мовлення, вчити спільній діяльності в колективі, взаємодії із представниками різних видів професій, повага до них та розвиток вміння правильно витрачати кошти.

Матеріали: фотографії міст, ігрові кошти, реклама міст, мапа України та інші за бажанням.

Зміст: діти розглядають фотографії міст, їм читають оповідання про визначні пам'ятки та історію міст; складають рекламні слайди міст. Розподіляються ролі між дітьми (туроператор, клієнт, мандрівник, водій потяга, автобуса тощо). Діти грають у відповідності з обраною роллю та використовують при цьому певні кошти для купівлі путівки, оплати квитка, екскурсії. Кошти витрачаються тільки ті, що були закладені у сімейному бюджеті. Якщо не вистачає коштів на якусь покупку, то стоїть завдання: де їх взяти, як їх заробити чи як повернутись до дому?

На наступному занятті можна використати гру «Магазин» – купівля продуктів на тиждень і складання меню харчування. Так можна сформувати цілу програму навчання як у дошкільному закладі, так і у сім'ї. Наприклад, зробити вечори розваг один раз у тиждень, де у спільній сімейній грі дорослих та дітей відпрацьовуються елементи фінансової грамотності дітей,

що сприятиме розвитку економічної культури та подальшій економічній соціалізації.

Також слід відмітити, що гра одночасно є частиною розважальних заходів, а відповідні ігри сприяють та допомагають дітям організувати та спланувати своє дозвілля із користю («Бізнес клуб», «Аукціон», «Ярмарок»), розвивати, створюють позитивний емоційний фон, також вони сприяють розвитку інтелектуальних здібностей («Хто хоче стати мільйонером?», «КВК», «Клуб знавців» тощо), активізують розумову діяльність, розвивають творчі навички дітей тощо. Тому заняття у вигляді комплексно-тематичних ігор (збагачення економічним змістом занять з математики, соціального світу, предметного світу) дозволяють інтегрувати завдання економічного виховання в різні види діяльності та сприяти вдалій соціалізації дошкільників. Вирішення життєвих, побутових задач у іграх (логічних, арифметичних, жартівливих) полегшує і поживає шлях пізнання пропонованих явищ, формує логічне мислення, розвиває уяву і фантазію дітей. Вирішення задач у ігровій формі також підвищує інтерес до математичних, економічних, екологічних знань, робить їх більш життєвими, зрозумілими.

Ще однією із форм економічної соціалізації дітей дошкільного віку є проведення спільних вечорів із читання художньої літератури (оповідання з економічним змістом, народний фольклор, казки, прислів'я, створення самостійно казок з економічним змістом чи оповідань тощо), проведення економічних хвилинок (читання прислів'їв про працю, відгадування та складання загадок про професії, вирішення проблемних і арифметичних ситуацій тощо).

Спільна праця дорослого з дитиною та виготовлення якогось виробу, продукту є також одним із вдалих чинників економічної соціалізації. Наприклад, організація спільної праці (меблева майстерня, ательє для ляльок, конструкторське бюро, фабрика посуду, кулінарна майстерня чи

кондитерська тощо) допоможе, по-перше, зрозуміти як виготовляється той чи інший продукт, скільки праці закладено в його вироблення, що дозволить бережно та з повагою ставитись до праці дорослих; по-друге, діти зможуть зауважити, скільки можна зекономити коштів, виготовляючи щось самостійно і докладаючи зусилля для отримання бажаного продукту (ляльки, одягу чи навіть якихось солодоців).

Отже, економічна соціалізація – актуальний напрям у сучасній педагогіці та психології. І це не слідування моді, а можливість з раннього дитинства долучити дітей до світу економки, її закономірностей. Завдання дорослих – на доступному рівні розповісти дитині про складні поняття, проявити творчий та індивідуальний підхід. Для цього потрібно обирати цікаві та ефективні форми занять з ігровими компонентами та різними видами діяльності.

2.4. Тренінгові практики у соціально-психологічному забезпеченні економічної соціалізації старшокласників

У сучасному суспільстві становлення економічної культури молоді відбувається в складних соціально-економічних умовах недостатньої соціальної та моральнісної ефективності шкільної освіти та виховання, обмеженості позитивних середовищ життєдіяльності підлітка, що не дозволяють йому повною мірою відчувати себе корисним, самореалізовуватися в соціальній і особистісно значущій діяльності. Багато досліджень підтверджують, що соціальні інститути, передусім, школа, сім'я, засоби масової інформації, не завжди сприяють формуванню у підлітків чітких життєвих орієнтирів, становленню економічної культури.

Незважаючи на те, що в останні десятиріччя в освітніх закладах України активно розвивається інфраструктура підтримки дитини (психологічна служба), залишаються недостатньо розробленими практичні методи та умови оптимізації процесу становлення економічної культури

школярів, а саме, старшокласників. Необхідність соціально-психологічного забезпечення процесу економічної соціалізації, результатом якої є становлення основ економічної культури особистості, стає все більш актуальною, а визначення та реалізація умов оптимізації цього процесу та підтримка підлітків стає важливою задачею психолога.

Існує безліч психотехнічних засобів, які оптимізували б процес економічної соціалізації юнацтва, від індивідуальної терапії до групових методів роботи. Найбільш ефективною, з точки зору соціальних психологів [26;53] є тренінгова робота або активні методи соціально-психологічного навчання. Тренінг являє собою найбільш цілеспрямовану та економічно вигідну «інвестицію» в особистість, оскільки у процесі тренінгу відпрацьовуються лише ті навички, які необхідні людині для досягнення конкретних цілей.

Показниками результативності економічної соціалізації є розвиток у старшокласників раціонального ставлення до грошей, цілеспрямованості, позитивного та нестандартного мислення; формування психології успішної людини; вміння подолати психологічні обмеження. Ці показники можна сформувати в результаті проведення створеного нами тренінгу формування монетарної культури.

Сучасний ринок праці передбачає наявність таких якостей в особистості, як активність, ініціативність, які невід'ємні від інструментальних цінностей сучасної людини – відповідального ставлення до справи, самостійності, швидкості орієнтування при вирішенні нестандартних задач, високого рівня аналітико-синтетичного мислення.

Для розвитку цих якостей у старшокласників ми пропонуємо використовувати соціально-психологічний тренінг, в основу якого покладено технологічний підхід, який розроблено у лабораторії організаційної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України Л. Карамушкою [64].

Під технологічним підходом автор розуміє розробку (проектування) та впровадження спеціальних технологій, спрямованих на розв'язання конкретних проблем у діяльності організації та психологічну підготовку менеджерів та працівників організації. Слід зазначити, що в нашому дослідженні технологічний підхід використовується для вирішення завдань іншого напрямку, тобто для визначення психологічних особливостей формування монетарної культури старшокласників.

Проектування тренінгу ми пропонуємо розробляти на основі психолого-організаційної технології, яку, на думку Л. Карамушки, можна визначити як певну систему, складовими якої є: а) принципи активності, самостійності, діалогічності, ситуативності, рефлексивності тощо; б) компоненти (змістовно-смісловий, корекційно-розвивальний); в) методи (проблемно-пошукові та інформаційні); г) інтерактивні техніки (організаційно-спрямовуючі і змістовно-сміслові); д) організаційні форми («комплексні» або «локальні» тренінги), «сфокусовані» на практичне розв'язання конкретної проблеми.

Технологічний підхід, як зазначає Л. Карамушка, має як свої переваги, так і недоліки. До основних *переваг технологічного підходу*, на думку автора, належать: можливість поєднання академічної та практичної діяльності; «операціональність» діяльності; «сфокусованість» на практичному розв'язанні конкретних проблем та можливість вияву власного творчого підходу тощо. Разом з цим, як і кожне явище, технологічний підхід має і свої *обмеження*: необхідність забезпечення у структурі технології певних компонентів та складових; наявність деякої стереотипізації у вирішенні завдань тощо. Тому автор підкреслює, що важливою проблемою в процесі реалізації технологічного підходу є *гармонійне врахування* психологами як переваг, так і обмежень технологічного підходу.

Розглянемо докладніше основні складові технологічного підходу, який було покладено в основу розробленого нами тренінгу формування у старшокласників економічної культури:

- активність – активне залучення учасників тренінгу до виконання всіх завдань; самостійність – самостійне вирішення всіх проблем, які обговорюються під час психологічного навчання, діалогічність (організація різних форм спілкування учасників тренінгу), рефлексивність – постійна оцінка здобутих знань, умінь та навичок, досягнень та обмежень у своїй діяльності під час психологічного навчання тощо.

Головна концептуальна мета тренінгу – навчити старшокласника приймати виважені економічні рішення, обирати найбільш вдалу з альтернатив і на цій основі формувати власну позицію, що сприятиме становленню монетарної культури. Тренінг формування економічної культури – спеціалізований, тому ми не ставили за мету навчити учасників іншим важливим навичкам (наприклад, комунікативним).

Економічна культура передбачає здатність особистості використовувати основи економічних знань у різних сферах діяльності. Потрібно зрозуміти, якими знаннями повинен володіти старшокласник, щоб бути компетентним у прийнятті рішень як домогосподар або як співробітник.

Отже, кінцевою метою, основним «особистісним ефектом» запропонованого тренінгу є розвиток економічної культури.

Починаючи свій тренінг, ми малювали на фліп-чарті три кола, які перетинаються (рис. 2. 1) та пояснювали значення кожного елемента.

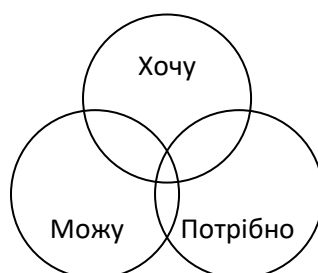


Рис. 2.1. Психологічні засади формування оптимальної стратегії економічної поведінки особистості

ХОЧУ – це простір потреб, цілей, інтересів, прагнень.

МОЖУ – це простір здібностей, знань, талантів, стан здоров'я.

ПОТРІБНО – це простір запитів від ринку праці, фінансово-економічні проблеми країни (регіону), тенденції в розвитку світової економіки.

Оптимальний вибір типу компетентності (існують різні види компетентності) лежить на перетині трьох просторів (трьох кіл).

Принципи, на яких заснований тренінг:

1) Принцип «навчання через досвід». Спочатку учаснику дають змогу діяти та отримати певний практичний досвід, а потім пропонують самому цей досвід осмислити та зробити узагальнені висновки. Добре сконструйований та добре проведений тренінг, який використовує принцип «навчання через досвід», повною мірою може замінити стихійний процес отримання та усвідомлення досвіду, який може тривати роками. Тренінг – це спеціально організована реальність справжнього життя учасників, де можна помилятися та отримувати досвід без втрат.

Навчання навичкам монетарної культури (і як частковий випадок – самостійного прийняття економіко-фінансових рішень в ситуації невизначеності) – це скоріше модель для формування більш універсальних навичок, необхідних для життя в цілому.

2) Принцип поетапності розвитку групи та більш глибокого розуміння кожним учасником самого себе. Нова зустріч логічно витікає із попередньої та слугує в змістовному плані основою для наступної.

Існує багато описів етапів роботи тренінгової групи, оскільки чітко розділити груповий процес на певні етапи неможливо. Оскільки різні автори використовують різні підстави для опису етапів, то, природно, що виходять різні варіанти послідовності тренінгових вправ. Ми застосували такий підхід, де виокремлюються чотири стадії: підготовка, усвідомлення, переоцінка та дія. Найбільш вдало ці стадії лягають на процес кожної гри в тренінгові як закінчений та цілісний блок. На етапі підготовки тренер підводить групу до тієї або іншої теми, будуючи певну стратегію для того, щоб група була готова до гри. Готовність до гри полягає в тому, щоб група зацікавилась

запропонованою темою, в ній проявилися різні точки зору, і у більшості учасників з'явилося бажання розібратися в цьому питанні. У процесі гри в учасників з'являється усвідомлення певних важливих закономірностей та правил. Далі йде переоцінка свого досвіду, способів поведінки, формуються нові настановлення, що приводить до нових дій, нових алгоритмів та нової поведінки.

Тренінг проходить за таким сценарієм: спочатку прийняття правил, за якими буде працювати група, потім – знайомство. Кожен день тренінгу закінчується обговоренням, підведенням підсумків, які дозволяють закріпити результат роботи, ще раз наголосити учасникам на досягненнях, обмінятися враженнями. Усі висловлювання, емоції й оцінки учасників сумуються та посилюють одна одну.

3) Принцип поєднання різних форм навчання – міні-лекції, розбір ситуацій, ділові ігри; вправи на відпрацювання необхідних навичок, націлених на вирішення конкретних проблем учасника. Поєднання різних форм навчання сприяє тому, що матеріали тренінгу засвоюються більш ефективно, ніж на традиційних заняттях.

Центральний теоретичний конструкт, з яким працює учасник тренінгу – «мета життя». Мета життя – словосполучення, яке відносно рідко зустрічається у науковій психологічній літературі. Дослідники відмічають, що ми мало знаємо про те, як і коли цей конструкт свідомості виникає у внутрішньому світі людини, яку роль виконує.

Процес конструювання своєї мети життя у старшокласника дуже тісно пов'язаний з процесом становлення його загальнокультурної компетентності та майже завжди приймає форму образу майбутньої професії, що, на нашу думку, передбачає певний рівень економічної культури. Тому поетапне становлення економічної культури старшокласника рівнозначно його навчанню конструювати свою мету життя.

У представленій (на рис. 2.2) моделі можна бачити зони (зовнішню та внутрішню), яким надані символічні назви, що відображають філософську

сутність кожної з них. Зовнішня – це СВІТ (середовище, в якому живе та розвивається людина) і внутрішня зона – це ЛЮДИНА (її внутрішній світ, її «Я») [142].

Тренеру необхідно відповісти на запитання, яке можна сформулювати так: «З якого боку будувати конструкцію конкретного тренінгу – з боку зовнішнього СВІТУ або з боку ЛЮДИНИ (її внутрішнього світу)?» Дослідники відмічають, що готової, тим більше вірної, відповіді на це запитання немає.

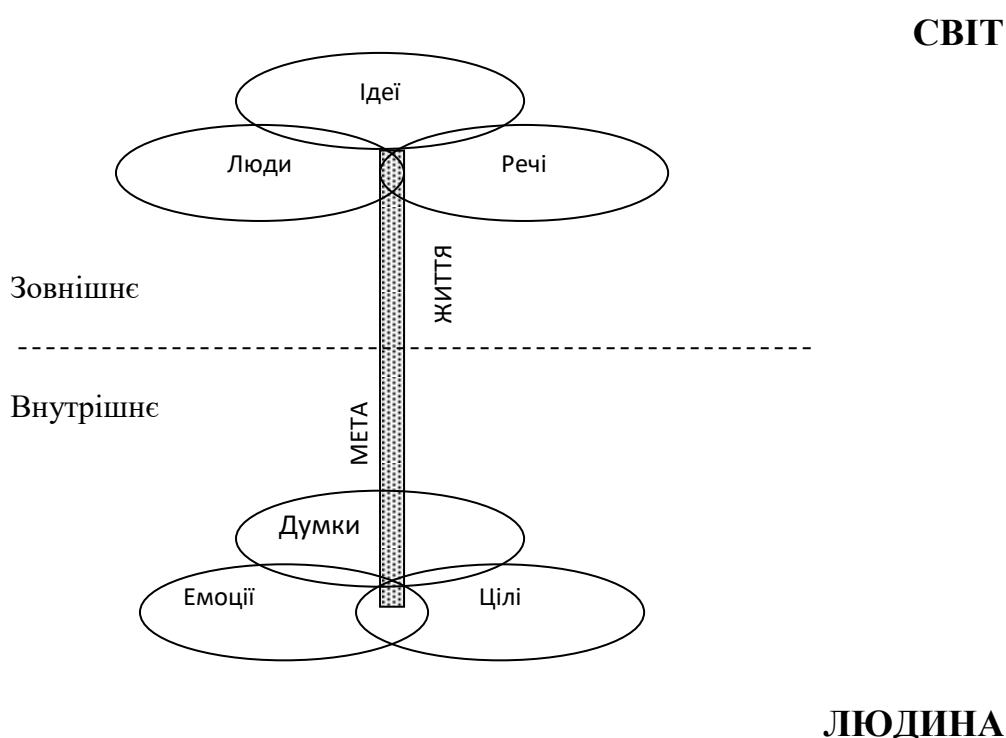


Рис. 2. 2. Модель формування культури особистості в сфері економіки

З нашої точки зору, тренінг формування економічної культури повинен будуватися з боку зовнішнього світу. Інакше ми можемо створити непоганий тренінг особистісного зростання (що може бути другорядною задачею), але при цьому не вирішимо головну задачу свого тренінгу – вибір типу стратегії монетарної поведінки учасниками.

Добираючи вправи, ми не забували про три взаємопов'язані задачі:

- 1) структурування у свідомості учасників образу зовнішнього світу (свого досвіду);
- 2) структурування образу внутрішнього світу (свідомості);
- 3) інтегрування структур зовнішнього та внутрішнього світу (у нашій версії – через мету життя).

Для побудови конкретного тренінгу нам потрібно уявити СВІТ. З нашої точки зору, досить дуже простої структури, яку пропонує Ю. Тюшев – світ ідей, світ людей та світ речей [142].

Для структурування внутрішнього світу підходить спосіб поділу внутрішнього світу людини на три сфери: 1) цілі та цінності, 2) емоції та почуття), 3) думки та знання. Цей поділ відповідає трьом сферам психіки людини: когнітивній, афективній та конативній.

Структури зовнішнього та внутрішнього світу людини пов'язує МЕТА ЖИТТЯ. На рис. 2 можна побачити «вісь», яка проходить через центр зовнішніх та внутрішніх структур. Саме так ми уявляємо «мету життя» – як структуру свідомості, яка об'єднує (інтегрує) для людини її внутрішнє та зовнішнє.

На тренінгу можна і не говорити з учасниками про мету життя. Але тренер (який відповідає за результат, а не лише за процес), повинен розуміти роль та важливість цієї частини свідомості учасників для їх особистісного та економічного самовизначення. Працювати з «метою життя» можна і не говорячи цих слів.

Мету життя ми уявляємо як штучний конструкт свідомості (спеціально сконструйований), який відповідає за єднання різних внутрішніх та зовнішніх сфер людини в єдине ціле.

Звісно, ми розуміємо, що участь старшокласника в такому тренінгу не вирішує всіх його проблем, пов'язаних зі становленням монетарної культури. Тому вважаємо можливим створення цілісної технології фінансово-економічного виховання. Тренінг монетарної культури буде лише частиною цієї технології. Окрім тренінгу для старшокласників, ми бачимо

необхідність створення спеціальної програми тренінгу для батьків та програми тренінгу для вчителів.

Головна цільова група для цього тренінгу – старшокласники. Але багато вправ, які застосовувались в тренінгу, можна використовувати при створенні спеціальних тренінгових програм для батьків та вчителів.

Програма розробленого нами тренінгу конституювана трьома модулями (табл. 2.1). Перший модуль (рефлексивний) – орієнтований на усвідомлення старшокласниками змісту їхнього ставлення до грошей (емоційна напруженість у оцінці монетарних відношень, місце грошей в системі цінностей особистості, превалюючий стиль монетарної поведінки); другий модуль (пізнавальний) – спрямований на ознайомлення із закономірностями побудови ринкових економічних відносин, на формування позитивного образу світу економіки та усвідомлення функцій грошей й способів їх заробляння; третій модуль (розвивальний) – орієнтований на розвиток позитивного мислення, оволодіння старшокласниками техніками подолання психологічних бар'єрів у досягненні економічних цілей та навичками аутотренінгу для зняття внутрішніх обмежень при прийнятті рішень в ситуації невизначеності, навичками планування фінансового успіху. Кожен модуль – це відносно самостійна одиниця, яка має власну мету і здійснює свій внесок у розвиток учасників тренінгу, його можна використовувати в складі інших тренінгів або самостійно. Для кожного модуля підібрано вправи [20;53;147] Організаційно тренінг розрахований на 8 годин. Кожен модуль складається із занять тривалістю в одну годину, які ми пропонуємо проводити один раз на тиждень.

Отже, тренінг спрямований на формування економічної культури старшокласників, що передбачає розвиток раціонального ставлення до грошей, цілеспрямованості, позитивного та нестандартного мислення; формування психології успішної людини, вміння подолати психологічні обмеження.

Обладнання: канцелярське приладдя – ручки, фломастери, олівці, аркуші формату А1 та А4, фліп - чарт, роздатковий матеріал.

Тривалість одного заняття – 60 хв.

Структуру тренінгу див. у додатку А.

У програмі тренінгу ми використовували метафоричні асоціативні карти (МАК) як психологічний інструмент, що дозволяє виявити неусвідомлювані уявлення, емоції та стратегії поведінки в сфері монетарних відносин, оцінити їх наслідки. Метафоричні асоціативні карти мають не лише діагностичну мету, а й розвивальну, оскільки спонукають індивіда до пошуку нових, більш ефективних способів взаємодії в сфері монетарних відносин. При розробці тренінгу ми використовували карти «Грошові типи особистості», розроблені за допомогою карт «Персона» та «Персоніта».

У виборі підходу до організації тренінгу формування економічної культури ми спираємося на ідею Г. Бардієр [11] про те, що старт кожного соціалізуючого впливу слід співвідносити з основним видом діяльності юнаків, якою є пізнавальна діяльність. Тобто у фокусі уваги нашого тренінгу з юними людьми знаходиться, в першу чергу, когнітивна складова економічної соціалізації, з якою органічно пов'язуються й інші — афективна та конативна.

Отже, методично ми вибудовуємо практичну роботу в сфері формування і розвитку економіко-психологічних якостей щодо включення у взаємини, опосередковані грошима, з опорою на технології, які ми кваліфікуємо як фокусно-орієнтовані, тобто такі, що залежать від специфіки основного виду діяльності учасників тренінгу. Фокусується робота групи на тому чи іншому з трьох аспектів модельованих у тренінгові монетарних відносин. Залежно від задач роботи, вона починається з найактуальнішого фокусу, який на цей момент має стати чинником, що організовує всю систему соціалізації – системоутворюючим чинником. Але паралельно відслідковується і опрацьовується кожен з інших фокусів як такі, що перебувають у взаємозалежних зв'язках з першим і між собою.

Участь старшокласників в тренінгу забезпечує залучення учнів до колективної роботи при обговоренні ситуації, врахуванні думок та оцінок інших учасників; формуються комунікативні навички, необхідні для ефективної економічної соціалізації.

Отже, проблема соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської молоді є достатньо складною та різноманітною. Комплексний підхід до вирішення проблеми соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників передбачає не лише психологічний супровід учнів, а й створення умов, які дозволяють компенсувати невідповідність учнів до освоєння специфічного інформаційного матеріалу з економіки та фінансів (консультування з різних фінансово-економічних проблем, підготовка до науково-практичних конференцій тощо), допомагає їм у професійному виборі, економічному самовизначенні та подоланні соціальних, психологічних особистісних труднощів у створенні ситуації успішності.

2.5. Профорієнтаційні практики у соціально-психологічному забезпеченні формування основ економічної культури старшокласників

Вирішення проблем соціально-професійної орієнтації молоді в сучасних умовах стає найважливішою частиною державної кадрової політики, соціального управління, формування найважливішого ресурсу модернізації та інноваційного розвитку країни — людського потенціалу. У зв'язку з цим велика відповідальність лежить на навчальних закладах загальної середньої освіти, оскільки більшість старшокласників орієнтована на підготовку до отримання вищої професійної освіти. Для реалізації цієї відповідальності потрібно допомагати школам в організації профорієнтаційної роботи, вивчати соціально-професійні прагнення та духовно-моральні цінності школярів і на цієї основі вести всю профорієнтаційну діяльність.

Це є особливо важливим сьогодні, оскільки країні потрібні, у першу чергу, послідовна політика збереження, економічно та соціально доцільне використання молодого поповнення, а також вмiле спрямування абiтурiєнтських потокiв по закладах професiйної освiти. Для повноцiнного формування соцiального капiталу країни важливо, щоб молодi люди отримували гарну професiйну освiту, щоб було якомога менше помилок у виборi професiї, свого мiсця в суспiльствi.

Очевидно, що для сучасного суспiльства потрібнi фахiвцi нового формату, з розвиненою вiдповiдно економічною культурою.

Економічна культура проявляється в економічній діяльності людини. Старшокласники, якi засвоюють економічну культуру в процесi профорiєнтацiйних практик, не просто отримують певну суму знань, умiнь та навичок, але й мають можливiсть переосмислити вже вiдомий досвiд фiнансово-економічної діяльності, будуючи свої уявлення про майбутню професiю. Актуалiзацiя економічної культури в процесi пiдготовки до вибору напрямку професiйної діяльності дає змогу учням «творити» для себе образ професiї, освоюючи її компоненти. За допомогою образу майбутньої професiї, адекватної сучасному соцiокультурному середовищу, школярi iнтерпретують теперiшнє, прогнозують майбутнє у власних професiйних термiнах.

Вибiр професiї – важливий та вiдповiдальний етап у життi молодої людини. Обираючи професiю, людина, як правило, обирає i коло спiлкування, i стиль життя, а инодi i долю. I в цьому процесi безумовну допомогу може надати профорiєнтацiя як система спецiальних заходiв у ходi професiйного самовизначення молодi.

Результат профорiєнтацiї – вибiр професiї. Коли його зроблено правильно, коли молода людина зайняла в економічній iєрархiї своє мiсце, свою «економічну позицiю» (нiшу), коли вона може реалiзувати себе,

працювати з повною самовіддачею, то це означає раціональне розміщення трудових ресурсів.

Профорієнтація повинна забезпечити «потрапляння» в таку економічну позицію, такий економічний стан, в якому людина здатна задовольняти свій економічний інтерес шляхом реалізації самої себе, розкриття своїх особливих рис характеру, образу мислення, поведінкових навичок, виховання тощо. Отже, мета профорієнтації – не лише професійне, але й особистісне самовизначення. Воно потребує не лише вирішення проблеми «ким бути», але і проблеми «яким бути». При цьому формування економічної культури, як і культури в цілому, має відношення до вирішення проблеми «яким бути».

На початку 90-х років минулого сторіччя, в період становлення економічної освіти молоді, в Україні метою економічної освіти було оволодіння знаннями щодо економічного устрою суспільства. Для розвитку цієї мети сучасна економічна освіта повинна навчити методології творчого перетворення дійсності, яка, у свою чергу, передбачає наявність у школярів економічної культури, основ економічної компетенції, готовності до соціальної адаптації.

Іншими словами, «творче перетворення дійсності» залежить від цілої низки особистісних якостей, заснованих на знанні основ економічної культури, спостереженні за реальними подіями, поповненні індивідуального досвіду, на самостійній участі в економічній діяльності.

Отже, загальні «точки дотику» формування економічної культури та процесу профорієнтації лежать у площині вирішення проблеми «яким бути», яка підпорядковується проблемі «ким бути». Саме у цій площині слід шукати підходи, методи та засоби, які має у своєму арсеналі освіта в цілому (зокрема, й економічна).

Безумовно, встановити прямий зв'язок між економічною культурою та профорієнтацією досить складно. Просто перед профорієнтацією в школі

стоять інші задавання. Щоб «посилити» зв'язок економічної культури та профорієнтації, слід розглянути два підходи. Кожен з них пов'язаний з розумінням та використанням економічного змісту низки «професія – діяльність», або навпаки.

Перший підхід. «Відштовхуючись від ринку праці». Для того, щоб за допомогою профорієнтації вирішити завдання формування основ економічної культури у старшокласників, слід у профорієнтаційних практиках використовувати міні-лекції, присвячені опису стану ринку праці. Визначити поняття «професія». Показати її роль в економіці. Крім того, потрібно представити досить великий перелік професій, які належать до «свого» ринку праці: продавці, вчені, менеджери, перукарі тощо. Скласти опис професій. Запропонувати учням проаналізувати потреби в тому чи іншому профілю праці. Провести разом з учнями аналітику стосовно перспектив розвитку ринку праці. У цьому випадку старшокласники, як мінімум, будуть мати великий обсяг знань про реальні та витребувані професії, про ставлення суспільства до них.

Вбудувати в процес профорієнтації проблему формування основ економічної культури можна, наприклад, шляхом розробки спеціальних тематичних завдань з економіки, які школярі будуть виконувати самостійно або в контакті з дорослими (проекти, есе, реферати, кейси тощо) і які можуть бути доповнені фільмами, екскурсіями, контактами з представниками різних професій.

Другий підхід. «Відштовхуючись від поняття «діяльність»». Цей підхід засновано на глибокій проробці поняття «діяльність», її природи, сутності, зв'язку з іншими поняттями і категоріями економіки та подальшому переході до поняття «професія». При цьому потрібно починати з визначення. Діяльність – це специфічна форма ставлення людини до світу, що її оточує, та до самої себе, яка виражена в цілеспрямованій зміні, перетворенні світу та людської свідомості.

Діяльність – процес, який містить мету, засоби та результат. Безумовно, діяльність розглядається в економічному контексті. Типи і форми діяльності розрізняються за суб'єктом, об'єктом, функціям і цілями. Такі об'єкти діяльності як виробництво, споживання, бізнес, комерція визначають відповідні їм види діяльності та функції, які забезпечують суб'єкти діяльності.

Оскільки, як зазначав Ф.Фукуяма, «економічна діяльність представляє суттєву частину життя суспільства і тому по'язана з нормами, правилами, моральними зобов'язаннями та іншими звичками, які й складають суспільство», вона є умовою і способом існування економічної системи та людини в ній. Економічна система задовольняє потреби людини і надає їй для цього вибір заняття тим або іншим видом діяльності. У результаті економічну діяльність слід визначати як активність людини в економічній системі, яка регулюється її свідомістю, бажанням і волею, предметом якої є вирішення економічних проблем у процесі перетворення (використання) обмежених ресурсів в матеріальні блага та послуги з метою отримання вигоди.

Економічна діяльність виступає як спосіб розв'язання економічних проблем. Це специфічний вид предметно-практичної діяльності в економічній сфері. Її зміст, форми та методи залежать від конкретного об'єкту, в якому ця діяльність здійснюється (будівництво, банк, школа, магазин). Умовою здійснення економічної діяльності, крім природних (зовнішніх) факторів (ресурси, середовище, в якому ця діяльність здійснюється), інших економічних учасників, а також умов, які регламентують цю діяльність (закони, норми), є наявність відповідних особистісних якостей людини (активність, прагнення до успіху, самостійність, цілеспрямованість тощо), які сприяють досягненню поставлених цілей. Однак не всім професіям це притаманне. Важко зрозуміти, що людина – це і мета, і засіб економічної діяльності, незважаючи

на те, яку професію має людина. На неї спрямована економічна діяльність (щоб задовольнити потреби, отримати дохід тощо) і вона ж її здійснює. Види економічної діяльності визначаються її змістом та виражаються в певних формах з використанням притаманних кожному виду методів і засобів діяльності. Дослідження специфіки кожного виду діяльності передбачає такий алгоритм:

- 1 – визначення сутності та мети виду діяльності;
- 2 – визначення змісту того виду діяльності, де вона здійснюється;
- 3 – форми цього виду діяльності;
- 4 – умови виконання цього виду діяльності;
- 5 – результат цього виду діяльності.

Таке «занурення» в діяльність потрібно, щоб школярі зрозуміли та засвоїли це поняття і знали відповіді на запитання: у чому полягає смисл будь-якої діяльності, що дає діяльність економіці та людям, чому люди повинні працювати (займатися тією чи іншою діяльністю), які умови та результати тих чи інших видів діяльності, чому одна діяльність є корисною, а інша є шкідливою? Відповідаючи на ці запитання, школярі починають розуміти зв'язок між діяльністю та професією.

Професія – це не назва, а смисл діяльності. Професія може бути освоєною, оформленою, але без діяльності вона втрачає смисл. Без діяльності не буває реалізації в професії. У структуру профорієнтаційних практик можна ввести багато тем, в які логічно вбудується поняття «діяльність»: починаючи з мікроекономіки, розгляду ресурсних та харчових ринків (хто робить, що робить, чому робить) і до макроекономіки, в якій, наприклад, проблеми безробіття можуть бути пояснені на показових прикладах наявності (відсутності) тих чи інших видів діяльності, що призвели до ситуації нестабільності.

Різні види професій розповсюджені по економічному простору і «прив'язані» кожна до свого об'єкту. Аналіз кожного економічного об'єкту

(завод, податкова інспекція, банк, магазин, пошта тощо) може супроводжуватися демонстрацією як самих «професійних образів», так й їхньої діяльності, яка підтримує існування цих об'єктів.

Таким чином, логічний перехід від «діяльності» до «професії» полягає в такому:

- вирішення будь-якої економічної проблеми потребує діяльності;
- кожна проблема потребує своєї діяльності;
- зміст кожної окремої діяльності є професія.

Стосовно привабливості другого підходу, то він полягає :

- по-перше, в розумінні економіки як цілого у взаємозв'язку різних видів діяльності, потрібних для вирішення проблем обмеженості;

- по-друге, в розумінні смислу діяльності та через смисли – особливостей різних професій;

- по-третє, в тому, що різноманіття професій (смыслів) визначається різноманіттям видів діяльності;

- по-четверте, в усвідомленні того, що професії зникають та з'являються і це – економічна закономірність.

Зникнення окремих професій обумовлено або завершенням вирішення проблеми обмеженості, або заміною однієї професії на іншу внаслідок науково-технічного та економічного прогресу, коли проблема ще не вирішена. У цьому контексті може бути запропонована схема ринкової економіки з переліком ринкових об'єктів та професій, які їх обслуговують. Різні маніпуляції з об'єктами (непотрібні відкидаються, потрібні додаються) змусять учнів задуматися щодо пріоритетів професій, їх внеску у «загальну справу».

І перший, і другий підходи потребують також введення спеціальних елективних курсів, в яких би отримали сумісний розвиток економічні ідеї та ідеї профорієнтації.

Нині профорієнтаційна робота в школі не досягає однієї з головних цілей – формування в учнів професійного самовизначення з урахуванням індивідуальних особливостей кожного школяра та відповідності певному рівню економічної культури сучасного ринку праці. Крім того, відсутнє комплексне вирішення завдань профорієнтації, особливо в частині діяльнісно-компетентнісного аспекту.

Основними методами профорієнтації є словесні, декларативні, в основному – в формі класних годин з розповідями про професію, у кращому випадку – у формі екскурсій на підприємство. Психологічні тести з проблеми профорієнтації не дають позитивних результатів.

Допомогти у вирішенні проблеми формування економічної культури в процесі ефективної профорієнтаційної роботи зі школярами може практико-орієнтована соціально-економічна освіта, а саме, створення економічного практико-орієнтованого середовища (ЕПОС), складовими якої є три напрями роботи: практико-орієнтоване навчання основам економіки та основам підприємницької діяльності; профорієнтація та виховання підростаючого покоління.

Профорієнтація в умовах ЕПОС засновується на застосуванні інноваційного підходу – системного та діяльнісно-компетентнісного. Профорієнтація в цих умовах отримує системний характер, наукове обґрунтування свого функціонування та розвитку. Виникає можливість управління та отримання потрібних результатів, до яких відносяться формування у школярів уявлень про реальний світ професій, отримання початкових професійних навичок, усвідомлений вибір професійного шляху з урахуванням індивідуальних особливостей та потреб ринку праці.

У результаті профорієнтації в умовах ЕПОС у старшокласника формуються основи економічної культури, тому що він отримує загальні знання про світ професій, загальні рекомендації психолога, знайомство з професіями, спеціальностями (екскурсії, профорієнтаційні програми), знання

про шляхи отримання професійної підготовки (бакалаврат, магістратура), практичні навички та компетенції в сумісних проектах (проекти та практика на підприємствах); уявлення про реальні професії, галузі економіки (екскурсії, системне дослідження на підприємстві), практичні навички і компетенції (проекти та практика на підприємстві); професійне тестування, консультування.

Психолого-педагогічна система профорієнтації може включати в себе такі методи роботи, як :

- майстерні майбутнього (напрями і цілі розвитку суспільства та економіки, нові професії);
- сценарії (шляхи та засоби досягнення цілей: нові спеціальності та напрями професійної освіти);
- імітаційні ігри;
- планування власної кар'єри.

Найбільш перспективним з точки зору системного підходу до вирішення проблем ключових компетенцій у школярів є метод системного дослідження на підприємствах. На відміну від екскурсій, у ході яких школярам відведена пасивна роль, він являє собою технологію, яка передбачає системний підхід, діяльність та системний аналіз результатів дослідження. При цьому у школярів формуються такі компетенції :

- застосування системного аналізу;
- робота з реальною інформацією, у тому числі й виробничою;
- комунікабельність;
- вміння працювати з групою;
- вміння взаємодіяти з професіоналами;
- розуміння конкретного бізнесу;
- системні знання про професії.

У рамках системного дослідження школярі знайомяться з комплексом основних професій на підприємствах (фахівцями з логістики, ІТ- фахівцями,

інженерами, економістами, фінансистами, маркетологами, менеджерами різних спрямувань та рівнів, робочими високої кваліфікації, екологами, фахівцями з безпеки тощо), їх роллю та завданнями на конкретному виробництві, основним змістом їх праці, вимогами з боку керівництва підприємства.

Отже, впровадження в освітню практику шкіл концепції ЕПОС відкриває нові можливості для організації ефективної системи профорієнтації в школі. Основним перспективним напрямом профорієнтаційної роботи в школі є актуалізація профорієнтаційного потенціалу соціально-економічної практико-орієнтованої освіти, розробка інноваційної методики з профорієнтації школярів.

Як свідчить практика, однією з найважливіших задач формування економічної культури особистості є необхідність навчання основам підприємницької діяльності – це ще й питання професійної орієнтації молоді, підготовки випускника до умов ділового життя.

Одним із шляхів знайомства старшокласників з основами підприємницької діяльності є технологія моделювання професійної діяльності – «Навчальна фірма».

«Навчальна фірма» – це модель підприємства, в якій імітується весь процес управління виробничою та комерційною діяльністю підприємства. В ній реалізуються практичні цілі професійної підготовки. У старшокласників виробляються особистісні навички, які сприяють їх соціальній адаптації. Прищеплюються навички використання самомаркетингу і самоменеджменту, які допомагають успішно конкурувати на ринку праці. У рамках технології «Навчальна фірма» моделюється ринковий простір, який відповідає реальній економіко-правовій ситуації в державі.

Діяльність школярів у навчальній фірмі імітується через завдання ігрової ситуації. Ігрова ситуація – це частина навчального процесу, коли в певний навчальний час потрібно навчити школярів оформляти

документацію різної складності та відпрацювати навички ділової комунікації.

Навчальна фірма виступає як фактор якості практичного навчання:

- розширюються та поглиблюються знання за рахунок роботи на імітаційних моделях конкретних підприємств та установ;
- формуються комунікативні навички, уміння працювати в команді, навички колективної та персональної відповідальності, взаємодопомоги;
- розвиваються здібності професійної адаптації до соціально-економічних умов, що змінюються.

Отже, впровадження цієї технології в навчальний процес школи дозволяє розвивати комунікаційні компетенції, виробляти цілеспрямованість, здатність вирішувати проблеми, розвивати навички роботи в команді як в якості службовців, так і в якості керівників.

Викладач та психолог в навчальній фірмі грають ролі консультантів школярів. Функція викладача та психолога навчальної фірми – інструкційно-консультативна, стиль керівництва – демократичний, стиль роботи – командний, стиль контролю – бесіда, спостереження, атестація.

Інноваційними складовими проекту «Навчальна фірма» є реалізація діяльнісного підходу в навчанні школярів, формування у них соціально-економічних компетенцій, відпрацювання в навчальному закладі механізмів створення нового практико-орієнтованого середовища.

Увагу школярів в рамках представленої освітньої технології акцентовано на реальні приклади підприємницької діяльності, що має особливе значення для більш поглибленого розуміння теоретичних положень бізнес-курсу. Все це дозволяє сформувати у старшокласників продуктивні знання про зміст підприємницької діяльності, роль підприємця в економіці, повагу до праці підприємця та створити передумови для посідання активної життєвої позиції.

Реалізація проекту вирішує завдання підвищення рівня економічної культури старшокласників, має на меті допомоги молодим людям в отриманні потрібних компетенцій, а також наочного уявлення про різні види підприємницької діяльності.

Отже, спроба об'єднати формування економічної культури з вирішенням проблем профорієнтації не є безпідставною, але вона потребує економічного підходу: оцінки витрат та результатів.

Профорієнтація є дуже об'ємним поняттям, яке містить у собі допомогу суб'єкту в знаходженні свого місця в світі професій, професійної праці, у виборі професії та шляхів оволодіння нею, професійної адаптації, орієнтації на успішну кар'єру та реалізації себе в інтересах суспільства та держави. На думку дослідників [66], вищим рівнем професійної орієнтації є професійне самовизначення. Метою системної профорієнтації є формування суб'єкта самовизначення. На цьому рівні, на думку авторів, людина є готовою самостійно та усвідомлено робити відповідальні життєві та професійні вибори. При тому, як підкреслюють автори, робити їх без сторонньої допомоги.

Проблема професійного самовизначення молоді є дуже актуальною в сучасному суспільстві. Професійне становлення особистості розуміється як процес прогресивної зміни особистості під впливом соціальних подій, професійної діяльності та власної активності, спрямованої на самовдосконалення, самоосвіту та саморегуляцію. Професійне становлення – це достатньо складний, довгий та багатоплановий процес [Там само].

Існують різні підходи до вивчення проблеми професійного самовизначення молоді як у вітчизняній психології, так і за кордоном. У зарубіжних роботах коло проблем, пов'язаних з професійним самовизначенням, вирішується в межах теорій професійного розвитку та профорієнтації. На думку відомого американського психолога і вченого Д. Холланда, люди відповідають одному або декілька типам особистості.

Процес професійного розвитку, за Холландом, полягає в тому, що професійна успішність, задоволеність залежить від відповідності типу особистості типу професійного середовища [168].

Як свідчить практика, вибір професійного навчального закладу ще не означає, що людиною було зроблено усвідомлений вибір професії. Більш того, процес професійного самовизначення особистості супроводжується, на думку низки дослідників (Е. Зеєр, Н. Пряжнікова, Л. Митіна, А. Маркова), внутрішньоособистісними конфліктами, психологічними бар'єрами, які стають основою професійних криз особистості.

Е. Зеєр виокремлює конфлікти, обумовлені такими факторами [54]:

- протиріччя між соціально-професійними експектаціями професійної дійсності, між мотивами професійного зростання, успіху та матеріального благополуччя, між високим рівнем домагань (самооцінки) і самоповагою, між неусвідомленими мотивами (прагнення до влади, підпорядкування) та ціннісними орієнтаціями тощо;

- неспівпадіння характеру професійної діяльності та рівня професійної компетентності, яке породжує внутрішньоособистісні конфлікти між незадоволеністю змістом праці та небажанням змінити професію, між відсутністю перспектив кар'єри та рівнем професійної компетентності;

- протиріччя між спрямованістю особистості на досягнення кар'єри, успіху, високі матеріальні блага та недостатнім рівнем розвитку соціально-професійних здібностей, якостей, психофізіологічних властивостей, станом здоров'я;

- неспівпадіння уявлень про свої професійні переваги та реальні професійні можливості, протиріччями між «Я-можливим» і «Я-реальним» та ін.

Отже, реалії сучасної соціально-економічної ситуації потребують від людини постійного уточнення свого місця в світі професій (або конкретної

професії), осмислення своєї соціально-професійної ролі, свого ставлення до професійної праці, колективу, самої себе.

Стає очевидним, що розв'язання всіх цих протиріч потребує високої психологічної компетентності та, що не завжди під силу суб'єкту, професійного самовизначення.

Мета психологічної допомоги – актуалізація та повна реалізація професійно-особистісного потенціалу особистості та задоволення потреб суб'єкта діяльності. Головне – допомогти людині реалізувати себе у професійної діяльності.

Основні функції психологічної допомоги:

- інформаційно-аналітичний супровід окремих етапів професійного становлення (вибір професії, навчального етапу профадаптації, професіоналізації тощо);

- проектування та самопроектування сценаріїв окремих етапів професійного становлення;

- психологічно компетентна підтримка та допомога особистості в подоланні труднощів професійного становлення, особливо при змінах у соціально-професійному середовищі.

Як показує практика, сучасні юнаки не можуть самотійно впоратися з проблемою професійного самовизначення особистості. Для її вирішення недостатньо консультації дорослого, батьків або однолітків. Для діагностики психологічних проблем, пов'язаних з професійним самовизначенням людини, потребується комплексне обстеження за допомогою різних психологічних методик. Можна виокремити низку методів і заходів, що сприяють вирішенню практичних питань професійного самовизначення підростаючого покоління.

До них відносяться: система профорієнтації, яка дає школярам потрібні знання для орієнтації в світі професій, уміння об'єктивно оцінювати свої індивідуальні особливості, а також діагностичні методики вивчення

особистості школярів з метою надання індивідуальної допомоги у виборі професії [54].

У результаті процесу професійного самовизначення школяр розвиває свою самосвідомість, створює ідеальний образ професії та моделює своє майбутнє. Як правило, обираючи професію, учень може керуватися одним із наступних мотивів: обрати професію у відповідності з сімейною традицією, обрати випадково, або обрати за покликанням. Найкращим вважається останній варіант - усвідомлений, самостійний вибір професії з урахуванням потреб ринку праці, умов обраної діяльності.

Важливим постулатом профорієнтаційної роботи в школі повинно стати розуміння того, що самовизначення старшокласників є допрофесійним. На етапі шкільного навчання молода людина осягає смисл трудової діяльності, усвідомлює перспективи кар'єри та вимоги професії до особистісних якостей. Тобто, вона відповідає собі на запитання, чи готова вона пов'язати своє життя з конкретною професією.

Звичайно, гармонійно побудована система профорієнтаційної роботи в школі не вичерпується лише профілізацією навчання, а включає в себе професійну діагностику та вибір сфери трудової діяльності у відповідності з індивідуальними психологічними, психофізіологічними та фізичними особливостями учня; пошук відповідності між інтересами (мотивами) молодої людини та її здібностями; професійну консультацію педагогів-фахівців, психологів та побудову обміркованого, майбутнього кар'єрного плану.

Реалізація психологічного супроводу профорієнтаційної роботи стає можливою при використанні особистісно-орієнтованих технологій професійного розвитку:

- тренінгів особистісного та професійного розвитку та саморозвитку;
- моніторингу соціально-професійного розвитку;

- психологічного консультування з проблем соціально-професійного розвитку;
- проектування альтернативних сценаріїв професійного життя;
- особистісно орієнтованих тренінгів підвищення соціально-професійної компетентності;
- тренінгів самоуправління, саморегуляції емоційно-вольової сфери та самостановлення особистості.

У якості психодіагностичних методів фахівцями з профорієнтації в школі використовується широке коло тестів, опитувальників та проєктивних досліджень.

Наш досвід показав, що шкільні психологи (використовуючи прогресивні матриці Дж. Равена, спрямований асоціативний експеримент, індекс життєвого стилю Плутчика – Конте – Келлермана, опитувальник PEN Г. і С. Айзенків, «Мапу інтересів» та анкету «Орієнтація») зробили висновок про відсутність в учнів школи чіткого уявлення про сферу використання професії, яку вони обирають, а також про необхідність цілеспрямованої та глибокої роботи з професійної орієнтації школярів уже з дев'ятого класу. Результати інших дослідників показали, що лише у студентів перших курсів починає формуватися образ професії, але в низці випадків має місце розходження між профорієнтаційною діагностикою та вибором подальшого професійного маршруту [110].

Психологи використовують також у якості психодіагностичної основи в старших класах відому методу «Короткий орієнтаційний тест» (КОТ), спрямований на оцінку розвитку мислення учнів. Структура тесту відповідає структурі загальних здібностей та передбачає діагностику критичних крапок інтелекту: здатності до узагальнення та аналізу матеріалу, оцінку гнучкості або інертності мислення, розвитку просторового сприйняття та уяви [Там само].

Вище наведені приклади – лише незначна частина різноспрямованого інструментарію, що використовується психологами в роботі зі школярами. Водночас таке різноманіття методик профдіагностики має і негативну сторону. Це ще раз підтверджує думку про системну кризу в психологічній діагностиці, про обмежену кількість методик, що відповідають європейським стандартам European Federation of Psychologists Associations (EFPA) [116].

Дослідники стверджують, що єдина система профдіагностики школярів повинна існувати та могла би стати підставою як для формування профільних класів, так і для відбору абітурієнтів у професійні освітні заклади.

Системно організована профдіагностика в школі з урахуванням її результатів передбачає створення для кожного учня індивідуального кар'єрного плану. У цьому напрямі повинна вестися робота низки фахівців та організацій.

Основою вибору професії нині є уявлення молоді про майбутнє, які виводять її за рамки наявної ситуації та є програмою її розвитку. Самостійна особистість повинна усвідомлювати смисл тієї професійної діяльності, яку вона обирає, знати перспективи її розвитку та вміти співставляти ступінь відповідності власних особистісних якостей вимогам тієї чи іншої професії.

Процес прийняття рішення про вибір професії та рівня професійної освіти, освітньої організації середньої професійної/вищої освіти, роду роботи відбувається у випускних класах загальноосвітньої організації. Тому завдання школи полягає в тому, щоб вибір професії виявився логічним наслідком поступового підвищення рівня професійної спрямованості [70]. Цьому може сприяти позакласна діяльність, елективні курси та практикуми, на яких відбувається науково-дослідна діяльність школярів.

Кожна дитина із раннього віку за своєю природою є дослідником. Щоб розвивати цю якість надалі, потрібно орієнтувати дитину на самостійне розв'язання ситуативних проблем шляхом проходження основних етапів

наукового дослідження. Такий розвиток школяра допоможе йому як і у звичайній життєвій ситуації вирішити будь-яку проблему, так і в умовах конкуренції проявити себе та отримати досягнення.

Однією із складових загального життєвого самовизначення є наукове самовизначення, яке формується на останньому етапі отримання вищої освіти, тобто в період «пізньої юності» студентів. Але цей вид самовизначення формується далеко не у всіх студентів, а лише у тих, хто займається науковою діяльністю у закладі вищої освіти (ЗВО), однією з яких є написання наукових рефератів, участь в наукових конференціях, публікації в часописах і збірниках наукових праць, робота в наукових гуртках та лабораторіях. Щоб старшокласник, студент могли задуматися про роботу в галузі науки, потрібно, щоб вони відчували себе повноцінним ланцюгом наукового дослідження, побачили реалії молодого вченого. Для цього ми пропонуємо організувати дослідницьку діяльність школярів на базі лабораторій ЗВО.

Отже, професійне самовизначення особистості є дуже важливим процесом у житті кожного школяра. у результаті якого відбувається особиста оцінка цінностей учня, визначення галузі інтересів, сфери своєї діяльності. Тому важливо вже на етапі шкільної освіти проводити профорієнтаційну роботу з метою пошуку умов майбутньої професії.

2.6. Метафоричні асоціативні карти в соціально-психологічному забезпеченні формування основ економічної культури старшокласників

У сучасних ринкових умовах одним із центральних питань освітнього процесу підрастаючого покоління є успішна економічна соціалізація в діючих умовах зовнішнього середовища на основі синтезу теорії та практики. Одним із ефективних методів вирішення цієї проблеми є застосування методів інтерактивного навчання.

Останніми роками відбувається пошук фундаментального прориву в організаційному та змістовому аспектах при реформуванні національної системи освіти, орієнтованої на розвиток особистої ініціативи шкільної молоді для створення освітнього середовища, генеруючого нові знання, які б могли кардинально змінити природу школи, випускники якої могли б ефективно використовуватися на ринку праці. У зв'язку з цим акцент робиться на економічній соціалізації підростаючого покоління. На думку дослідників, економічна соціалізація відбувається в умовах освіти та виховання – цілеспрямованого психолого-педагогічного процесу [55].

Економічну соціалізацію молоді психологи розуміють як включення індивіда в систему економічних відносин суспільства, оскільки, засвоюючи економічний досвід суспільства, соціальні та економічні цінності, норми, моделі економічної поведінки та активно їх перетворюючи, він стає суб'єктом економічних відносин цього суспільства [38]. У процесі економічної соціалізації створюються соціально-психологічні та педагогічні умови для успішного формування економічної культури підростаючого покоління.

Наприкінці минулого сторіччя в освітньому процесі стали активно застосовувати інтерактивні методи в практиці економічного навчання, що дозволило формувати позитивний досвід економічної поведінки школярів, дати молодим людям певні економічні знання та професійні навички, допомогти швидко та успішно адаптуватися до ринку праці, сприяти розвитку духу підприємництва та ділової активності.

Інтерактивне навчання, на відміну від традиційного, – це спосіб пізнання, який характеризується тісною взаємодією всіх учасників освітнього процесу, націлений не лише на підвищення рівня знань, умінь, навичок учнів, але й на розвиток їх творчих здібностей та можливостей. У сучасному освітньому процесі застосовуються різні форми інтерактивного навчання – дискусія, презентація, ділові та рольові ігри, метод круглого столу, кейси.

Ми пропонуємо використовувати в роботі зі старшокласниками метафоричні асоціативні карти (МАК) «Грошові типи особистості» із застосуванням метафоричних карт «Персона» та «Персоніта». Основною метою їх застосування в освітньому процесі є активізація економічної свідомості школярів, класифікація економічних понять, репрезентованих метафорами, що сприятиме їх подальшому економічному самовизначенню.

За допомогою роботи з метафоричними картами «Грошові типи особистості» старшокласники зможуть визначити й усвідомити свій грошовий тип особистості; свої звичні способи поводження з грошима; ознайомитися зі своїми переконаннями та настановами стосовно грошей; дізнатися, що є перепорою для надходження грошей та що сприяє їх залученню у власне життя.

Нами виокремлено такі грошові типи особистості: «грошовий гравець», «грошовий флегматик», «реаліст», «заздрісник», «шулер, авантюрист», «грошовий паразит», «марнотрат», «скнара» та написали їх назви на окремих картах. Ці карти пред'являються учням разом з колодами «Персона» та «Персоніта».

Карти «Персона» складаються з двох колод: 77 портретів (які асоціюються з грошовими типами особистості) зображають різні типажі та обличчя людей будь-якого віку, представників різних країн та народів: південних та північних, західних та східних. До портретів додаються 33 карти-взаємодії, які схематично зображають можливі зв'язки та відносини між людьми, а також карти, на яких написані грошові типи особистості.

Карти-портрети можуть використовуватися окремо та в комбінації з картами-взаємодії. Розглядаючи ці портрети, старшокласники починають цікавитися, яким життям живуть ці люди? Що вони відчувають? Про що думають? Як їх звать? Що інші думають про них? Як вони представляють самих себе? Як ставляться до грошей? Як поведуться з грошима? У той же

час карти можуть демонструвати не лише різні типи людей, але й різні аспекти власної особистості старшокласника.

Обравши дві карти-портрета, учні отримують можливість усвідомити відносини між персонами, їх симпатії та антипатії. Карти-взаємодії, інтерпретацію яких гравець робить самостійно, допомагають спрямувати його фантазію в певне русло та полегшити створення історій.

Карти «Персона» пропонують людині через гру поглянути на життя очима інших людей, потренуватися в розумінні грошових емоцій, бажань, власної грошової поведінки та поведінки оточуючих, а також у розумінні глибинного смислу грошей у власному житті.

При використанні метафоричних карт потрібно враховувати такі рекомендації: не обов'язково бути буквальним в інтерпретації карти. Зображення на ній може розглядатися як символ або як метафора. Мистецтво є основою для творчості – потрібно дати повну свободу своїм асоціаціям. Немає «неправильних» відповідей або історій.

Розповідати історію потрібно в теперішньому часі, описувати події «в русі» та динаміці. Бажано більше використовувати власну фантазію, ніж логіку. Під час гри кожен може обмінювати обрану карту без пояснення причин.

Карти «Персоніта» можна використовувати разом з картами «Персона». «Персоніта» – зменшувальне від слова «персона».

Карти «Персоніта», написані в різних стилях канадським художником Елі Раманом і російською художницею Мариною Лук'яною, складаються із портретів дітей та молоді зі всіх куточків Землі, цивілізацій і культур, а також із дітей та підлітків, які живуть у нашому внутрішньому світі, світі асоціацій і метафор [67].

Розглядаючи ці портрети, старшокласники починають запитувати себе, що відбувається в житті цих людей? Яким грошовим типам особистості вони відповідають? Що вони можуть думати та відчувати? Як вони бачать себе?

Як інші бачать їх? Які мрії, які страхи впливають на їх життя? Що з їхнього власного дитинства досі живе в них самих?

При застосуванні комбінації карт «Персоніта» і «Персона» стає можливим демонстрація зв'язків і відносин між різними поколіннями людей. Карти-взаємодії і карти-ситуації з цих колод можна використовувати разом.

Ми живемо в дивний час – час, коли все прогресивне людство доходить висновку, що як в політичних, міжособистісних, так і в економічних відносинах можливі лише співробітництво, взаємоповага та побудова відносин за принципом «виграв – виграв», тому що іншого шляху не існує. Тому метафоричні карти можуть бути використані на уроках з гуманітарних, зокрема, економічних дисциплін, на тренінгах, в будь-яких інших видах групової роботи для культивування цінностей нового часу.

Метафоричні асоціативні (проективні) карти (МАК) – це універсальний психологічний інструмент, який базується на метафорі та апелює до підсвідомості людини, застосовується для діагностики, корекції, розвитку, розкриття творчих здібностей та коучингу.

Метафоричні асоціативні карти – дивовижний інструмент самопізнання особистості. Він розкриває можливість проробити таку цінну якість характеру, як чесність стосовно самої себе, тому що дуже швидко та легко витягує з людини те, що вона старанно ховає від себе, і те, що не дає їй рухатися вперед та розвиватися. МАК сприяють саморозкриттю, сприйманню себе та інших людей.

У своїй книжці «Полуниця за вікном» Вальтрауд Кіршке пише, що ці карти представляють щось нове [68]. Це засіб прориву до власної фантазії та креативності, інструмент самопізнання; це каталізатор, здатний створити сприятливу атмосферу, коли користувач вільно говорить про самого себе. Але працювати з метафоричними картами не розуміючи того, що таке метафора, просто неможливо.

Метафора – це використання слів, фраз в переносному смислі на основі аналогії, подібності, порівняння. Слово «метафора» походить від двох грецьких слів: «*мета*» – між, після, через і «*фора*» – рух, перенесення. У перекладі воно означає «перенос», «переносне значення». Метафори часто використовуються в мовленні, тому що:

- дозволяють точно і коротко передати свій стан або розповісти про ті чи інші події;
- роблять мову більш яскравою, образною, зрозумілою для співбесідника;
- надають мові емоційність, дозволяючи оголити предмети та явища світу, що оточує нас, та власні переживання;
- допомагають глянути по-новому на себе та своє місце в світі;
- розвивають образне мислення та розкривають творчий потенціал [93].

Основна психологічна сутність роботи з метафоричними картами – робота із зоровою метафорою, яка посідає значущі позиції в різних психотерапевтичних спрямуваннях. На думку дослідників [23], можна говорити про те, що кожна психотерапевтична система в своїй основі має метафоричний словник, який коротко дозволяє виразити саму концепцію спрямування. Так, З. Фройд у психоаналізі використовував сексуальну символіку як інструмент для трактовки несвідомих асоціацій. К. Юнг користувався метафорами «аніма» та «анімус». У концепції трансактного аналізу Е. Берн оперував поняттями «гра», «дорослий», «батько» та «дитина». Ф. Перлз в гештальтерапії користувався метафорами «собака згори» та «собака знизу». Що стосується М. Еріксона, то терапевтична метафора взагалі була одним із основних методів його роботи.

Отже, терапевтична метафора – це метафора, яка допомагає особистості вирішувати психологічні проблеми.

Метафоричні карти стрімко отримують популярність серед психологів, для яких карти – робочий інструмент, який допомагає людині

краще зрозуміти себе. Проективні карти, їх називають також метафоричними, асоціативними та психотерапевтичними, з'явилися у 1975 році, перша колода мала назву «ОН» і сприяв цьому Елі Роман, професор мистецтвознавства, він хотів наблизити мистецтво до людей, зробити його більш доступним і зрозумілим. У 1983 році Елі Роман знайомиться з Морітцом Егетмейером, який вважав, що за допомогою карт «ОН» можна спонукати людину до відвертої розмови про себе та свої проблеми. Створені в співробітництві художника і психотерапевта, карти стали новим інструментом арт-терапії [23].

Метафоричні карти як інструмент арт-терапії, застосовуються психологами в індивідуальній, сімейній та груповій роботі з клієнтами будь-якого рівня освіти, без обмежень за національними і релігійними ознаками, використовуються для проективної психодіагностики, консультування та психокорекції.

На картинках зображені пейзажі, люди, тварини, ситуації з життя, об'єкти, іноді абстрактні картини або колажі. Карти можуть містити тільки зображення або зображення з картинкою, словом або фразою.

Метафоричні карти створюють атмосферу, яка сприяє глибокому спілкуванню людей, їх самовираженню, розкриттю та рефлексії. Крім того, до їх переваг відносяться: почуття довіри та безпеки, що виникають у клієнта, який сам обирає, наскільки глибоко він готовий розкритися в цей момент; створення спільного контексту для психолога і клієнта, спільної метафоричної мови при обговоренні тієї чи іншої ситуації з життя клієнта [67].

Існує багато форм роботи і технік використання проективних карт, психолог обирає ті чи інші в залежності від поставлених цілей. Загальним моментом усіх технік є те, що психолог ставить запитання стосовно актуальної для клієнта теми, а клієнт шукає відповіді на ці запитання в тому, що зображено на картці, обраною ним.

Як ми зазначали, в роботі зі старшокласниками ми застосовуємо метафоричні карти «Грошові типи особистості». В якості стимульного матеріалу для психодіагностики ми використовуємо карти з колод «Персона» та «Персоніта» та карти, на яких написані грошові типи особистості. Старшокласника просять скласти на основі запропонованих карт казку або історію. Йому пропонуються такі опорні запитання:

1. Хто зображений на цій картині?
2. Що тут зараз відбувається?
3. Про що думають ці люди?
4. Що відчуває кожен з них?
5. Чого вони бажають?
6. На що вони сподіваються?
7. Як вони ставляться до грошей?
8. Що хорошого дають їм гроші? Що поганого?
9. Що відбувалося до цього?
10. Як події будуть розгортатися в майбутньому?

Створюючи історію або казку, старшокласник буде вносити в неї «частину себе» [23].

Існує «феномен ідентифікації»: оповідач підсвідомо ідентифікує себе зі своїм героєм (грошовим типом особистості). Він розповідає про свої проблеми, ситуації, емоції, переживання, цінності, зовнішні та внутрішні конфлікти, ставлення до себе, до інших, про мотиви та бажання, сам того не підозрюючи. Цікаво, що в такому оповіданні можуть міститися події, яких не було в житті нашого клієнта, а такі події могли відбуватися з кимось з його рідних або друзів. Однак це не нівелює для нього актуальності цієї теми або проблеми. Але слід враховувати те, що поряд з індивідуальними цінностями, настановами та переконаннями в оповіданні можуть виявитися цінності та переконання, привнесені ззовні. У його оповіданні можуть відобразитися актуальні в цей момент проблеми, а можуть транслюватися конфлікти або

настанови стійкого характеру [63]. Не всі вигадані історії володіють рівноцінною діагностичною цінністю. Більш великою діагностичною цінністю, як правило, володіють історії, мало пов'язані із запропонованими картами. Мотиви, проблеми та бажання клієнта можуть виражатися символічно. Якщо тема в історіях або казках повторюється з певною регулярністю, то на неї слід звернути особливу увагу, так як вона, можливо, містить дійсно значущий для психолога діагностичний матеріал.

Зазначимо, що ідея використання МАК для психодіагностики базується на тестах Роршаха, Сонді і ТАТ. Відповідно, працюючи з проєктивними картами з метою діагностики, можна спиратися на розроблені для названих вище тестів правила та принципи.

Після діагностики логічно виникає питання психокорекції. І тут на допомогу психологу приходять також метафоричні асоціативні карти. Існує велика кількість вправ, що дозволяють вирішувати самі різні проблеми клієнтів. Інструкції з такими техніками, як правило, додаються до всіх карткових колод.

Розглянемо основні правила роботи з МАК.

1. Сприйняття карти психологом не має нічого спільного з тим, що бачить клієнт. У кожної людини своя унікальна реакція на карту.

2. У роботі з МАК клієнт сам обирає: про що йому говорити, а про що ні. Відповідно трактується те, що він готовий трактувати.

3. Проєктивні карти можна трактувати прямо, а можна за принципом антонімії. Наприклад, якщо на карті зображена банкнота, то це може означати, що зараз клієнт задоволений своїм матеріальним становищем, а може, навпаки, говорити про те, що в цей момент його матеріальне становище знаходиться в жалюгідному стані.

4. Спочатку клієнту більш доцільно запропонувати роботу з відкритими картами, а коли він буде відчувати себе комфортно, можна переходити до вибору карт всліпу.

5. У роботі з картами дуже важлива спонтанна реакція.

Важливою задачею психолога є вміння ставити запитання. У роботі з МАК виокремлюються загальні запитання – це запитання для кожної карти з будь-якої колоди, ось чому деякі психологи, наприклад, Н. Вернікова, називає їх чарівними: [23]

1. Що ви бачите на карті?
2. Які почуття у вас викликає це зображення?
3. За яких обставин ви можете відчувати ці почуття у своєму житті?
4. Який елемент на цьому зображенні привертає вашу увагу більш за все?
5. Якщо б це зображення було картиною на стіні у якоїсь людини, то що б ви могли про нього розповісти?
6. Якщо б ця карта була окремим фрагментом великого пазлу-картини, що було б на ній зображено?
7. Якщо б ця карта була картиною, яку б назву ви їй дали?
8. Якщо б ви могли управляти часом, то що б відбувалося на картині за п'ять хвилин до того, як ви бачите на зображенні зараз?
9. Як будуть розгортатися події на цій картинці?
10. Якщо б на цієї картинці з'явилася людина (інші люди), то що б вона (вони) робили?

Звернемо увагу на конкретні запитання, які розробляються для кожної окремої карти. Наприклад, як було зазначено, працюючи зі старшокласниками з картами «Грошові типи особистості», ми використовуємо колоди карт «Персона» та «Персоніта». На карті зображена людина. Ми виокремили такі запитання:

1. Що це за людина?
2. В яких умовах вона живе?
4. Який у неї настрій?
5. Який у неї темперамент, характер?

6. До чого вона прагне? Про що мріє?
7. Чи бажали б ви подружитися з цією людиною та дізнатися про неї більше?
8. Яке у цієї людини матеріальне становище?
9. Як ця людина ставиться до грошей?
10. Які емоції вона буде відчувати, якщо у неї буде багато грошей? Мало грошей?

Відповідно, якщо на картині є і люди, і пейзаж, запитання можна комбінувати, застосовуючи творчий підхід.

Отже, самою основною перевагою проєктивних карт є їх універсальність. За допомогою проєктивних карт можна працювати із самими різними запитаними, такими як: Я-концепція, сімейні проблеми, травма, самореалізація, проблеми з грошима тощо. Метафоричні карти є ключем до підсвідомості людини, оскільки активують праву півкулю мозку. Метафора допомагає самовираженню клієнта.

За допомогою асоціативних карт «Грошові типи особистості», яку ми пропонуємо використовувати в роботі зі старшокласниками, молода людина може усвідомити своє несвідоме ставлення до грошей, ознайомитись зі своїми переконаннями та настановами стосовно грошей, визначити свій грошовий тип особистості, а також знайти ресурси для побудови благополучних відносин з грошима.

2.7. Мотивуючі тренінгові практики для дорослих як агентів економічної соціалізації учнівської молоді

У світлі вищесказаного актуальним залишається питання підготовки дорослих (батьків, педагогів, шкільних психологів) свідомо і цілеспрямовано організувати соціалізуючий простір, який би опосередковував розвиток економічної суб'єктності дитини.

Представимо методичну розробку, спрямовану на психологічну підготовку батьків як агентів економічній соціалізації дітей шкільного віку. Аналіз останніх публікацій з проблеми свідчить про відсутність у психологічній практиці акценту на залученні дорослих до справи розвитку економічної культури дітей, зокрема шкільного віку. Відповідальність за цю роботу найчастіше покладається на педагогів, зокрема вчителів географії, рідко - на шкільних психологів. Поміж тим ми провадимо ідею щодо організації системи соціалізуючих впливів на особистість дитини, зокрема - щодо вибудови шкільного/позашкільного освітнього простору за принципами соціально-психологічного простору особистості, який органічно опосередковує становлення і апробацію економічного досвіду дитини.

Основним інструментом соціалізуючого впливу вважаємо інтеріндивідні, суб'єкт-суб'єктні форми економічних практик [35]. У нашому випадку йдеться про ярмаркування як такий тип активності спільноти, що інтегрований в сучасну культуру взаємин привласнення-відчуження, користування, розпорядження, володіння економічними благами. Тобто, наші зусилля спрямовані на опис даної методичної розробки не просто як мотивуючої акції для батьків. Це наближення до ярмаркування як до культурного явища. Йдеться про те, щоб розглянути ярмаркування не стільки як мотивуючий тренінг для дорослих, але як практику, основні смисли якої вкорінені в економічній культурі українців. Ярмарок, давно ставши традиційним способом економічної діяльності, є фоною економічною практикою українців. Його основними ознаками з часів Давньої Греції є публічність, регулярність, масштабність, прив'язаність до одного місця, святковість, оптовий характер. Однак ярмарок соціалізуючих ідей для батьків пропонується не як рутинна, а як креативна мотивуюча практика. Вона розроблена як форма взаємодії дорослих у публічному просторі освітнього закладу з приводу розвитку дітей. Вона охоплює велику кількість учасників, ініціює публічне обговорення проблем цілеспрямованого впливу на дитину і концентрується навколо бажаної моделі соціалізованої дитини як спільно

значущої норми. У такій масовій акції народжується інтуїтивне розуміння спільнотою дорослих того, як саме слід осмислювати цілеспрямований вплив на особистість дитини, орієнтуючись при цьому на певні норми. Регулярно практикуване, ярмаркування може перетворюватись на спосіб забезпечення соціального порядку, зокрема, відносин у школі: «вчителі-батьки», «психологічна служба - батьки», «батьки - діти» тощо.

У той же час ярмарок запропонований до апробування в психолого-педагогічній діяльності як креативний спосіб «самовиробляння» [138] дорослих як суб'єктів впливу на дітей. Вважаємо, що пропонуване ярмаркування є доцільним для соціалізації самих дорослих способом виходу за межі шкільної і сімейної повсякденності у спілкуванні з дітьми. Це прорив від стереотипних форм напучування і навчання (наприклад, як бути споживачем товарів чи послуг) до нових, ризикованих, несподіваних форм взаємин з дітьми. Це багато в чому практика конструктивна [138, с.19], спрямована на перетворення освітнього простору на соціалізуючий, в якому органічно формується особистість дитини - майбутнього успішного суб'єкта економіки. Тож саме на підвищення вмотивованості батьків розвивати у себе здатності агентів соціалізації дітей спрямована наша методична розробка.

«Ярмарок ідей по вихованню успішного господаря для зацікавлених батьків» апробований у кількох закладах загальної середньої освіти м. Києва. *Метою* ярмаркування є підвищення вмотивованості батьків дітей шкільного віку бути суб'єктами формування економічної культури дітей. *Завданнями* були: 1) інформувати батьківську спільноту загальноосвітнього закладу освіти про започаткування заходів, спрямованих на розвиток економічної культури учнів; 2) сприяти усвідомленню батьками необхідності розвитку дитини як економічно культурної людини; 3) вмотивувати батьків брати участь у заходах по запобіганню ризикованим формам економічної поведінки серед школярів.

Загальна структура заходу розроблена, з одного боку, за класичною схемою будь-якого соціально-психологічного тренінгу [21;40;81], з іншого -

згідно з ідеями про структуру ярмарку як масового заходу, як торгу, місця для публічного оптового обміну ідеями.

Ярмаркові передувє ретельний **підготовчий етап** («підторжжя» - торгівля ідеями напередодні ярмарку), призначений для інформування дорослої спільноти школи про започаткування проекту з розвитку економічної культури учнів. Оголошено запрошення батьків до співпраці з шкільною психологічною службою. В результаті міні-виступів психологів складено списки учасників першого циклу семінарів-тренінгів від кожного класу.

З метою найбільш широкого інформування батьківської спільноти про програму і сутність проекту на **основному етапі** (під час «торгу») було запропоновано провести одночасно кілька ярмаркових майстерень (за різним проблемними напрямками, але об'єднаних однією темою (виховання дитини як успішного господаря) і формою (ярмарок соціалізуючих ідей). Організація роботи ярмаркових тематичних підрозділів, проблемних груп - майстерень - за спільною схемою: вступний етап, створення працездатності групи, етап лабілізації, конструктивний етап та підсумковий етап.

Майстерня 1. «Ризиковані форми економічної поведінки дитини». Примітним в організації ярмаркових майстерень було те, що їх початкові етапи (вступний, створення працездатності групи) були ідентичними, що спрощувало підготовку та ведення.

Так, на *вступному етапі* цієї та інших майстерень відбувалось знайомство учасників один з одним та ведучим, оголошення мети майстерні, обговорення правил взаємодії в групі, очікувань учасників.

На *етапі створення працездатності групи* проводилась традиційна групова вправа на підняття енергії в групі. Окремо спланованими для кожної з майстерень були наступні заходи на *етапі лабілізації*. Так, в рамках даної майстерні ведучий ініціював і фаси літував: 1) роботу 5-ти міні-груп, спрямовану на осмислення того, що таке борг, крадіжка, азартні ігри і тоталізатори, шахрайство та відкрите вимагання грошей серед дітей (збір і

узагальнення асоціацій на відповідні слова-стимули від кожної групи); 2) групову дискусію щодо осмислення спільних для усіх видів активності рис, характеристик, які зумовлюють їх ризикований характер.

Конструктивний етап передбачав поетапне дослідження в міні-групах: 1) причин виникнення, 2) прояву окремої форми поведінки серед учнів, способів її запобігання та 3) з'ясування попереднього плану дій батьків та вчителів з профілактики названих ризикованих форм економічної поведінки дітей. *Підсумковий етап*: з'ясування міри вмотивованості батьків брати участь у профілактиці, запобіганні ризикованих форм економічної поведінки своїх дітей: індивідуальне «зважування» своєї готовності брати участь у реалізації планів за шкалою від 1 до 10 балів, а також складання списків виконавців намічених планів.

Майстерня 2. «Гроші в дитячій кишені - журавель чи синиця в жмені?». *На етапі лабілізації* в ході групової дискусії з'ясовувалось, чи потрібні дитині кишенькові гроші. На цій основі учасники розподілились на дві міні-групи, які віднаходили аргументи і контр-аргументи: гроші - це добро чи зло для дитини. *На конструктивному етапі* учасники грали в ділову гру «Основні мої потреби в дитинстві», в ході якої на основі осмислення свого дитячого досвіду та досвіду спілкування зі своїми дітьми з'ясовувалось місце грошей в ієрархії дитячих потреб, їх роль у становленні особистості як активного учасника ринкових відносин. Була підготовлена «пам'ятка для батьків» учнів різного віку щодо підтримки монетарних потреб дитини, розмірів та форми відповідно до віку дитини. *На підсумковому етапі* з'ясовувалась міра вмотивованості батьків брати участь у реалізації пам'ятки: індивідуальне «зважування» своєї готовності за шкалою від 1 до 10 балів, а також складання індивідуальних планів щодо реалізації пам'ятки.

Майстерня 3. «Від дитячої забави до відповідальної справи: підписуємо хартію розподілу домашніх обов'язків». *На етапі лабілізації* з'ясовувались уміння дорослих організувати сімейні справи згідно з

існуючими потребами та наміченими планами. *На конструктивному етапі* проводилась гра «Підписання хартії про розподіл обов'язків між членами сім'ї». Сутність гри: учасники розподілялись на групи-сім'ї, в яких розподілялись ролі батьків та дітей. Кожна «сім'я» складала детальний список сімейних справ на тиждень та розподіляла їх між членами сім'ї як обов'язкові до виконання протягом тижня. Так утворювалось кілька наборів таких обов'язків, відповідно до кількості членів сім'ї. Після цього у колі сім'ї почергово з кожного набору кожен обов'язок «зважувався» у балах від 1 до 100, де за 100 балів приймається вага усього списку сімейних обов'язків. Процедура «зважування» тривала доти, поки на столі не залишалось жодного незваженого обов'язку. *Підсумковий етап* передбачав підписання кожним з членів сім'ї хартій про виконання обов'язків, які вони виконують щотижнево в сім'ї. Наприкінці гри учасники отримали рекомендацію не порушувати принципів демократії і діалогізму в її проведенні, а також апелювання до підписаних хартій у разі відмови виконувати взяті на себе зобов'язання кимось із членів сім'ї (зокрема, дітьми).

Майстерня 4. «Від дитячої суверенності до економічної незалежності». *На етапі лабілізації* учасники з випадковим принципом були розподілені у 3 міні-групи по 3-4 учасника, в яких ролі розподілялись так: дорослий, дитина, спостерігач(і). Кожен «дорослий» отримав інструкцію наполягати на певних діях «дитини», згідно з чим порушувались у першій групі - права дитини на власний простір, територію; у другій групі - на власний вибір, з ким дружити / не дружити; у третій - на власні гастрономічні вподобання. Суть гри полягала в тому, що обговорювалась конфліктна ситуація, коли позиції дорослого члена сім'ї та дитини були протилежними, а дійти єдиної точки зору необхідно. «Дорослий» повинен переконати «дитину» у своїй правоті, знайти правильні аргументи на свою користь. «Дитина» мала відстоювати свою думку у спілкуванні з «дорослим». Гра вважалась завершеною, якщо усі сторони сходились у спільному рішенні. «Спостерігач» мав фіксувати факт «перемоги» позиції «дорослого» чи

«дитини» і час, який пішов на це. Особливо наголошувалось на тому, щоб кожен з учасників відмічав свої почуття, переживання, які супроводжували їх під час гри, а також якими були способи уникнути небажаних переживань. Наступним етапом було перевірити, якою мірою тиск «дорослого», його ігнорування прав і свобод «дитини» вплинув на здатність «дитини» приймати дорослі рішення. З цією метою було створено 2 групи: «дорослих» і «дітей» з тих учасників, хто виконував відповідні ролі на попередньому етапі. Кожна група змагалась з іншою у тому, хто з них першим вирішить ділову задачу. Як результат виявилось, що беззаперечною була перемога групи «дорослих», у той час, як в групі «дітей» було три різних рішення - і всі неправильні.

Конструктивним етапом передбачалось осмислення отриманого досвіду фрустрації потреби дитини у особистій власності (у території, у власних речах, смаках, соціальних контактах тощо) і впливу цього факту на розвиток приватності дитини, її суверенності та на формування функції, притаманної зрілій особистості, - уміння приймати оптимальне рішення у проблемній життєвій ситуації, спираючись на власні інтенції. З'ясовувались також шляхи підтримки «Я» дитини, сприяння розвитку її суверенності та самостійності у прийнятті зважених рішень. *На підсумковому етапі* всі учасники готували «пам'ятку для батьків» щодо підтримки суверенності і приватності дитини, а також «зважували» свою готовність приділяти особливу увагу приватності дитини.

Майстерня 5. «Праця неповнолітніх: усі «за» та «проти». Диспут-студія для батьків». *На етапі лабілізації* учасники групи добровільно розподілялись у дві групи: ті, хто підтримує / не підтримує ідею права дитини на працю. Кожна група 3 хвилини готувала аргументи на користь своєї тези щодо дитячої праці. Потім у ході гри «Шнуровка» обидві групи обмінювались аргументами. Виграла група, яка знаходила більшу кількість аргументів: це були аргументи на користь праці учнівської молоді. Основний висновок гри - учні мають отримувати досвід оплачуваної праці, але за певних умов. Умови дитячої праці обговорювались на *конструктивному*

etani майстерні: в ході міні-лекції учасники були ознайомлені з положеннями Кодексу законів України про працю, які стосуються праці неповнолітніх. Після чого склався: 1) перелік умов, за яких батьки згодні підтримувати матеріально своїх дітей, у тому числі - їхню працю, або підтримувати їх прагнення найманої праці де-інде; 2) перелік заходів щодо запобігання работоргівлі та експлуатації дитячої праці.

Заключний етап заходу або розторжжя проводився як презентація напрацювань кожного з творчих напрямів ярмарку на спільному засіданні учасників усіх майстерень. Основним завданням цього етапу було ознайомлення з доробком кожної з груп та мотивування усіх учасників проінформувати про це більш широку батьківську спільноту (на подальших батьківських зборах).

Підсумовуючи, зазначимо, що батьківська спільнота загальноосвітнього закладу має великий соціалізуючий потенціал для розвитку економічної культури учнів в якості дієвих агентів соціалізуючого впливу на своїх дітей. Але виконання батьками соціалізуючої функції потребує розвитку психологічної готовності і вмотивованості до її реалізації. Запропонована практика ярмаркування виявилась ефективною у справі мотивування батьківської спільноти до активнішої участі у розвитку економічної культури школярів, у підтримці їх приватності і суверенності як однієї з вирішальних умов становлення їх як зрілих суб'єктів зважених економічних рішень. Ярмаркування показане як мотивуючий тренінг для дорослих і як практику, основні смисли якої вкорінені в економічній культурі українців. Це такий тип соціально-економічної активності, який інтегрований в сучасну культуру взаємин привласнення-відчуження, користування, розпорядження, володіння економічними благами. Його інтерсуб'єктивний характер цілковито відповідає вимогам соціалізуючої практики. А публічність, масштабність, прив'язаність до одного місця, святковість, оптовий характер ярмаркування втілює цінності економічної культури українців.

Ефективність мотивуючої тренінгової практики для дорослих як агентів економічної соціалізації учнівської молоді «Ярмарок ідей по вихованню успішного господаря для зацікавлених батьків» оцінювалась у двох форматах: 1) за результатами «зважування» вмотивованості учасників бути агентами змін в економічній свідомості своїх дітей; 2) за результатами анкетування, проведеного після заходу.

Процедура «зважування» вмотивованості учасників бути агентами соціалізації полягала у самооцінюванні власної готовності діяти відповідно до прийнятих в ході ярмаркування зобов'язань за шкалою від 1 до 10 балів, де 1 бал означав відсутність готовності, а 10 балів – цілковиту готовність (див.процедуру: [81, с. 206]).

Після співставлення результатів «зважування» вмотивованості батьків брати участь у подальших заходах (згідно з тематикою майстерні) з відповідними показниками, виявленими до проведення ярмарку (табл.2.1) виявлено таке.

Таблиця 2.1.

Результати «зважування» вмотивованості батьків бути агентами економічної соціалізації дітей, середній бал

№ п/п	Вмотивованість бути агентом соціалізації у питаннях	Рівень вмотивованості на етапі підтримки, сер.бал	Рівень вмотивованості на етапі розгорження, сер.бал	Критерій t-Стюдента	Критичне значення критерія t-Стюдента	Ступені свободи	Рівень значущості
1	Запобігання ризикованим формам економічної поведінки (майстерня 1)	4,8	8,7	3,91	3,85	20	0,001
2	Розвиток умінь оперувати грошми (майстерня 2)	8,0	9,3	3,11	2,68	12	0,02
3	Розвиток відповідальності дитини щодо обов'язків у сім'ї	6,7	9,6	2,15	2,07	22	0,05

	(майстерня 3)						
4	Підтримка приватності і суверенності дитини (майстерня 4)	8,2	9,3	3,0	2,97	14	0,01
5	Участь у трудовій соціалізації дитини (майстерня 5)	5,7	9,8	3,59	2,92	16	0,01

Від 86% (майстерня №5) до 100% (інші майстерні) учасників продемонстрували зростання готовності діяти як агенти економічної соціалізації учнів, показавши від 8,7 до 9,8 балів вмотивованості (рівень оптимальний).

За результатами опитування, проведеного після ярмарку, батьки цілковито (97% опитаних) усвідомлюють необхідність обговорювати зі своїми дітьми питання, озвучені на цьому заході, та відчують потребу (99%) в економічному вихованні дітей у школі. Підкреслено важливість подібних заходів для учасників: переважна більшість (90%) батьків висловила потребу брати участь у подібних заходах в майбутньому. Актуальними для більш глибокого обговорення були питання: раціонального споживання дітей, оперування грішми, моралі в економічній діяльності та виховання економічної суб'єктності у школярів.

Підсумовуючи зазначимо, що батьківська спільнота загальноосвітнього закладу має великий соціалізуючий потенціал для розвитку економічної культури учнів в якості дієвих агентів соціалізуючого впливу на своїх дітей. Запропонована практика ярмаркування виявилась ефективною у справі мотивування батьківської спільноти до більш активної участі у розвитку економічної культури школярів.

2.8. Наставництво у соціально-психологічному забезпеченні економічної соціалізації учнівської молоді

Згідно з критеріями соціалізуючої практики нами розроблено такі засоби соціалізуючого впливу як економічне наставництво у взаєминах «дорослий-учень». Соціалізація дитини як потенційного суб'єкта економіки, щонайперше, пов'язана з досвідом оперування особистими благами [138]. Вони становлять неабияку частину особистого простору дитини і відіграють важливу роль у задоволенні базових потреб, у тому числі – потреби у власності [159;84]. Поза досвідом успішного задоволення цієї потреби навряд чи слід очікувати розвитку підприємливого хисту дитини. Тому актуальною в теоретично-науковому і практичному плані залишається проблема розробки таких соціалізуючих методів, які б ефективно забезпечували процес цілеспрямованого формування економічної культури дитини у просторі особистої власності. Взагалі проблема соціально-психологічного забезпечення процесу цілеспрямованого формування психологічної культури сучасної молоді віднедавна перебуває у фокусі уваги вітчизняних психологів [34;60;80;89;98]. Вивчаються теоретичні аспекти соціальних практик [109; 138]. Однак малорозробленими залишаються питання соціально-психологічних практик розвитку економічної культури дитини. У зв'язку з цим розглянемо економічне наставництво як соціалізуючу практику.

Вимоги сучасного суспільства до кожного, хто включається у ринкові відносини, на думку багатьох дослідників [34;60;80;89;98], є цілковито визначеними. Саме підприємливий тип особистості забезпечує економічне благополуччя в сучасному суспільстві. У формуванні підприємливої особистості неабияку роль відіграють різні агенти впливу: від найближчого мікросоціального оточення, як-то батьки й однолітки, так і більш широке коло тих, у стосунках з ким дитина набуває ґрунтовнішого досвіду обміну

життєвими, а надалі – економічними, благами. Результатом такого впливу, часто доволі стихійного, є економічна культура особистості.

Під останньою в широкому сенсі розуміємо об'єктивованій у речовій (майно, предмети мистецтва і т.п.) та духовній (знання, ідеї, проекти тощо) формах суспільний економічний досвід людства, який зберігається у відторгнутому від суб'єкта матеріальному чи духовному вигляді й засвоюється в процесі економічної соціалізації. Окрім матеріальних артефактів культури, цей досвід виявляється у висловлених оцінках і ставленнях, виражається у вольових актах, прийнятих рішеннях, економічних діях [107]. Саме такий досвід оперування, переживання і взаємодії з іншими щодо предметів особистого володіння у стосунках спочатку з найближчим, а потім і більш широким соціальним оточенням становить основу підприємливості дитини. Попередні наші дослідження свідчать про те, що такі предмети особистого володіння становлять особистий психологічний простір дитини [див.34;103] (рис. 2.1) і стають найпершою умовою і чинником формування підприємливих якостей. Предмети особистого володіння важливі для осягнення дитиною ціннісних основ економіки: а саме, можливості бачити себе у «своєму» - в усьому, що особисто притаманне і належне собі (латинське *suum*), включаючи життя і свободу [9; 103].

Саме в дитинстві ми набуваємо першого досвіду бути ідеальними власниками, оскільки тільки тоді, оперуючи усім тим, що цінуємо і на що маємо право, ми безкорисливо реалізуємо своє панування у світі [9]. На прикладі дитячої колекції листівок чи марок, які, на думку Бодрійяра [11], слід вважати ідеальним об'єктом володіння, розглянемо зв'язок досвіду володіння з основами економічної культури особистості. У повсякденному житті такі колекції - приклад жагучого, пристрасного ставлення до предмета. Він емоційно не байдужий, його втрата часто розглядається як втрата себе, втрата матеріалізованих зв'язків з соціальним оточенням. Він важливий для формування і підтримки відчуття, з одного боку, своєї належності до певної

спільності, є матеріальною демонстрацією соціальної ідентичності особистості, являють собою елемент його «розширеної індивідуальності», що дуже вагомо у цьому віці.

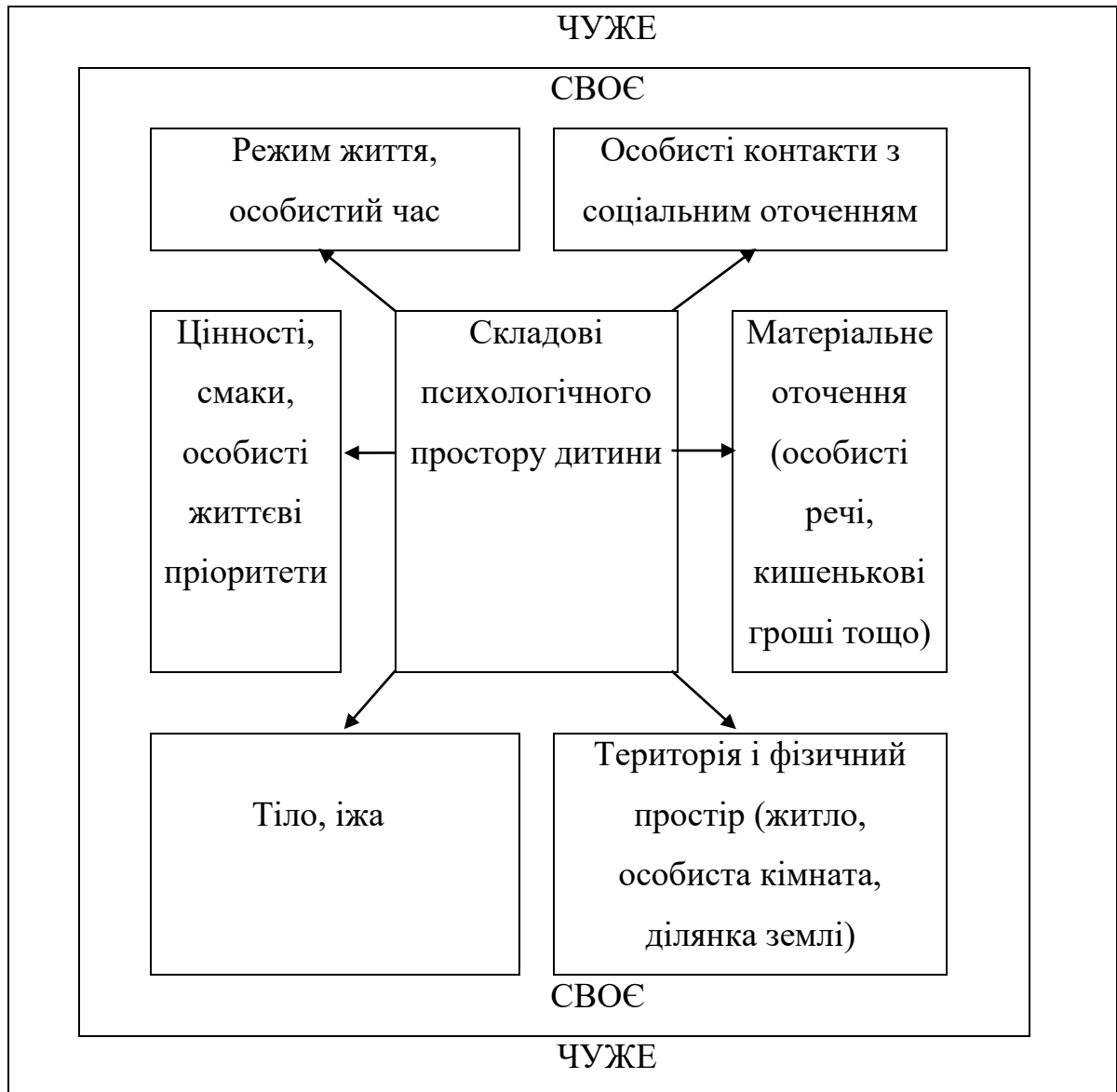


Рис.2.1. Особистий психологічний простір дитини

З іншого боку, дає відчуття свободи, є умовою формування досвіду суб'єктної активності. Уільям Джемс писав, що особистість людини у найширшому сенсі становить загальна сума усього того, що вона може назвати своїм: не лиш її фізичні чи душевні якості, а також її плаття, її

будинок тощо. Він відмічав і складність проводити межу між тим, що людина називає своїм і собою, зазначаючи, що наші почуття і вчинки стосовно окремих речей, які становлять нашу приналежність, значною мірою схожі на почуття і вчинки стосовно нас самих. У зв'язку з цим про змішану природу особистості говорить С.Нартова-Бочавер [103]: думки, почуття, дії, власність – усе це входить у переживання цілісного людського буття.

Практикування в дитинстві відносин «своє-чуже» - не що інше, як досвід особистої власності, аналог якому знаходимо в історичній ретроспективі як процес виділення особистістю самої себе із общинної маси, не заперечуючи при цьому колективного володіння, процес актуалізації «власного», «особистого» із «невласності» [9]. Саме у відносинах особистої власності в дитинстві формується і розвивається ставлення дитини до економічної дійсності.

Вирішальну роль в цьому процесі відіграють дорослі, зокрема батьки. Посилення соціальності, на думку Титаренко Т.М [138], у нашому випадку – і підприємливості, досягається за рахунок освоєння нових практик взаємодії, щонайперше, з дорослим оточенням. Перевіряючись на ефективність, спільні для багатьох практики стають дієвим інструментом діалогу з оточенням, побудови оновленої ідентичності, структуризації життєвих подій. Важливим для соціалізації дитини є практикування як діалогів і співробітництва, так і автономії і конкуренції, але усе це - в інтерсуб'єктивному просторі взаємин зі значущим оточенням. Прикладів таких практик безліч: ігрові, тренінгові, робота у групах тощо. Окреслимо переваги економічного наставництва у справі розвитку економічної культури молоді.

Ідея фінансового наставництва як усвідомлюваної дорослими, зокрема родини, та цілеспрямованої форми економічної соціалізації дитини, яка протистоїть стихійним способам соціалізації, рефреном звучить в книзі Джолайн Годфрі [28]. Автор детально показала усі етапи і напрями наставницького супроводу дорослими процесу входження дитини у економіку. Принагідно зауважимо й сутність психологічної, та, зокрема,

соціалізуючої практики. За визначенням В.Г. Панка [109], психологічна практика є специфічно людським видом активності, що передбачає виявлення і узагальнення закономірностей внутрішнього світу і поведінки людини (або груп людей), розробку та застосування специфічних методів і прийомів впливу на поведінку та психіку інших. Проаналізувавши праці вітчизняних психологів, присвячені питанням психології практик життєконструювання [138], соціально-психологічного [99], соціалізувального впливу [137], ми дійшли висновку про те, що *соціалізуюча практика* є одним із видів психологічних практик, а саме – соціально-психологічних, ознаки яких подані нами вище.

За такого практикування економічної взаємодії інститут економічного наставництва може прислужитись меті нівелювання впливу стихійних чинників на становлення підприємливої особистості дитини. З'ясуємо основні ознаки економічного наставництва як соціалізуючої практики.

Агентами, суб'єктами впливу в ході такої практики має стати, щонайперше, доросле найближче значуще оточення дитини. Змістом його діяльності є не навчання, не стільки передача економічних знань, скільки залучення дитини до сімейних традицій ведення господарства і сімейного бюджету, до сфер зайнятості тими шляхами і методами, які дозволяють використовувати родинні ресурси для вирішення економічних проблем.

Наставництво чи-то тьюторинг – практика, яка складалась паралельно з розвитком культури викладання і навчання. У перекладі з англійської «tutor» - це педагог-наставник, домашній вчитель, репетитор, що надає приватні уроки. Етимологія цього слова (лат. tueor – турбуватись, оберігати) пов'язана з поняттями «захисник», «покровитель», «сторож». Менторинг як ще одне означення наставництва походить своїм корінням в добу Античності [167]. Термін «ментор» вперше згадується в «Одиссеї» Гомера, коли Одиссей довірив Ментору виховання сина на час подорожі до Трої. З того часу і протягом сотень років термін «менторінг» («наставництво») застосовувалося головним чином стосовно виховання

наступних поколінь. Зокрема одним із найвідоміших менторів став Аристотель — наставник Олександра Македонського. Згодом ідея зіставлення досвіду та його передачі молодому поколінню перейшла на виробництво та втілилася за часів Середньовіччя у форму взаємин та соціально-виробничої взаємодії «майстер—учень», що швидко і продуктивно розвивалися у ремісничих спеціальностях. Наставник приймав здібного учня і розкривав йому всі аспекти своєї роботи [114].

У науковому плані наставництво як форму і технологію навчально-виховної діяльності розроблено мало, однак вона широко використовується на практиці і отримала позитивний резонанс. В організаційній психології наставництво визначають [114, с.117] як систему злагоджених взаємозв'язків між молодими та досвідченими співробітниками в процесі передачі знань, умінь і трудових навичок, що проявляється у формі індивідуального чи колективного, формального чи неформального шефства, нерозривно пов'язаного з професійною підготовкою, адаптацією молодих працівників і розвитком їх трудового потенціалу.

Наставництво визнається однією з форм підтримки дитини з боку референтної дорослої людини, яка виявила бажання присвятити свій час, знання й сили дитині, яка створює умови для її повноцінного розвитку, виконує важливі функції консультанта, друга, старшого товариша, батьків та виконала відповідну підготовку до цієї справи [3;139], яка сприяє індивідуалізації [71] процесу економічного просвітництва серед молоді. У наставництві якнайскравіше втілений принцип співробітництва і діалогізму, застосовуваний у соціалізуючих практиках. Оскільки наставник не управляє чи цілковито контролює дитину, в співробітничас, спрямовуючи траєкторію розвитку її економічної культури.

У нашому дослідженні *економічний наставник* дитини – це людина з її найближчого оточення, яка забезпечує супровід індивідуальної траєкторії розвитку економічної культури дитини. У зв'язку з цим на наставника покладається велика відповідальність, оскільки він створює умови для

неперервного контрольованого зростання дитини як суб'єкта економічної діяльності. Він має усвідомлювати цілі, форми і методи такого впливу, а також мати особистісні ресурси та інструменти для його здійснення.

Своєрідність діяльності дорослого наставника [4] полягає у тому, що вона, здійснюючись у повсякденному житті, органічно суміщає в собі і буденне спілкування і соціалізуючий вплив, що, у свою чергу, забезпечує її ефективність.

Метою наставництва є сприяння і супровід процесів пізнання дитиною закономірностей економічних відносин, оцінки цих відносин та формування ставлення до себе та інших у економіці і відповідних ефективних стратегій економічної поведінки та забезпечення надалі самостійної і ефективної самореалізації дитини в якості суб'єкта економічних відносин. Основними завданнями економічного наставництва є надання психологічної та моральної підтримки у долатті труднощів, пов'язаних з виконанням економічних ролей споживача, надавача окремих послуг, платника податків, благодійника, волонтера, інвестора тощо; створення умов для ефективного досягнення необхідного для певної стадії соціалізації рівня розвитку підприємливості дитини; сприяння формуванню позитивної внутрішньої мотивації економічної діяльності дитини; практикування паритетності і приватності у взаєминах; сприяння набуттю дитиною досвіду діалогування і співробітництва в економічній сфері.

За результатами опитування, проведеного серед вчителів школи № 329 «Логос» та спеціалізованої школи № 274 м. Києва, було визначено основні форми економічного наставництва: розмова, екскурсія, економічні ігри, розв'язання пошукових, практичних задач, наприклад, спільне планування, реалізація і коригування особистого бюджету, організація економічного клубу з однолітками тощо. У класифікації різних методів, технологій та прийомів економічного наставництва ми спираємось на вже існуючі в наукових працях [71; 17]: методи проблемного навчання, проектні методи, психодіагностичні методи, методи аналізу та самоаналізу, технології

групового та індивідуального консультування, тренінг, коучинг. У діяльності економічного наставника незайвими будуть такі інструменти, як пам'ятка наставника, навчальні й методичні матеріали для нього, план заходів з наставництва.

Економічне наставництво за будь-яким з названих напрямів може здійснюватись згідно з такими *етапами*:

1. Орієнтаційний етап: актуалізація очікувань наставника стосовно компетенцій підприємливості дитини, співвіднесення їх з очікуваннями, потребами, віковими можливостями, досвідом дитини; аналіз цілей супроводу і визначення актуального напрямку розвитку економіко-психологічних якостей дитини; планування відповідних сумісних дій. Роль наставника на цьому етапі провідна. Основні напрями діяльності – аналіз, діагностика, проектування, узгодження.
2. Активізуючий етап – усвідомлення усіма учасниками взаємодії основних труднощів та ресурсів на шляху до розвитку підприємливості, формування у дитини настанов на продуктивну співпрацю і саморозвиток. Основна роль наставника – мотивування, просвітництво та активне залучення дитини до усвідомлення вимог до дитини у певній економічній ролі, особистісних ресурсів та можливостей. Основні напрями діяльності – вмотивовування дитини, організація вибору найбільш ефективних її дій, конкретизація проблем, сприяння усвідомленню ресурсів тощо.
3. Розвивальний етап – сумісна діяльність наставника і підопічного (у форматі короткострокового чи пролонгованого супроводу) щодо відпрацювання окремих економічних умінь. На цьому етапі роль наставника другорядна, консультативна, допоміжна, а самостійність дитини - максимальна.
4. Корекційний етап – аналіз ступеня успішності супроводу, діагностика і самодіагностика динаміки ознак підприємливості

дитини, корекція дій дитини. На даному етапі роль наставника ініціаторська, коригуюча.

5. Рефлексивний етап – підведення підсумків співробітництва, уточнення областей успішності та досягнень дитини у визначених напрямках економічної діяльності, означення напрямів подальшого розвитку економіко-психологічних якостей дитини у співробітництві з наставником.

Результатом наставницької діяльності мають стати показники підприємливості дитини, а саме: її ініціативність, наполегливість, готовність до ризику, цілеспрямованість, управлінські здібності, незалежність, самовпевненість, прагнення до самореалізації, поінформованість, відповідальність.

Оскільки наставник як агент соціалізуючого впливу має володіти необхідними для цього знаннями і досвідом, уміти передавати їх дитині та бути вмотивованим до цієї діяльності, то очевидно є необхідність спеціальної підготовки.

Наведемо результати перевірки ефективності однієї з наших тренінгових розробок, спрямованих на вмотивування і розвиток особистості дорослого як економічного наставника.

На *вступному етапі* відбувалось знайомство учасників один з одним та ведучим, оголошення мети майстерні, обговорення правил взаємодії в групі, очікувань учасників. На *етапі створення працездатності групи* - групові вправи на підняття енергії в групі. На *етапі лабілізації* ведучий ініціював роботу 3-х міні-груп. Інструкція учасникам: «Протягом 5 хвилин пропоную обговорити в групах окремі питання. Перша група обговорює питання: «Який портрет економічно успішної людини (розвитку яких якостей у наших дітей потребує сучасна економіка?), друга група – «Що нам з вами потрібно знати, аби сприяти економічному успіхові своїх дітей?», третя група – «Що нам з вами потрібно уміти, аби сприяти економічному успіхові своїх дітей?».

Через п'ять хвилин групи обмінюються інструкціями за часовою стрілкою (і так два раунди ще по 5 хвилин). Таким чином, був організований мозковий штурм навколо актуальних питань економічної соціалізації дітей.

За результатами дискусій у групах був складений портрет економічно успішної людини, структурований у таких основних смислових одиницях (табл. 2.2)

Таблиця 2.2

Портрет економічно успішної людини очима батьків

	Смислові одиниці	
1.	Індивідуальні якості	Енергійність, здатність приймати ризиковані рішення, стресостійкість, врівноваженість, інтелект, творче мислення.
2.	Моральні якості	Справедливість, чесність.
3.	Соціально-психологічні якості	Ініціативність, мовна і комунікативна компетентність, дипломатичність, організованість, здатність управляти часом, активна позиція.

Аналізуючи результати групової роботи, ведучий констатував те, що усі названі ними якості в цілому співпадають з основними складовими підприємливої людини: 1. *Потреба в досягненнях* (завбачливість; самодостатність; оптимізм; енергійність; наполегливість та рішучість; зорієнтованість на результат; ретельність; самовпевненість. 2. *Потреба в автономії* (здатність робити щось нетрадиційне; працювати наодинці; робити усе по-своєму; говорити усе, що думаєте; не схилитися під тиском групи; проявляти впертість та цілеспрямованість; не піддаватися тиску наказів; вирішувати усе самостійно. 3. *Творчі здібності* (схильність до нового, невідомого; мрійливість; здогадливість і розвинута інтуїція; очікування виклику, змагання; багато ідей; допитливість). 4. *Вміння йти на зважений ризик* (адекватна оцінка власних можливостей; оцінка скоріше вигоди, ніж можливості поразки; діяти в умовах неповної інформації; прийняття складних, але досяжних цілей; не надто висока амбіційність). 5.

Цілеспрямованість та рішучість (не покладання на долю, випадок; співставлення результатів з докладеними зусиллями; здатність контролювати свою долю; впевненість у собі і у своїх діях; творення власного успіху своїми руками; використання можливостей; прояв значної наполегливості при досягненні поставленої мети).

Пропозиція ведучого оцінити свої знання і уміння за 10-бальною шкалою забезпечувати розвиток цих якостей у дитини показала, що лише 36% учасників впевнені у своїх уміннях. Отже, всі відмітили необхідність розвинути власний хист з економічного виховання.

На конструктивному етапі учасники працювали над двома завданнями:

1. У чому мають бути обізнані батьки, аби сприяти вихованню економічно успішної дитини?
2. Що має вміти батько/мама, аби сприяти вихованню економічно успішної дитини?

В результаті було отримано такі 2 блоки інформації щодо наставницького досвіду і напрямів виховного впливу на особистість дитини (табл.2.3). В ході аналізу групової роботи ведучий підсумував напрацювання та запропонував заповнити анкету щодо можливих напрямів теоретико-практичної підготовки батьків з економічного наставництва дітей.

Таблиця 2.3

Вимоги до особистості економічного наставника

Знання	Уміння
Вікові закономірності розвитку дитини	Аналізувати, планувати зміни в особистості дитини
Закономірності формування економічної свідомості в різні вікові періоди	Організовувати, спонукати дитину до змін
Психологічні основи партнерських взаємин з дитиною	Бути зацікавленим у розвиткові дитини і впливати на її розвиток

Психологічні основи ділових стосунків в економіці	Контролювати зміни в дитині
Основи підприємництва	Прогнозувати зміни в дитині, бути готовим до самозмін

Підсумковий етап був спрямований на усвідомлення учасниками основних вимог та напрямів підготовки учасників здійснювати економічне наставництво (табл. 2.4).

Порівнявши отримані результати опитування учасників тренінгу з основними положеннями щодо наставництва [71;17], робимо висновки про те, що на рівні здорового глузду уявлення батьків про задачі і напрями цього виду діяльності цілком адекватні й можуть становити основу їх готовності бути агентами економічної соціалізації дитини.

Таблиця 2.4.

Структура вимог до ролі економічного наставника та напрямів відповідної підготовки

Вимоги до наставника (компетенції)		Основні напрями підготовки наставника
Вимоги до знань	Вимоги до умінь	
Аналітико-прогностичні	Гуманістичні ціннісні орієнтації	Культура особистої власності
Організаційно-мотивуючі	Знання вікових психологічних закономірностей становлення особистості в дитинстві	Культура споживчої поведінки (сім'ї та окремих її членів)
Розвивальні	Знання закономірностей формування економіко-психологічних якостей дитини	Монетарна культура (культура відносин, опосередкованих готівкою, кишеньковими грошми)
Контрольно-рефлексивні	Знання та досвід співробітництва та конструктивного впливу на особистість дитини	Культура особистої власності
		Фінансова культура (культура відносин, опосередкованих віртуальними грошми)
		Культура благодійництва
		Податкова культура

		Культура зайнятості, зокрема і культура підприємництва тощо
--	--	---

Підсумовуючи, визначимо економічне наставництво як одну з форм підтримки і супроводу індивідуальної траєкторії розвитку економічної культури дитини в руслі традиційних економічних цінностей українців. Це соціалізуюча практика, яка зазвичай ініціюється та реалізується найближчим референтним оточенням дитини, і спрямовується на стимулювання і підтримку процесів пізнання дитиною закономірностей економічних відносин, їх оцінки та формування позитивного раціонального ставлення до себе та інших у економіці, сприяє формуванню відповідних ефективних стратегій економічної поведінки та забезпеченню надалі самостійної і ефективної самореалізації дитини в якості суб'єкта економічних відносин.

Очікуваним результатом його застосування є становлення економічно соціалізованої, а саме підприємливої людини, для якої характерна суб'єктна позиція у економічних відносинах, сформованість норм соціально прийнятної поведінки з привласнення-відчуження і творення нових економічних благ, здатності робити моральнісний свідомий вибір у полі спеціально організованого цілеспрямованого впливу.

Перспективною для подальших досліджень є розробка конкретного методичного інструментарію розвитку практики як економічного наставництва серед безпосередніх агентів поки що стихійної економічної соціалізації дитини – серед членів її родини, а також розвитку учасницького наставництва.

2.9. «Моральний портрет» економічно успішної людини» як ігрова практика у соціально-психологічному забезпеченні формування економічної культури студентів

На наш погляд, комплексна програма соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді на засадах моралі повинна включати такі розділи: «Пізнання» (освітньо-інформаційні заняття, електронна трибуна, лекції-візуалізації, інформ-інтернет-клуби тощо); «Соціально-професійне спілкування» (соціальні дискусії, творчі зустрічі-діалоги, науково-дослідні спільноти тощо); «Соціальна практика» (ініціативні групи, соціальні проекти, акції, волонтерство тощо). Також функцію соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентів успішно здійснюють різноманітні ділові ігри (творчі, рольові ігри на економіко-моральну тематику, практикуми тощо). Така комплексна програма забезпечить цілісність набуття студентами соціального досвіду як синтезу соціальних умінь, навичок, знань, способів діяльності, соціально орієнтованого мислення [151;86].

У період реформування у суспільстві відбуваються відповідні перетворення і в економічній свідомості молоді особистості. Вони є суперечливими, оскільки з постійним ростом економічної грамотності часто поєднуються неадекватні варіанти економічної поведінки, спровоковані інертністю, довірливістю, орієнтацією на швидкий і не підкріплений ніякими зусиллями успіх, на ризик без розрахунку. Водночас із важливими зсувами у мотиваційно-вольовому блоці в бік активності поєднується автономність від моральності особистості. Економічні якості особистості і норми поведінки можуть бути як позитивними (підприємливість, бережливість, дисциплінованість), так і негативними (безгосподарність, марнотратність, горлодерство, шахрайство). За сукупністю цих економічних якостей можна оцінювати рівень економічної культури особистості.

У сучасному світі молода людина живе і розвивається у оточенні різноманітних джерел сильного впливу на неї як позитивного, так і негативного плану; щоденно ці джерела масовано впливають на поведінку, інтелект і почуття молоді, у якої сфера моральності ще формується. А тому частина молоді вважає, що можна допускати аморальні засоби досягнення своїх економічних цілей.

Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації студентської молоді має допомогти їй здійснити вибір моральних еталонів поведінки в економіці.

Ділова гра, як одна із форм такого забезпечення, відрізняється від тренінгів. По-перше, в грі чітко визначені межі початку і кінця, а етапи в ній регламентовані. Тренінг не завжди має обмеження в часі. По-друге, гра моделює ситуацію, яка включає багато факторів, а тренінг, як правило, зачіпає окремий аспект ситуації. По-третє, гра спрямована на розвиток сукупності навичок. А тренінг найчастіше використовується для тренування конкретної навички. По-четверте, гра завжди містить в собі проблемний зміст: конкуренція, конфлікт інтересів учасників, недостатність ресурсів тощо. Конфліктна ситуація заставляє учасників гри шукати ефективні способи виконання задач. Гра завжди передбачає чиюсь перемогу й чийсь програш. В результаті переможці переконуються в ефективності вибраних способів поведінки, а ті, хто опинився у програші, знайомляться з прикладами успішної поведінки, аналізують свої помилки. В діловій грі досвід набувається через діяльність, дискусію, рефлексію, тобто відбувається найбільш ефективно засвоєння інформації.

Перевагою ділової гри є те, що вона дозволяє:

- Розглянути певну проблему в умовах стислого часу (стискання процесу);

- Засвоїти учасниками певні навички аналізу та вирішення конкретних проблем (економічних, моральних, виробничих, політичних; управлінських тощо);
- Працювати як індивідуально, так і груповим методом при розгляді проблеми, прийнятті певного рішення;
- Навчити учасників гри працювати в нестандартних ситуаціях;
- Концентрувати увагу учасників на головних аспектах проблеми і встановлювати причинно-наслідкові зв'язки;
- Розвивати комунікаційні зв'язки між учасниками гри.
- Зміст ділової гри визначають її учасники.

Водночас можна виділити недоліки ділових ігор:

- Відносна складність підготовки;
- Відсутність формалізованих критеріїв, які дозволяють здійснити більш об'єктивну оцінку і порівняти з реальною дійсністю очікуваний результат;
- Відсутність чіткого алгоритму проведення гри.

Для ефективного проведення ділової гри необхідні певні умови:

- Уважність учасників гри;
- Включеність в гру;
- Причетність, увага до точки зору інших;
- Масштабність;
- Самовираження.

Перед проведенням ділової гри слід уточнити ті термінологічні поняття, якими будуть оперувати учасники гри.

Чітко сформулювати поставлену проблему, задачу і ціль.

Проблемою може виступати складне теоретичне чи практичне питання, яке потребує свого вивчення і розв'язку. Можна розглядати проблему як суперечність між старими і новими знаннями, вимогами, поглядами тощо.

Ділова гра використовує набутий досвід учасників і надає автономний простір для розвитку власних уявлень і дій. Кожен учасник може і повинен ухвалювати рішення самостійно, що є деяким тренінгом креативності. Це створює можливості для появи нових поглядів на проблему. Важливою перевагою ігрового методу є максимальне емоційне залучення учасників до подій. В основі гри лежить групова робота, яка дає навичку колективних дій, розвиває інтуїцію та уяву, учить усвідомлювати свою і чужу роль, мобілізує вміння і знання. Виникає феномен групової згуртованості, яка притягує учасників один до одного після гри, даючи ресурс для реального впровадження напрацьованих результатів. Головне в грі – це радикальне скорочення часу накопичення досвіду, можливість повернути хід подій, спробувати іншу стратегію на відміну від реальних умов життя. Конструктивними елементами ділової гри є моделювання реальності, конфлікт, активність учасників, спілкування, рішення поставлених проблем.

Завдяки обговоренню конкретних ситуацій в учасників ділової гри розвиваються ряд навичок:

- **Аналітичні навички** - вміння відрізнити дані від інформації, класифікувати, виділяти суттєву та несуттєву інформацію, аналізувати, представляти та добувати її, знаходити пропуски інформації і вміти відновлювати їх. Мислити ясно і логічно. Особливо це важливо, коли інформація невисокої якості або ж неясна, суперечлива.
- **Практичні навички.** Знижений у порівнянні з реальною ситуацією рівень складності проблеми, представленої в кейсі ділової гри, сприяє формуванню на практиці навичок використання економічної теорії, методів і принципів.
- **Творчі навички.** Однією логікою, як правило, проблемну ситуацію не вирішити. Дуже важливі творчі навички в генерації альтернативних рішень, які не можна знайти логічним шляхом.

- **Комунікативні навички.** Це: вміння вести дискусію, переконувати оточуючих, використовувати наочний матеріал та інші медіа - засоби, кооперуватися в групі, захищати власну точку зору, переконувати опонентів, складати короткий, переконливий звіт.

- **Соціальні навички.** У ході обговорення виробляються вміння <http://ua-referat.com/%D0%9E%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0> оцінювати поведінку інших людей, вміння слухати, підтримувати в дискусії чи аргументувати протилежну думку, контролювати себе і т.д.

- **Самоаналіз та рефлексія.** Незгода в дискусії сприяє усвідомленню та аналізу думок інших і своїх власних. Морально-етичні проблеми, що стають предметом обговорення, вимагають формування соціальних навичок їх вирішення.

Ділова гра лише тоді стане ефективним засобом забезпечення економічної соціалізації молоді, коли:

- Застосовується і використовується систематично;
- Розроблено зміст і методика, умови проведення ділових ігор;
- Ведучий (викладач) гри у своїй підготовці та практичній роботі оцінює специфічні можливості ігрової діяльності студентів, здатний встановити доцільність її використання при вивченні відповідних тем;
- Сприяє розвитку економічно значущих якостей особистості, моральних цінностей та активної життєвої позиції молодих людей.

Зважаючи на те, що система ціннісно-моральних орієнтацій в економічній діяльності є тією ланкою, що пов'язує суспільство з індивідом, визначає зміст моральних проблем, які людині доводиться вирішувати, можна провести зі студентами ділову гру «Моральний портрет» економічно успішної людини» (авторська розробка Лавренко О.В).

Мета ділової гри: з'ясувати, наскільки студенти розуміють важливість роль і сутність моральних засад в економічній сфері, які моральні якості

людини, на їх погляд, забезпечать розвиток економічно значущих якостей особистості, моральних цінностей і активну життєву позицію.

Постановка завдання студентам. Ринкові відносини ставлять перед сучасною людиною принципово нові вимоги: високий професіоналізм, глибока правова та економічна грамотність, підприємливість, ощадливість, творча активність, готовність до професійної діяльності в мовах конкуренції, корупції. Водночас у своїх діях людина повинна володіти певними моральними якостями та керуватися певними морально-етичними переконаннями, нормами, володіти певними моральними якостями.

Можна виділити 20 економіко-моральних якостей, які забезпечують «входження» особистості в економічну життєдіяльність суспільства та сприяють успішній економічній діяльності. Ці якості та норми поведінки, якими керується особистість, можуть бути як позитивними (підприємливість, заощадливість, дисциплінованість тощо), так і негативними (безгосподарність, шахрайство, хабарництво, корупційність тощо), наповнені моральним чи аморальним змістом.

За сукупністю та пріоритетністю таких якостей можна оцінювати рівень економічної культури особистості. Ці якості в довільному порядку представлені на бланку (*бланк роздається кожному студентові, див. додаток Б.1*).

Гра проводиться в декілька етапів.

Етап 1-й. Постановка завдання. Уявіть себе економічно успішною людиною. Чим і якими із наведених якостей Ви керувались би в першу і останню чергу, щоб отримати бажаний успіх в економічній сфері, тобто, наведені якості треба проранжувати. Тій якості, яка, на Ваш погляд, в першу чергу забезпечує успіх, присвоюється ранг № 1, наступній – ранг № 2 і так далі до рангу № 20. На першому етапі ранжування якостей проводиться кожним учасником гри самостійно, не радячись ні з ким.

Етап 2-й. Командне ранжування. Студенти в довільному порядку об'єднуються в команди по 4 - 5 чоловік, які змагаються між собою. Команди

шляхом колективного обговорення в ході дискусії проводять ранжування якостей, обґрунтовуючи свою позицію. Команда повинна досягти спільного узгодженого результату.

Ведучому слід наголосити членам команди, що вони повинні уникати голосування чи прийняття якогось усередненого рішення. Голосування призводить до поділу команди на «переможців» та «переможених», що знижує корисність дискусії. Треба прагнути до прийняття колективного рішення на основі консенсусу, так, щоб кожен міг сказати: «Хай це не те рішення, з яким я повністю згоден, але я можу змиритися з ним, можу прийняти його».

Етап 3-й. Експертне ранжування. Ведучий гри повідомляє кожній групі експертну оцінку ранжування, яку студенти записують в колонці 3. (Попередньо ведучий гри може встановити її з допомогою експертів – учасників фокус-групи; еталонні оцінки в ході гри не обговорюються, *додаток Б.2*).

Етап 4-й. Порівняння індивідуального рішення з експертним. В колонці 4 встановлюється різниця етапами 1 та 3, тобто відхилення між індивідуальним рангами та експертним (різниця між рангами записується по модулю числа, тобто не враховуючи знак «мінус», потім усі бали підсумовуються).

Етап 5-й. Порівняння командного рішення з експертним. В колонці 5 встановлюється різниця етапами 2 та 3, тобто відхилення між командними рангами та експертними (різниця між рангами записується по модулю числа, потім усі бали в цій колонці підсумовуються).

Етап 6-й. Висновки за результатами гри. Визначається інтегральний показник (сумарна кількість балів) – результат, забезпечений усією командою як системою, та окремо у кожного члена команди. Чим менша сумарна кількість балів, тим краще результат. Цей показник також відображає взаємини учасників в команді під час гри, виявляє

неформального лідера. По ньому також можна зробити висновок: підвищує команда ефективність самого найкращого індивідуального рішення чи ні.

Етап 7-й. Кожна команда обґрунтовує ті 7 найважливіших якостей, які вона виділила як такі, що забезпечують успішну економічну діяльність людини. Ці якості записуються на фліп-чарті. На основі командних висновків складається узагальнений «моральний портрет» економічно успішної людини.

Підводячи підсумки за результатами гри, ведучий підкреслює, що дана гра дає можливість встановити, чи розуміють студенти важливість моральної основи для «входження» особистості в економічну життєдіяльність суспільства, які саме моральні якості сприяють успішній економічній діяльності людини (переважно моральні чи аморальні). Водночас гра розвиває здатність студентів до самостійного і колективного мислення, дає відповіді на питання: чи зможе студент знайти своє місце в колективі, чи переконаний він в об'єктивності своїх думок та прийнятих рішень, чи вміє він вислуховувати та переконувати інших в процесі обговорення результатів, виявляє неформального лідера.

У підсумку варто *провести дискусію*, обговоривши такі питання:

- Якими важливими моральними якостями повинна володіти економічно успішна, підприємлива людина?
- Як співвідноситься мораль з сучасним господарським виробництвом, наскільки застосовне поняття моралі до ситуації ринкового господарства взагалі, сучасного ринку, зокрема?
- Чи повинна мораль домінувати над економічним розрахунком, обмежувати чи припиняти сумнівні з моральної точки зору економічні способи діяльності людини?
 - Чи сприяє розвиток виробництва, господарська діяльність моральному вдосконаленню людини?
 - Як Ви розумієте думку: «Здорова економіка – здорові звичаї»?

- Чи могло б існувати матеріальне виробництво без працьовитості, чесності, порядності, турботи про людину?

- Як Ви розумієте, що таке «цивілізований ринок»?

- Як пов'язані конкуренція та мораль в сучасних ринкових умовах?

Як може мораль захиститися від конкуренції?

- Як Ви розумієте думку К. Хоман, що надмірний моральний ентузіазм підприємця може гальмувати розвиток економіки?

- Чи може успішне підприємництво співвідноситися з ідеєю морального блага та мати його в якості одного із результатів цієї діяльності?

- У повсякденному житті люди часто керуються принципом «розумного егоїзму». З одного боку, він є рушійною силою розвитку економіки суспільства. З іншого, породжує обман, прагнення до швидкого збагачення, неповагу до іншої людини, «тіньові» відносини, подвійну бухгалтерію, ухилення від податків тощо. Чи сумісно це з інтересами суспільства? Чи етичним є цей принцип?

Отже, ігрова діяльність – це одна із форм проявів ігрової активності взаємодіючих суб'єктів, спрямована не на зовнішній об'єкт (природу, суспільство), а на внутрішній – на процес пізнавальної активності суб'єктів. Тобто, ця активність повернута всередину людини, тому її можна розглядати як рефлексивно-ігрову практику. У ході загальної дискусії учасники гри представляють різні точки зору, які можуть бути суперечливими одна одній. При цьому в учасників виникає рефлексивний аналіз не лише своєї точки зору при розробці аргументації на її захист чи усвідомленні її помилковості, а й аналіз позицій партнерів по обговоренню з метою їх правильного розуміння. Увага зміщується на розуміння різних точок зору, адекватне представлення своїх концепцій, обґрунтованість оцінок альтернативних рішень. Участь в діалозі передбачає мислительну та мовленнєву активність студента, що сприяє розвитку професійного мислення.

Рефлексивний, пошуковий, мислительний та організаційний компоненти гри формують у учасників дослідницьке та творче ставлення до дійсності. Таким чином, гра стає спеціально організованою моделлю «крока» соціального розвитку особистості, її економічної соціалізації, оскільки в ході гри учасники можуть змінювати свої настановлення, формувати способи аналізу власних міркувань і майбутніх дій.

- *Основні результати проведення ділової гри.* У результаті участі у діловій грі члени групи зможуть: визначити зміст поняття «Моральний портрет» економічно успішної людини»; вирізнити, які моральні якості особистості сприяють її економічній успішності, підприємливості; наскільки застосовне поняття моралі до ситуації ринкового господарства взагалі та сучасного ринку зокрема; проаналізувати зміни в етичних настановах членів групи, які відбулися в процесі групового обговорення.

- Ділова гра «Моральний портрет» економічно успішної людини» може бути застосовна при викладанні різних дисциплін: «Соціальна психологія», «Практична психологія», «Психологія менеджменту», «Етика менеджменту», економічних та фінансових дисциплін.

Отже, соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації студентської молоді у вимірі моральних цінностей - це сукупність спеціальних психолого-педагогічних форм, методів і засобів їх розгортання в спеціально організованому психолого-педагогічному процесі. Основою, стратегічною метою, результатом цього процесу є формування підприємливого, економічно грамотного спеціаліста, з економічною культурою, яка передбачає засвоєння студентами тих соціально-економічних норм та цінностей, навичок, економічних ролей, зразків економічної та монетарної поведінки, які ґрунтуються на моральних цінностях. Моральність особистості виступає важливою детермінантою її економічної активності. Відносини моральності суб`єкта значною мірою визначають вибір виду економічної активності, методів і засобів досягнення цілей, а також

специфіку його стосунків із партнерами по взаємодії.

Механізми, засоби і способи економічної соціалізації особистості різноманітні. Ефективним інструментом соціально-психологічного забезпечення формування основ економічної культури студентської молоді є ігрові та тренінгові практики. Ігрова діяльність, особливо ділові ігри, допомагають орієнтуватися в складних ситуаціях сьогодення. Сприяють підвищенню ефективності викладання відповідних дисциплін (економіко-морального циклу), пізнанню економічних та етичних понять, категорій, явищ, процесів, розширюють можливості вузу у формуванні духовних основ особистості.

Висновки до розділу 2

У другому розділі представлено результати НДР авторів щодо розробки тих соціалізуючих методів, які ефективно забезпечують процес цілеспрямованого формування економічної культури молоді в сучасних соціально-економічних умовах розвитку суспільства.

Обгрунтовано, що соціалізаційний досвід індивід набуває протягом життя через різноманітні життєві практики, які є сферою взаємопроникнення соціального та індивідуального, формою життя, традиційним способом поведінки. Виконуючи регулятивну функцію, синтезуючи досвід і наочне, актуальне сприймання конкретної життєвої ситуації, вони сприяють самоідентифікації особистості, забезпечують усвідомлення нею власної неперервності, дають їй змогу гнучко реагувати на соціальні зміни, рухатися назустріч новому досвіду.

Забезпечення економічної соціалізації молоді авторами розглянуто як цілеспрямований вплив на цей процес системи соціально-психологічних практик, особливості яких визначаються віковими стадіями соціалізації особистості. Фактично практики - це тип поведінки індивідів, що складається з деяких звичних речей (знання, тіло, дискурс, колективні норми, правила поведінки тощо), пов'язаних один з одним елементів, які є тканиною тієї

реальності, в якій кожен формується, яку індивід підтримує і в якій продовжує існувати.

В онтогенезі культурно-економічні практики показано як певні системи соціально-психологічних впливів, які забезпечують економічну соціалізацію особистості на чотирьох рівнях залежно від провідного типу діяльності в різні вікові періоди соціалізації індивіда. *На першому рівні* (фонові економічні практики) забезпечується первинне «входження» дитини у світ економічної реальності, де системотворчим елементом є гра як провідний тип діяльності. *На другому рівні* (підлітковий етап економічної соціалізації) в практиках відбувається переорієнтація людини на нові форми зв'язку з економічним світом, носіями нових форм економічної культури стають групи однолітків. *Третій рівень* економічних форм соціалізації – соціетальний, на якому зв'язок індивіда з економічним світом здійснюється через економічні норми і цінності соціуму. Носіями цієї системи соціально-культурних формотворень людини є великі соціальні групи. *Четвертий рівень* складає система культурно-економічних практик, що спрямовані на творчу самореалізацію дорослої людини, в їх основі лежить система інновацій культури.

Показано два плани дії механізмів соціалізуючого впливу на молодь. В *інтерсуб'єктивному відношенні* забезпечується формування, розширення, трансформування соціально-психологічного простору особистості соціалізанта (зростає кількість об'єктів (благ) та суб'єктів (людей, економічних груп) привласнення; ускладнюється система зв'язків з ними, відбувається формування все більш складного спектру відносин; взаємодія між учасниками економічного простору є співорганізованою та інтерсуб'єктивною). В *інтрасуб'єктивному плані* забезпечується засвоєння соціальних значень економічних явищ, зокрема власності, і відбувається формування на цій основі економічної культури особистості.

Обгрунтовано, що інтеріндивідна взаємодія у ході практикування молоддю різних форм створення і привласнення благ є найвагомим

інструментом економічної соціалізації, оскільки вона надає індивіду можливості вправлятися у встановленні, вибудовуванні, підтримці, корекції такого соціально-економічного простору, у який завжди включені інші учасники. Соціалізуючі практики мають організовуватись згідно з віковими закономірностями формування економічної культури, відповідними моделями економічної соціалізації та згідно зі статусом (агент соціалізуючого впливу чи соціалізант). Спільною для всіх ознакою соціалізуючих практик на інтраіндивідному рівні є націленість на практикування раціональних, заснованих на загальнолюдських моральних цінностях, способів створення та привласнення-відчуження особистих, групових, колективних благ, основ ділової комунікації та ділового партнерства. Водночас вони є ефективними засобами цілеспрямованого формування та розвитку підприємливості особистості.

Доведено, що соціалізуючі практики як ефективні інструменти соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді виступають у таких формах на різних вікових етапах розвитку індивіда:

У *дошкільному віці* процес формування економічного досвіду та оволодіння основами економічних знань відбувається в двох напрямках: а) засвоєння дитиною досвіду попередніх поколінь у вигляді економічних законів та понять при спілкуванні з членами сім'ї та через гру з друзями, телебачення (ігри-мандрівки, ігри-змагання, екскурсії, економічні вікторини, мультфільми, кіно тощо); б) спостереження за економічними процесами, виконання соціально-економічних ролей у грі, участь у налагодженні найпростіших економічних взаємозв'язків між різними людьми (обмін, продаж, купівля тощо). Економічні ігри дозволять навчати дітей робити економічно і морально обґрунтований вибір, приймати рішення та відстоювати свою думку, включатися у вирішення економічних проблем сім'ї.

Для старшокласників найбільш ефективною соціалізуючою практикою схарактеризована тренінгова робота та активні методи соціально-

психологічного навчання як найбільш цілеспрямована та економічно вигідна «інвестиція» в особистість. Розроблений тренінг з формування економічної культури старшокласників передбачає розвиток раціонального ставлення до грошей, цілеспрямованості, позитивного та нестандартного мислення; формування психології успішної людини, вміння долати психологічні обмеження. Головна концептуальна мета тренінгу (конституційованого трьома модулями: *рефлексивним*, орієнтованим на усвідомлення старшокласниками змісту їхнього ставлення до грошей; *пізнавальним*, спрямованим на ознайомлення із закономірностями побудови ринкових економічних відносин, на формування позитивного образу світу економіки та усвідомлення функцій грошей й способів їх заробляння; *розвивальним*, орієнтованим на розвиток позитивного мислення, оволодіння старшокласниками техніками подолання психологічних бар'єрів у досягненні економічних цілей та навичками аутотренінгу для зняття внутрішніх обмежень при прийнятті рішень в ситуації невизначеності, навичками планування фінансового успіху) – навчити старшокласника приймати виважені економічні рішення, обирати найбільш вдалу з альтернатив і на цій основі формувати власну позицію, що сприятиме становленню монетарної культури.

Соціалізуючі практики з профорієнтаційної роботи для старшокласників - практико-орієнтована соціально-економічна освіта, складовими якої є: практико-орієнтоване навчання основам економіки та основам підприємницької діяльності; профорієнтація та виховання підростаючого покоління. У результаті профорієнтації в умовах економічного практико-орієнтованого середовища (ЕПОС) у старшокласників формуються основи економічної культури, тому що вони отримують загальні знання про світ професій, загальні рекомендації психолога, знайомство з професіями, спеціальностями (екскурсії, профорієнтаційні програми), знання про шляхи отримання професійної підготовки (бакалаврат, магістратура), практичні навички та компетенції в

сумісних проектах (проекти та практика на підприємствах); уявлення про реальні професії, галузі економіки (екскурсії, системне дослідження на підприємстві), практичні навички і компетенції (проекти та практика на підприємстві); професійне тестування, консультування. Психолого-педагогічна система профорієнтації включає в себе такі методи роботи: майстерні майбутнього (напрями і цілі розвитку суспільства та економіки, нові професії); сценарії (шляхи та засоби досягнення цілей: нові спеціальності та напрями професійної освіти); імітаційні ігри; планування власної кар'єри; технологія моделювання професійної діяльності – «Навчальна фірма» (як модель підприємства, в якій імітується весь процес управління виробничою та комерційною діяльністю підприємства).

Використання в роботі з економічної соціалізації зі старшокласниками **метафоричних асоціативних карт (МАК)** «Грошові типи особистості» із застосуванням метафоричних карт «Персона» та «Персоніта» активізує економічну свідомість школярів, допомагає їм класифікувати економічні поняття, репрезентовані метафорами. Практикування роботи з метафоричними картами «Грошові типи особистості» дозволяє старшокласникам побачити зі сторони та усвідомити свій грошовий тип особистості; усвідомити та побачити власне несвідоме ставлення до грошей; усвідомити свої звичні способи поводження з грошима; ознайомитися зі своїми переконаннями та настановами стосовно грошей; дізнатися, що є перепорою для грошей та що сприяє їх залученню у власне життя, а також знайти ресурси для побудови благополучних відносин з грошима.

Ярмаркування як вагомий інструментом соціалізуючого впливу, інтеріндивідна, суб'єкт-суб'єктна форма економічних практик, тип активності спільноти, що інтегрований в сучасну культуру взаємин привласнення-відчуження, користування, розпорядження, володіння економічними благами. Воно є не тільки мотивуючим тренінгом для дорослих, але й фоновою економічною практикою українців. Мета ярмаркування - це підвищення вмотивованості батьків дітей шкільного віку

бути суб'єктами формування економічної культури своїх дітей. Апробований у кількох закладах загальної середньої освіти м. Києва «Ярмарок ідей по вихованню успішного господаря для зацікавлених батьків» підтвердив свою ефективність у справі мотивування батьківської спільноти до більш активної участі у розвитку економічної культури школярів, у підтримці їх приватності і суверенності як однієї з вирішальних умов становлення їх як зрілих суб'єктів зважених економічних рішень.

Економічне наставництво (тьюторинг) як соціалізуюча практика, яка зазвичай ініціюється та реалізується найближчим референтним оточенням дитини, і спрямовується на стимулювання та підтримку процесів пізнання дитиною закономірностей економічних відносин, їх оцінки та формування позитивного раціонального ставлення до себе та інших у економіці, сприяє формуванню відповідних ефективних стратегій економічної поведінки та забезпеченню надалі самостійної і ефективної самореалізації дитини в якості суб'єкта економічних відносин. Воно реалізується в різних формах: розмова, екскурсія, економічні ігри, розв'язання пошукових, практичних задач, наприклад, спільне планування, реалізація і коригування особистого бюджету, організація економічного клубу з однолітками тощо. Основними завданнями економічного наставництва є: надання психологічної та моральної підтримки у долатті труднощів, пов'язаних з виконанням економічних ролей споживача, надавача окремих послуг, платника податків, благодійника, волонтера, інвестора тощо; створення умов для ефективного досягнення необхідного для певної стадії соціалізації рівня розвитку підприємливості дитини; сприяння формуванню позитивної внутрішньої мотивації економічної діяльності дитини; практикування паритетності і приватності у взаєминах; сприяння набуттю дитиною досвіду діалогування і співробітництва в економічній сфері. Результатом цієї соціалізуючої практики є становлення економічно соціалізованої, а саме підприємливої людини, для якої характерна суб'єктна позиція у економічних відносинах, сформованість норм соціально

прийнятної поведінки з привласнення-відчуження і творення нових економічних благ, здатності робити моральнісний свідомий вибір у полі спеціально організованого цілеспрямованого впливу.

Ігрові та тренінгові практики як ефективний інструмент соціально-психологічного забезпечення формування основ економічної культури студентської молоді. Ігрова діяльність спрямована не на зовнішній об'єкт (природу, суспільство), а на внутрішній – на процес пізнавальної активності суб'єктів; вона повернута всередину людини, тому її можна розглядати як рефлексивно-ігрову практику. У ході загальної дискусії учасники гри представляють різні точки зору, які можуть бути суперечливими одна одній. При цьому в учасників виникає рефлексивний аналіз не лише своєї точки зору при розробці аргументації на її захист чи усвідомленні її помилковості, а й аналіз позицій партнерів по обговоренню з метою їх правильного розуміння. Увага зміщується на розуміння різних точок зору, адекватне представлення своїх концепцій, обґрунтованість оцінок альтернативних рішень. Участь в діалозі передбачає мислительну та мовленнєву активність студента, що сприяє розвитку професійного мислення. Рефлексивний, пошуковий, мислительний та організаційний компоненти гри формують у учасників дослідницьке та творче ставлення до дійсності. Розроблена та апробована ділова гра «Моральний портрет» економічно успішної людини» як соціалізуюча економічна практика студентської молоді допомагає їй здійснити вибір моральних еталонів поведінки в економічній практиці. Ділові ігри, тренінгові практики допомагають орієнтуватися в складних ситуаціях сьогодення, сприяють підвищенню ефективності викладання відповідних дисциплін (економіко-морального циклу), пізнанню економічних та етичних понять, категорій, явищ, процесів, розширюють можливості вузу у формуванні духовних основ особистості.

Розділ 3. ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

3.1. Простір взаємин у сім'ї як умова соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дитини

Переорієнтація економіки країни на ринкові рейки вимагає від учасників ініціативності, інноваційності та здатності до ризику, водночас раціонального мислення і рефлексивності – ознак підприємливого суб'єкта економічних відносин. Усі ці якості закладаються у індивіда ще в сім'ї, у практиці сімейної економіки. Але сьогодні вельми актуальною постає проблема забезпечення економічної соціалізації дитини, щонайперше, в просторі сучасної сімейної економічної культури.

Згідно з системною концепцією економічної соціалізації, цей процес розуміємо як становлення і розвиток тих соціально-психологічних якостей особистості, які необхідні для її успішного включення в ринкові відносини, що вже практикуються в економіці нашої країни. Результатом і показником формування цих якостей є цілісне інтегральне утворення – економічна культура особистості. Вона функціонує і розвивається в надрах об'ємлючої системи (економічної культури як окремих соціальних спільностей, щонайпершою з яких є сім'я, так і цілого суспільства), якими якої вона наділена. Відповідно до такого підходу, розвиток економічної культури на рівні особистості дитини може бути зрозумілим тільки в контексті законів розвитку породжуючої системи (зокрема, економічної культури сім'ї). Соціалізаційна функція сім'ї відмічається в дослідженнях, присвячених проблемам становлення особистості дитини в сімейних взаєминах (О.Чигир, Т.Яблонська).

У дослідженнях, присвячених впливу міжособистісної взаємодії в батьківській сім'ї на формування економічної (О.Дейнека, М.Семенов, А.Фенько, О.Козлова), фінансової поведінки молоді (О.Чигир) підкреслюється, що сім'я транслює дитині притаманні сім'ї переконання, сценарії та атитюди, які дитина екстраполює на подальший контекст свого соціального життя. Сфера власної економічної активності, яку обере дитина в майбутньому, визначається економічною культурою дитини та закладається в процесі міжособистісної взаємодії в батьківській сім'ї (навички, здібності і знання, цінності та світоглядні позиції).

Згідно з культурно-діяльнісною методологією, культура особистості формується в процесі діяльнісного освоєння досвіду попередніх поколінь, концентрованого в культурі спільноти [98;145;148]. Економічна культура будь-якої спільноти, зокрема і сім'ї, виявляється у системі соціально-психологічних взаємин. Економічна культура у матеріальній і духовній формах фіксує і транслює наступним поколінням досвід успішної господарської діяльності. Завдяки цьому зберігається цілісність і забезпечується успішність сім'ї як групового суб'єкта економічних відносин.

Економічна культура сім'ї існує в двох вимірах: речовому і духовному. Речове, матеріальне її виявлення – це ті предмети чи продукти економічної діяльності членів сім'ї і усіх попередніх поколінь, в яких об'єктивовано їх психічні особливості і здібності як суб'єктів господарської діяльності. Духовне виявлення економічної культури сім'ї – це психічні особливості її представників, в яких репрезентовано її речовий світ. У своїй цілісності ці два виявлення віддзеркалюють ступінь розвитку сім'ї як людської спільноти і групового суб'єкта економічної діяльності. При цьому «економічний» характер діяльності визначаємо через активність раціональну, спрямовану на максимізацію вигоди і зиску від привласнення чи відчуження необхідних благ за умови мінімального прикладання ресурсів до цієї справи. Дитина, включаючись від народження у сімейні стосунки, в тому числі, і в економічні - ті, що пов'язані з господарською діяльністю і привласненням економічних

благ, соціалізується і стає носієм тих самих економічних цінностей, на які орієнтуються інші члени сім'ї.

Важливим моментом економічного успіху сучасної сім'ї є її орієнтація на ринкові цінності підприємливості: господарська самостійність і ініціативність, самодіяльність і матеріальне самозабезпечення, ініціативність, наполегливість, готовність до ризику, цілеспрямованість, управлінські здібності, незалежність, самовпевненість, прагнення до самореалізації, поінформованість, відповідальність. Названі цінності вітчизняними науковцями було покладено в основу структурно-функціональної моделі підприємницького типу особистості. Така модель втілює потребу суспільства в бажаних соціально-психологічних якостях особистості. Отже, вона може слугувати показником сформованості економічної культури особистості. Можна припускати, що від того, чи орієнтуються старші члени сім'ї на цінності підприємливості, багато в чому залежать і особливості економічної культури дитини, яка їх інтеріоризує. Таким чином, економічна культура дитини, яка формується в процесі економічної соціалізації в сім'ї, виражається у системі тих соціально-психологічних якостей особистості, що несуть в собі нормативну модель підприємливої людини і зумовлюють її гармонійне входження в ринкову економіку.

Духовні і матеріальні форми економічної культури сім'ї (будь-то правила поведінки в магазині чи сімейні норми щомісячних заощаджень-витрат тощо) акумулюють історично вироблені всезагальні форми господарської діяльності. Вони тим самим задають дітям ціннісну матрицю ставлення до світу економіки. Відповідно, зумовлюють формування в свідомості дитини узагальненого образу людини-господаря, становлять ядро економічних поглядів й уявлень про сім'ю, про себе та інших у стосунках, пов'язаних із привласненням економічних благ. Вони зумовлюють вибір дитиною найбільш часто практикованих батьками стратегій і способів оперування економічними благами. Розглядаючи власність системоутворюючим чинником економічних відносин в суспільстві [34], ми підкреслюємо, що в

системі економічної культури сім'ї задаються, перш за все, ціннісні характеристики ставлення дитини до привласнення чи відчуження духовних і матеріальних благ.

Включаючись у систему зв'язків і відносин економіки, людина виступає в ролі найважливішої детермінанти економічних процесів. Отже, актуалізується ще один методологічно важливий, суб'єктний, акцент забезпечення економічної соціалізації дитини [127;145]. У нашому дослідженні економічна суб'єктність дитини вивчається як така властивість особистості, яка є результатом і показником економічної соціалізованості. Зі зростанням рівня економічної суб'єктності особистість не тільки фіксує, усвідомлює обставини економічного життя, але й намагається активно впливати на них. Внаслідок цього вона перетворює не тільки світ економіки, але й себе у ньому.

Таким чином, у суб'єктній методології економічна соціалізація дитини вивчається нами як процес розвитку таких соціально-психологічних ресурсів і властивостей особистості, які забезпечують її активну інтеграцію в економічну культуру сім'ї. Розвиток економічної суб'єктності дитини у сімейних взаєминах - це розвиток здатності перетворювати зовнішнє (сімейну економічну культуру) за законами внутрішнього (згідно з власною потребою-мотиваційною системою), реорганізувати буття.

Слід також брати до уваги соціально-психологічний характер самих взаємин у сім'ї, в просторі яких соціалізується дитина. Стосовно дитини цей простір функціонує як об'єктивно існуючі реальні психологічні (інформаційні, емоційні, ціннісні, інтеракційні тощо) зв'язки між членами сім'ї. А вже будучи суб'єктивований, тобто відображений у свідомості дитини, отже, опосередкований власними оцінками і відрефлексований, цей простір у перетвореному, трансформованому вигляді формується як соціально-психологічний простір дитини. Він пред'являється через особистісну систему життєвих принципів і смислів, цінностей та ідеалів, прийнятих норм і правил, очікувань, домагань і т.д. У ході соціалізації

особистість дитини стає тим значущішою, чим більшою є сфера її дії, той світ, у якому вона живе, і чим більш завершеним є цей останній, тим більш завершеною є і вона сама. Йдеться про розвиток і розширення її соціально-психологічного простору і реалізацію ньому її приватності як здатності утверджувати власні прагнення і бажання, права і свободи. Важливо зауважити, що цей процес відбувається за майже незалежної від дитини активності усіх елементів (зокрема, окремих членів сім'ї в її соціально-психологічному просторі). Зауважимо, що все дитинство, отрочтво, а найчастіше і юність ознаменовані для особистості як тривалий період включення до конкретних соціально-психологічних просторів поза власною волею. Від сім'ї, характеру взаємин в ній і визнання дитячої приватності напряду залежить міра суб'єктності дитини не тільки в майбутньому самостійному економічному житті, а досвід її утвердження на більш ранніх стадіях економічної соціалізації.

Отже, в даній роботі економічна соціалізація дитини у сімейних взаєминах постає, з одного боку, як проблема суб'єкт-суб'єктних чи суб'єкт-об'єктних батьківсько-дитячих стосунків, закритих чи відкритих для дитини можливостей вільного творення світу своїх стосунків з іншими, можливостей реалізувати себе в них, можливостей бути автором свого життя в просторі спів-життя у сім'ї. Завдяки поступовому становленню функцій суб'єкта уможлиблюється творення освоєного дитиною світу сімейної економіки, власного буття в тканині сімейних стосунків. Це суперечливий процес діяльного освоєння осяжного простору міжособистісних стосунків через наділення суб'єктністю притаманних йому об'єктів і явищ, засноване на прагненні дитини зробити світ «своїм», створити свою реальність. Звідси бере початок особиста власність як, щонайперше, взаємини щодо освоєння найближчого оточення, творення «мого, власного» простору психологічних зв'язків з ним.

Таке оточення дитина знаходить в сім'ї. Воно конкретизуються в інформаційних, емоційних, ціннісних, інтеракційних зв'язках між членами

сім'ї, у яких втілюються індивідуальні і групові смисли і цінності, прагнення і мотиви. Отже, в одному й тому ж спільному соціально-психологічному просторі сім'ї індивідуальні смисли і цінності, прагнення і мотиви співорганізуються в єдине ціле, оскільки окремі соціально-психологічні простори співузгоджуються, співадаптуються. Утворюється особлива соціально-психологічна цілісність, спільний простір стосунків у сім'ї – сімейні взаємини. Вони не зводяться до реальностей індивідуальних просторів, які їх утворюють, і в яких утверджується спільна суб'єктність – сімейна, згідно з ціннісною матрицею якої розвивається індивідуальна суб'єктність.

Говорячи про ціннісну матрицю простору сімейних взаємин (культуру сім'ї), маємо на увазі ті ціннісні орієнтири, згідно з якими переважно організуються міжособистісні взаємини в сім'ї і дотримання яких забезпечує цілісність і узгодженість елементів сімейної системи. Отже, примусовий характер культури сімейних взаємин зумовлює її соціалізуючу функцію. Це означає, що економічна поведінка соціалізованого члена сім'ї має бути співвіднесена з моральними цінностями, втіленими в економічній культурі сім'ї.

Відхилення від сімейної матриці моральних цінностей означає не просто девіацію в поведінці. Це важливе питання відповідальності–безвідповідальності за відхилення. Пролити світло на соціалізацію особистості як відповідального суб'єкта економічних відносин допоможе ще один методологічно важливий науковий підхід – суб'єктно-вчинковий. Суб'єктом можна назвати тільки внутрішньо вільну людину, яка приймає рішення про способи своєї взаємодії з іншими людьми, перш за все, на основі свідомих моральних переконань. В.Татенко взаємопов'язує суб'єктність і вчинковість, наполягаючи на тому, що вчинкове до визначення людини як суб'єкта життєдіяльності, суб'єкта індивідуального психічного життя надає йому необхідної і достатньої сутнісної конкретизації, оскільки наповнює індивідуальне природним для людини соціокультурним змістом і смислом.

Це ж стосується і самого процесу економічної соціалізації особистості. Мета цього процесу набуває соціокультурного виміру: розвиток системи тих соціально-психологічних якостей, які забезпечують продуктивне автентичне функціонування особистості у системі економічних відносин. Найвагомим ефектом є досягнення переживання особистістю автентичності свого буття у економічній сфері своєї життєдіяльності. Це переживання особистої суб'єктності, об'єктивованої у всій гаммі взаємних зв'язків і стосунків з іншими на основі втілення смислового змісту особистості у фактах перетворень, здійснених нею у економічному оточенні.

Але підкреслимо головне – усі ці процеси і їх ефекти ведуть до самоперевершення суб'єктом своїх попередніх станів, переживань, до досягнення ним нового рівня у розвитку, уможливленим тільки завдяки наявності Іншого, тільки за посередництва і активної співучасті Іншого, у взаємовідповідальному бутті. Отже, увесь цей рух дитини до себе більш дорослої і соціалізованої – це завжди співрух, співтворення в єдиному просторі з Іншим. Найпершим і найвирішальнішим у житті дитини таким соціально-психологічним простором є сімейні взаємини. Якраз вони і можуть характеризуватись часткою «спів-»: співіснування, співрух, співпереживання. Останні і становлять той простір, що забезпечує соціалізацію дитини на межі «Я» - «Ти», у інтегративному просторі «Ми», в якому втілюється і «Я», і «Ти». В цьому полягає сутність вчинкового виміру економічної соціалізації дитини.

Виходячи з вказаних наукових підходів до розуміння економічної соціалізації дитини в сім'ї, підкреслимо, наскільки важливою для успішної економічної соціалізації дитини є відповідність моделі культури підприємливості тим ціннісним характеристикам, згідно з якими зорієнтований простір сімейних взаємин.

3.2. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації дітей дошкільного віку в просторі сімейних взаємин

Наше звернення до методу моделювання пов'язано з необхідністю всебічного вивчення процесу соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дітей дошкільного віку, визначення системних елементів цього процесу та зв'язків між ними, отримання нових даних про можливість цього феномену.

При побудові моделі вказаного процесу ми виходили із загальнотеоретичних основ моделювання, у відповідності з якими були визначені характеристики моделі забезпечення економічної соціалізації дітей в сімейному просторі. При цьому ми враховували, що модель є спрощеним, схематизованим відображенням процесу соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дітей, яка створюється з метою отримання необхідних даних про досліджуваний процес.

У визначенні складових процесу соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дітей дошкільного віку (рис. 3.1) ми спиралися на традиції соціальної психології, згідно з якими виокремлюють у структурі економічних явищ такі складові: розвиток когнітивного, поведінкового та афективного компонентів.

Когнітивний компонент складається з поглядів, цінностей, думок. Безпосередньо з когнітивним компонентом пов'язаний афективний (емоційний) компонент (переживання, пов'язані з економічними цінностями). Конативний (поведінковий) характеризує тенденції або готовність до економічних дій. Це зумовлює необхідність розгляду в структурі економічної соціалізації дітей старшого дошкільного віку всіх трьох названих компонентів.

Сучасні дослідження вчених, які вивчали економічну соціалізацію (А. Богуш, Н. Гавриш, Н. Грама, Н. Побірченко, І. Рогальська, Г. Григоренко, Р. Жадан, Л. Кларін, Е. Курак, А. Шатова, А. Смоленцева), свідчать про

необхідність впровадження економічної освіти саме з дошкільного віку та вказують на роль і значущість економічної соціалізації: знайомства дітей з ринковими відносинами, економічними уявленнями (про працю, гроші, професії, бюджет сім'ї, про якість людини-господаря), з економічними поняттями (категоріями) та безпосереднім застосуванням їх у різних видах діяльності. Дослідження учених (Н. Грама, Г. Григоренко, Р. Жадан, Є. Курак, Ю. Лелюк, А. Сазонова, А. Смоленцева, Г. Шатова та ін.) довели, що дітям дошкільного віку доступне розуміння окремих економічних понять. Основною метою економіки для дошкільників є формування навичок й умінь раціонального використання та інтересу до матеріальних цінностей, розвиток економічного мислення, спонукання до ділової активності, ознайомлення з сучасними ринковими відносинами

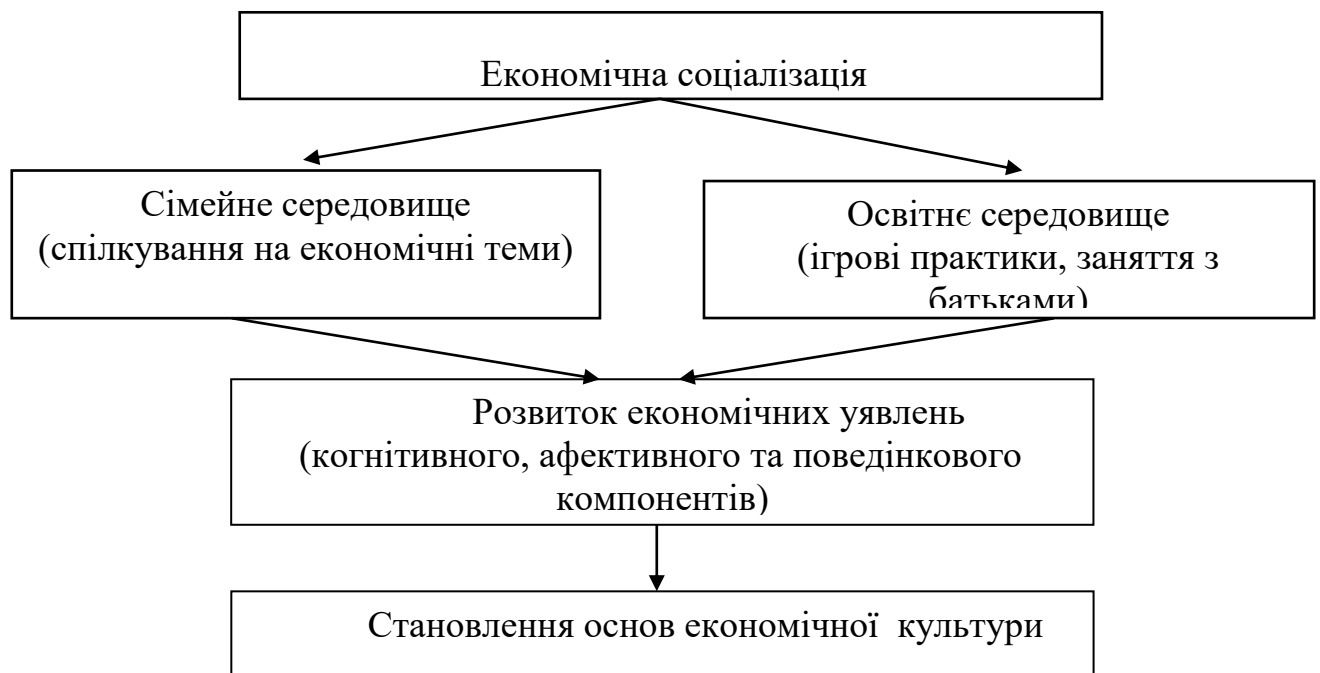


Рис. 3.1. Модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дітей дошкільного віку

Також проблему економічної соціалізації у дитячому віці досліджували Г.М. Авер'янова, В. Барріс, А. Берті, А. Бомбі, А.Б. Бояринцева, О.В. Голубева, Н.Г. Грама, Т.В. Гусева, К. Данзінгер, К. Девіс, О.С. Дейнека, Т.В. Дробишева, А.Л. Журавльов, О.В. Козлова, Д. Лассаре, Г. Маршалл, Л. Магрудер,

А.В. Сазонова, Р. Саттон, Р. Сіглер, Б. Стейсі, М. Стельмашук, А. Стросс, Р. Тейлор, Д. Томсон, П. Уеблі, А. Фенем, Г.Б. Фенько, К.С. Черьомухіна, К. Шуслер, О.Б. Щедрина. Незважаючи на певну теоретичну і методичну розробку означеної проблеми, потребує подальшого вивчення питання забезпечення економічної соціалізації дітей, серед яких вагоме місце займає гра як провідна діяльність у дошкільному віці (Л.А. Венгер, Д.Б. Ельконін, О.В. Запорожець, К.В. Карасьова, О.Л. Кононко, В.К. Котирло, С.Є. Кулачківська, С.О. Ладивір, О.М. Леонтєв, М.І. Лісіна, В.О. Моляко, Т.О. Піроженко, А.В. Сазонова, Т.М. Титаренко, Г.П. Усова, С.В. Фера).

Враховуючи наочно-образне мислення дітей і гру як основний вид діяльності, усю роботу з економіки слід будувати в ігровій формі. Тому згідно концепції дошкільного виховання та базового компоненту дошкільної освіти, сучасний дошкільний заклад має стати інститутом соціалізації, призначення якого – сформувати у дітей початкові знання уміння та навички економічної поведінки, економічної культури [10].

Емпіричне дослідження передбачало визначення особливостей економічної соціалізації дітей. З метою доведення, що первинна економічна соціалізація відбувається в сім'ї, дослідження передбачало виявлення особливостей ставлення до грошей (як основного фактору економічної соціалізації) не лише у дітей, а й також у батьків.

У дослідженні взяли участь дошкільники 2 дитячих Центрів розвитку «ILMALINNA» м. Києва (60 досліджуваних), 35 хлопців та 25 дівчат віком 4 – 6 років, а також їх батьки (110 досліджуваних).

Дошкільний вік – це період, упродовж якого відбувається величезне збагачення й упорядкування чуттєвого досвіду дитини, опановування специфічно людськими формами сприйняття та мислення, бурхливий розвиток уяви, формування паростків довільної уваги та смислової пам'яті. Автор концепції етичної педагогіки А. Валявський стверджує, що сензитивним періодом для засвоєння дітьми економічних уявлень є період від 5 до 7 років [18].

У дошкільному віці триває розвиток особистості дитини. Формується потреба у визнанні, почуття власної гідності, усвідомлення себе в часі (в минулому, теперішньому і майбутньому), усвідомлення власної статевої належності, усвідомлення себе в соціальному просторі.

Для ефективності процесу соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дитини потрібно створити економічно соціалізуюче середовище, яке спрямоване на формування таких морально-економічних якостей як ощадливість, відповідальність, підприємливість, діловитість, що забезпечує життєдіяльність в суспільстві.

Під економічно-соціалізуючим середовищем ми розуміємо сукупність явищ та подій, що впливають на особистісний розвиток дитини та сприяють її входженню в світ соціально-економічних відносин.

Змістом економічно-соціалізуючого середовища є сімейний простір, освітній простір (педагоги, вихователі здійснюють цілеспрямовано процес економічної соціалізації), інформаційний простір (ЗМІ, реклама).

Сім'я значно впливає на розвиток особистості дитини та є первинним середовищем, яке впливає на економічну соціалізацію індивіда. Від рівня економічної компетентності батьків багато в чому залежить успішність процесу економічної соціалізації дитини.

Для здійснення емпіричного дослідження нами було розроблено програму, яка включає такі методики.

1. Методика «Ретроспективна анкета грошових настанов» (Н. Нізовських) (модифікація М. Семенова) [121].

2. Метод спрямованого інтерв'ю для дітей дошкільного віку (модифікація методів М. Стельмашук і О. Козлової) [134]

Метою методики «**Ретроспективна анкета грошових настанов**» (Н. Нізовських), в модифікації М. Семенова є визначення змістовної структури (соціальних) грошових настановлень і кількісних характеристик їх окремих властивостей.

Кожна людина у своєму житті керується певними правилами

поводження з грошима. Ці правила приходять до нас від батьків. Досліджуваним пропонується пригадати і записати приблизно десять своїх правил життя стосовно грошей. Потім вони повинні пригадати вік, у якому в них виникло це правило, а також, звідки воно виникло – його джерело (наприклад, «батьки» або «сам»). За десятибальною шкалою досліджувані оцінюють, наскільки їм вдається дотримуватися цього правила в реальному житті: від 1 (ніколи не дотримуюсь) до 10 (практично завжди).

Результати дослідження дозволяють отримати список життєвих правил стосовно грошей і три суб'єктивні оцінки кожного життєвого правила: вік, в якому виникло це правило; джерело, звідки виникло правило; ступінь дотримання правила (від 1 до 10 балів).

Обробка результатів передбачає два етапи. Спочатку потрібно виокремити типи грошових настановлень – життєвих правил стосовно грошей:

Тип I. Опис: що таке гроші, які існують закономірності, пов'язані з грошима, наприклад, «гроші – прах».

Тип II. Правила щодо отримання: як слід отримувати гроші, наприклад, не красти.

Тип III. Правила щодо використання: як слід використовувати гроші, на що витратити, наприклад, завжди повинен бути запас на «чорний день».

Тип IV. Прислів'я і приказки, пов'язані з грошима, наприклад, «копійка рубль береже».

Потім здійснюється оцінка валентності настановлення, яка може бути віднесена до одного з трьох видів: позитивна, негативна, нейтральна.

При проведенні констатувального експерименту було визначено особливості ставлення до грошей у батьків дошкільників.

Було проаналізовано 654 життєвих правила, які згадали батьки стосовно грошей. Як видно з табл. 1, у досліджуваних домінують правила типу «правила щодо використання» (37,3%), наприклад: «Витрачай гроші з розумом»; «За гроші можна купити все необхідне» Грошові настановлення

носять характер повчань, розпоряджень, вказівок, що слід робити з грошима, як їх використовувати.

Таблиця 3.1

**Поширеність життєвих правил батьків дошкільників
за всією вибіркою
(у % від загальної кількості опитаних)**

Тип правил	Кількість правил (у %)
Тип I – опис	18,7
Тип II – правила щодо використання	37,3
Тип III – правила щодо отримання	22,2
Тип IV – прислів'я і приказки	21,8

При описі життєвих правил стосовно грошей досліджувані згадували джерело його виникнення. Як видно з табл. 2, джерела були об'єднані нами у 5 груп: я сам, батьки, книги та ЗМІ, друзі, інші люди.

Таблиця 3.2

**Джерела отримання батьками дошкільників життєвих
правил поведінки з грошима за всією вибіркою
(у % від загальної кількості опитаних)**

Джерела отримання правил				
Батьки	Я	Книги та ЗМІ	Друзі	Інші люди
59,5	35,8	2,0	1,6	1,1

У 59,5% випадків досліджувані приписують авторство життєвого правила стосовно грошей, перш за все, своїм батькам. Незначну кількість правил було запозичено з книг і ЗМІ – 2%, а 35,8% правил сформульовані самими досліджуваними. Отже, батьки дошкільників, в основному, приписують авторство правил своїм батькам і тим самим підтверджують існування «традиційної» моделі економічної поведінки, що детермінується

конкретними настановами і стереотипами, типовими для певного соціального, етнічного, сімейного середовища. «Сімейна культура грошей» буває настільки сильною, що часто логічно пов'язані розповіді, спеціальне навчання у порівнянні з нею не можуть зробити сильнішого впливу на монетарні уявлення дитини. Не завжди уроки економіки, визначення і теорії можуть допомогти дитині навчитися поводитися з грошима тим або іншим раціональним способом. «Так робили в нашій родині» – цей зразок свідомо або несвідомо диктує лінію поведінки. Гроші в житті дитини, швидше за все, займатимуть те місце, яке їм відвели близькі люди. У певний момент свого життя дитина сама формує для себе, що ж таке гроші і як з ними варто поводитись [57].

Сімейна культура грошей може бути різною. Вона виражається в тому, що говорять один одному члени родини про гроші, як вони їх сприймають, як витрачають, якими способами заробляють.

Аналіз правил, написаних респондентами, показав, що грошові настановлення, виражені в життєвих правилах батьків дошкільників, характеризуються реалістичністю («Гроші здобуваються працею», «Усіх грошей не заробиш»). В їх настановленнях підкреслюється не лише матеріально-споживче призначення грошей (можливість купити щось бажане), але і соціальне («Гроші – це можливості», «Гроші – це влада»).

Життєві правила також характеризуються експансивністю («Багато грошей не буває»). Замислюються молоді батьки і про способи заробляння грошей («Спочатку зароби, потім витрачай») і вимушені визнати, що економити потрібно («Економність тебе виручить», «Якщо хочеш щось купити – накопичуй гроші»).

Отже, узагальнений стереотип мислення батьків дошкільників можна виразити так: чим більше грошей, тим краще, але гроші доступні не всім – їх потрібно заробити, а також їх потрібно уміти економити.

Отже, у досліджуваних домінують правила типу «правила щодо використання» – (37,3%).

Аналіз результатів дослідження життєвих правил показує, що кількість правил-описів переважає у жінок, що свідчить про більший ступінь їх зацікавленості проблемою грошей (табл. 3.3). Жінки згадали також більшу кількість прислів'їв і приказок про гроші. У жінок переважають за кількістю правила щодо використання грошей. Це співпадає з дослідженнями інших авторів, в яких показано, що жінки готові витратити великі суми грошей на придбання косметики, коштовностей і подорожі [57]. На думку дослідників, у сучасному українському суспільстві жінки вбачають свою економічну роль скоріше у витрачання грошей, ніж в їх зароблянні, що є проявом «патріархальності» економічних настановлень у сучасному суспільстві [83]

Таблиця 3.3

Поширеність життєвих правил батьків дошкільників в залежності від статі за всією вибіркою (у % від загальної кількості опитаних)

Правила	Чоловіки	Жінки
Тип I – опис	8,7	16,5*
Тип II – правила щодо використання	9,3	16,1*
Тип III – правила щодо отримання	16,1	8,3
Тип IV – прислів'я і приказки	11,9	12,2*

* $p \leq 0,05$

Істотних відмінностей у джерелах отримання життєвих правил жінками та чоловіками стосовно грошей не виявлено (табл.3.4.). Більшість респондентів – 51,2% жінок та 48,7% чоловіків приписують авторство правил своїм батькам.

Ступінь дотримання життєвих правил стосовно грошей досліджувані оцінювали за десятибальною шкалою: від 1 (ніколи не дотримуюсь) до 10 (практично завжди).

В середньому у досліджуваних ступінь дотримання правил достатньо високий (8,9 балів). При описі життєвих правил стосовно грошей

досліджувані згадували вік, в якому у досліджуваного виникло це правило.

Таблиця 3.4

Джерела отримання батьками дошкільників життєвих правил поведження з грошима в залежності від статі за всією вибіркою (у % від загальної кількості опитаних)

Джерело отримання правил	Чоловіки	Жінки
Батьки	48,7	51,2
Я	37,5	31,2
Книги та ЗМІ	2,7	8,0
Друзі	6,0	4,1
Інші люди	4,0	1,75

Середня оцінка віку, з якого респонденти стали дотримуватися життєвого правила стосовно грошей – 8,4 років (мінімальний вік складає – 3 роки, максимальний вік складає – 15 років). Це відповідає результатам, що отримані в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних учених, в яких показано, що монетарні уявлення починають формуватися у дошкільному віці і пов'язані з досвідом грошових відносин.

Отже, аналіз ставлення до грошей показав, що у більшості досліджуваних переважає спрямованість на споживче використання грошей.

У досліджуваних батьків переважають настановлення на нерациональну витрату грошей (62,6%), наприклад: «Коли у мене багато грошей, я швидко їх витрачаю», «Коли у мене багато грошей, я роблю багато покупок» (табл.3.5)

Таблиця 3.5

Грошові настановлення батьків дошкільників за всією вибіркою (у % від загальної кількості опитаних)

Нерациональні настанови	Рациональні настанови
62,6	38,4

«Нераціональна мотивація» грошових витрат виникає при ігноруванні деяких економічних функцій грошей. Подібна мотивація є основою зайве-витратної моделі поведінки. Вона базується на абсолютизації функції грошей як зручного ліквідного засобу. У цьому випадку будь-яка потреба служить мотиватором монетарної поведінки, коли готівкові гроші швидко витрачаються [57].

Аналіз грошових настановлень за фактором статі (табл. 3.6) показав, що нераціональні грошові настановлення переважають у жінок, що підтверджується дослідженнями інших вчених.

Таблиця 3.6

**Грошові настанови батьків дошкільників в залежності від статі
(у % від загальної кількості опитаних)**

Стать	Нераціональні настановлення	Раціональні настановлення
Чоловік	45,8	54,2
и Жінки	64,8*	35,2

* $p \leq 0,05$

Отже, в результаті дослідження особливостей ставлення до грошей батьків дошкільників, ми отримали такі результати. Саме в сім'ї відбувається первинна економічна соціалізація, цей процес починається зі знайомства з грошима. Грошові настановлення діти отримують від батьків.

Поведінкові інтенції свідчать про те, що у більшості респондентів переважає споживацька спрямованість щодо використання грошей – (37,3%) на відміну від спрямованості на їх отримання – (22,2%). Більшість жінок (16,1%) надають перевагу витрачання грошей, кількість чоловіків, які надають перевагу витрачання грошей, значно менша – (9,3%).

У досліджуваних батьків, за всією вибіркою, переважають настановлення на нераціональну витрату грошей.

Отже, підтверджено існування «традиційної» моделі економічної культури, що детермінується конкретними настановленнями і стереотипами, типовими для сімейного середовища.

Експериментальне вивчення економічної соціалізації дітей дошкільного віку на *констатувальному етапі* дослідження відбувалося за допомогою **спрямованого інтерв'ю**, що дозволило охарактеризувати специфіку економічних знань, уявлень у дітей, зафіксувати особливості економічної поведінки. Наукові праці О. Козлової, М. Стельмашук, А. Фернама [72;164;134] дозволили нам виокремити в економічних уявленнях основне економічне поняття («гроші») для пред'явлення дітям. Структура ставлення до грошей містить вже зазначені компоненти (когнітивний, афективний, конативний).

Була застосована така схема дослідження. Спочатку були проведені бесіди з дітьми. У ході основного етапу дані інтерв'ю були доповнені уточненими результатами індивідуальних бесід з кожною дитиною.

Відповіді заносилися у протокол, в якому фіксувалася кожна відповідь дитини і за кожную відповідь ставилася певна кількість балів, які потім підсумовувалися. Відповіді дітей оцінювались таким чином.

Низький рівень: 1 бал. Діти не можуть пояснити смисл поняття «гроші», у них відсутній інтерес до потреб власної сім'ї, в мовленні дітей відсутні економічні слова, вони мають неповні уявлення в галузі економіки.

Середній рівень: 2 бали. Діти мають неповні уявлення про економічні поняття, вони не завжди можуть пояснити їх, у них відсутній постійний інтерес до потреб власної сім'ї; їхні знання неповні, неконкретні.

Високий рівень: 3 бали. Діти можуть пояснити смисл економічних понять; виявляють стійкий інтерес до потреб власної сім'ї; в мовленні використовують економічні слова та словосполучення; ставлять запитання економічного змісту і самостійно намагаються знайти відповіді.

У всіх інтерв'ю час не обмежувався, середній термін складав 50 хвилин для основного етапу. Слід особливо зазначити важливість першого етапу для встановлення контакту з дитиною, що потребує не лише методичного підкріплення (обов'язковим є ігровий елемент), але й певних якостей інтерв'юєра.

Відповіді дітей на запитання інтерв'юєра записувались повністю. При цьому фіксувалась реакція кожної дитини на запитання і на процес дослідження (ступінь втоми, інтерес до процесу, характер емоцій). Послідовність і типи запитань в інтерв'ю мали загальну структуру для всіх груп дітей.

До обробки була представлена емпірична інформація (60 протоколів). У процесі роботи над протоколами дитячих інтерв'ю було виявлено окремі факти дитячих біографій, їх зв'язок з економічною соціалізацією дітей.

Питання інтерв'ю відповідали трьом компонентам ставлення до грошей. Кількість питань не була жорстко фіксована, а збільшувалась та змінювалась, забезпечуючи адекватність сприйняття для дітей. Метод інтерв'ю дозволяє визначити розуміння дітьми економічного світу. Конкретне економічне поняття вивчалось за допомогою переліку питань.

Як вже зазначалося, формування перших економічних уявлень пов'язано з використанням дітьми грошей, завдяки яким вони знайомляться з іншими соціально-економічними явищами та інститутами. Тому центральним поняттям економічної соціалізації дітей є «гроші» [72].

Розуміння дітьми економічної категорії «гроші» було визначено за допомогою запитань: «Чи знаєш ти, що таке гроші?», «Навіщо потрібні гроші?», «Як люди отримують гроші?», «Як витрачають гроші в сім'ї?», «Як ти отримуєш свої кишенькові гроші?», «Тобі подобається мати свої кишенькові гроші?», «Чому потрібно накопичувати свої кишенькові гроші?»

Відповіді дітей можна об'єднати в групі за такими ознаками – за зовнішнім виглядом, за джерелом отримання, за функціями: «Це папірці. За них дають цукерки», «Гроші – це папірці, їх дають батькам на роботі», «Це папірці з картинками», «Гроші – це заробітна плата», «На них купують щось».

Отримані відповіді дітей свідчать про те, що діти в цілому мають правильні уявлення про те, що таке «гроші», так як вони правильно вказали

на їх головну функцію – гроші є засобом платежу.

Переважає у визначенні грошей дітьми функціональна оцінка (35% – діти 5 років, 65% – діти 6 років). Сутність поняття «гроші» відображено у відповідях дітей на запитання «Навіщо потрібні гроші?» (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Відповіді дітей	4 роки	5 років	6 років
1. На придбання	25%	75%	75%
2. Джерело задоволення	–	–	–
3. «Не знаю»	75%	25 %	5%

Отриманні дані показали, що головною рисою, що визначає розуміння функцій грошей в дитинстві, є їх необхідність для задоволення потреб: придбання речей та продуктів, оплати послуг. Таке сприйняття властиве більшості дітей дошкільного віку та є основним в розумінні призначення грошей.

Діти у віці вже п'яти-шості років здатні усвідомлювати призначення грошей для обміну на речі або продукти.

Завданням нашого дослідження було виявлення віку, з якого діти отримують досвід поводження з грошима. Такий досвід передбачає наявність «кишенькових грошей». За результатами опитування дошкільників та вище зазначеного дослідження батьків було складено таблицю 3.8.

Таблиця 3.8

Ситуації отримання грошей дітьми	4 роки	5 років	6 років
1. Нерегулярно	5%	15%	55,5%
2. Регулярно	–	5%	13,5%
3. Винагорода	–	3,5%	15%
4. «Подарунок»	–	–	25%

Використання «кишенькових грошей» дітьми передбачає їх функціональне призначення (витрата всіх грошей одразу або планування покупок, накопичення грошей). Дослідження показало, що діти чотирьох років витрачають гроші одразу на цукерки, жувальні гумки (під наглядом батьків). Але 5-річні діти вже починають планувати покупки і наприкінці дошкільного віку певна частина дітей починає накопичувати гроші (на планшет, іграшку тощо).

Отже, на підставі вище наведеного, можна зробити висновок, що розвиток уявлень про гроші в дитинстві відбувається в прямій залежності від досвіду поводження з грошима.

У більшості відповідей діти сприймають заробітну плату як зароблені гроші (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Динаміка розуміння способу отримання грошей дітьми дошкільного віку

Відповіді дітей	4 роки	5 років	6 років
1. Розуміння сутності поняття («заробляння грошей»)	3%	20%	25%
2. Немає розуміння поняття («заробляння грошей»)	60%	40%	35%
3. «Не знаю»	81%	40%	20%

Невеликий відсоток відповідей дітей чотирьох років можна пояснити не лише віковими особливостями, але й відсутністю безпосереднього досвіду поводження з грошима. На запитання «Як витрачають гроші в сім'ї?» більшість дітей відповіли, що не знають (табл. 3.10.)

Таблиця 3.10

Динаміка розуміння дітьми витрачання грошей у сім'ї

Відповіді дітей	4 роки	5 років	6 років
------------------------	---------------	----------------	----------------

1. «Гроші витрачають батьки»	9%	25%	80%
2. «Не знаю»	91%	75%	20%

На запитання «Тобі подобається мати свої кишенькові гроші?» більшість дітей відповіли: «Так», «Дуже». Однак частина дітей відповіла: «Ні, тому що матуся говорить, що вони брудні», «Їх беруть різні люди, на них мікроби» (табл.3.11).

Таблиця 3.11

**Загальне ставлення дошкільників до грошей
(у % від загальної кількості опитаних)**

Загальне ставлення до грошей	%
Позитивне	81,1
Негативне	32,3
Не знаю	10,1

На основі узагальнення даних, отриманих в інтерв'ю на констатувальному етапі дослідження, було визначено рівні сформованості економічних уявлень у дітей дошкільного віку (табл. 3.12). У дітей переважає низький рівень монетарних уявлень.

Отже, аналіз отриманих даних в результаті нашого дослідження показав, що у дітей 4 років ще обмежений досвід поводження з грошима; перший досвід поводження з грошима з'являється в 5-6 років. Головним джерелом економічних знань є сім'я.

Таблиця 3.12

Рівень сформованості економічних уявлень у дітей дошкільного віку

Рівень	Кількість дітей	% від загальної кількості дітей
Високий	-	0
Середній	27	45
Низький	33	55

Взаємодія дошкільного закладу і сім'ї з проблеми соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дітей дошкільного віку є умовою економічної соціалізації дітей і дозволяє виробити загальний підхід до формування у дітей основ економічної культури. Сім'я значно впливає на розвиток особистості дитини і є первинним середовищем, що впливає на економічну поведінку дитини.

Ми дотримуємося поглядів Н. Беляєвої [13] щодо інтенсифікації роботи з сім'єю і вважаємо, що процес економічної соціалізації в дошкільному закладі повинен здійснюватися в бік збільшення відсотку участі сім'ї у освітньо-виховному процесі та посиленні суб'єктної позиції батьків в управлінні цим процесом.

Дані констатувального етапу дослідження показали, що в дітей спостерігаються неглибокі знання та уявлення про економічне життя людей, вони мають низький рівень умінь відображати сучасну економічну дійсність в різних видах діяльності, так як отримана інформація їх не цікавить і в них ще не виникає бажання її відобразити. Це можна пояснити тим, що вихователі й батьки мало уваги звертають на економічне виховання через відсутність у них необхідної інформації з цієї проблеми, спеціальної програми та цілеспрямованої роботи з дітьми.

На етапі *формульованого експерименту* для підвищення рівня економічних уявлень дошкільників було розроблено програму, мета якої:

- розвивати економічну свідомість та економічну грамотність;
- формувати вміння використовувати економічні знання в конкретних умовах.

Етапи реалізації роботи з підвищення рівня сформованості економічних уявлень у дітей дошкільного віку представлені в табл. 3.12.

У процесі апробації програми взяло участь 30 дошкільників дитячого центру «ILMALINNA». Одна з груп була експериментальною (кількість дітей – 15), а друга – контрольною групою (кількість дітей також 15). Серед

дітей цих груп була приблизно однакова кількість хлопців та дівчат, діти мали приблизно однаковий вік (5-6 років).

Таблиця 3.12

Етапи реалізації роботи з підвищення рівня сформованості економічних уявлень у дітей дошкільного віку

№ п/п	Найменування етапу	Термін	Заходи
1	Інформаційно-аналітичний	Вересень–жовтень 2016р.	Вивчення наукової літератури в межах теми, що досліджується. Інформування батьків про завдання та зміст процесу економічної соціалізації дітей у дитячому садочку та сім'ї. Діагностика ступеня сформованості економічних уявлень дітей дошкільного віку. Складання перспективного плану економічних ігор.
2	Основний	Листопад 2016р. – квітень 2017р.	Реалізація занять з дітьми та батьками. Моніторинг ступеня сформованості економічних уявлень дітей дошкільного віку.
3	Заключний	Червень 2017р.	Підведення підсумку роботи – діагностика, формування звіту.

Основними умовами економічного розвитку дітей дошкільного віку є:

- взаємозв'язок економічного виховання з іншими сторонами виховання (розумовим, трудовим, моральнісним);
- використання ігрової діяльності (сюжетно-рольової гри, гри - мандрівки, гри-змагання, екскурсій, економічної вікторини, конкурсів тощо);
- визначення змісту формування економічної грамотності у дітей дошкільного віку;
- використання ефективних засобів діагностики;

- ділове співробітництво сім'ї та дошкільного закладу;
- створення розвиваючого середовища (підбір відповідної літератури, комп'ютерних програм, дидактичних ігор);
- проведення сумісних заходів з батьками дошкільників;
- бесіди за темами: «Що таке економіка?», «Що ми знаємо про гроші?», «Про що бажаємо дізнатися?», «Як ми будемо про це дізнаватися?», «Де беруться гроші», «Що таке банки?»;
- інформування батьків про завдання та зміст економічного виховання дітей у дитячому садочку та сім'ї;
- долучення батьків дошкільників до участі в сумісних пізнавально-ігрових заходах, соціальних проектах.

Підвищенню економічної компетентності батьків сприяють консультації («Економічна соціалізація дошкільників»), батьківські «Круглі столи» («Роль сім'ї в економічному вихованні дітей»); участь батьків в сюжетно-рольових іграх («Сімейний бюджет», «Супермаркет»), дидактичних іграх («Економічне лото», «Мій перший бізнес»), участі в складанні економічних кросвордів, таблиці «Сімейний бюджет» тощо.

Також важливим елементом підвищення батьківської компетентності були круглі столи та тренінгові практики, що проводились на базі «Центру психологічної підтримки сім'ї та родини» в Інституті психології імені Г.С. Костюка НАПН України.

Прийоми роботи із дітьми в процесі їх навчання:

- робота в міні-групах;
- створення умов для розвитку навичок взаємоспівпраці у дітей;
- використання ігрових вправ;
- активна участь вихователя і психолога в сумісній діяльності з дітьми;
- виконання нетрадиційних завдань;
- вирішення нетрадиційних завдань;
- вирішення проблемних ситуацій;
- моделювання та аналіз проблемних ситуацій.

Враховуючи, що в дошкільному віці провідним видом діяльності є гра, для підвищення рівня економічних уявлень дітей дошкільного віку передбачалося використовувати ігрові прийоми, які є важливими як для підвищення пізнавальної активності дітей, так і для створення емоційної атмосфери заняття.

Для досягнення поставленої мети, а саме, підвищення рівня сформованості економічних уявлень у дошкільників, був розроблений комплекс занять з використанням ігор з елементами економіки за темами:

1. Людина та її потреби.
2. Споживач. На що витрачаємо гроші? Сімейний бюджет.
3. Гроші, обмін, торгівля.

Після реалізації програми формувального експерименту було проведено діагностику рівня сформованості економічних уявлень у дітей, які склали контрольну та експериментальну групи. Результати представлені в табл. 3.13. –3.16.

Таблиця 3.13

**Рівень сформованості економічних уявлень у дітей (КГ)
дошкільного віку до експерименту**

Рівень	Кількість дітей	% від загальної кількості дітей
Високий	–	0
Середній	6	40
Низький	9	60

Таблиця 3.14

**Рівень сформованості економічних уявлень у дітей (КГ)
дошкільного віку після експерименту**

Рівень	Кількість дітей	% від загальної кількості дітей
Високий	–	0
Середній	7	47
Низький	8	53

Отже, показники рівнів сформованості економічних уявлень у дошкільників з контрольної групи майже не змінилися. Рівень економічних уявлень дітей з показником «високий» не виявлено в жодної дитини.

Таблиця 3.15

**Рівень сформованості економічних уявлень у дітей (ЕГ)
дошкільного віку до експерименту**

Рівень	Кількість дітей	% від загальної кількості дітей
Високий	–	0
Середній	6	40
Низький	9	60

Таблиця 3.16

**Рівень сформованості економічних уявлень у дітей (ЕГ)
дошкільного віку після експерименту**

Рівень	Кількість дітей	% від загальної кількості дітей
Високий	4	27
Середній	11	73
Низький	0	0

Отже, за результатами формувального експерименту було визначено ефективність розробленої програми розвитку економічних уявлень дітей дошкільного віку.

Позитивна динаміка сформованості економічних уявлень спостерігається в обох групах, але в експериментальній групі цей процес більш значущий. Аналіз отриманих даних показав, що після цілеспрямованої роботи з проблеми оптимізації процесу економічної соціалізації збільшилась кількість дітей з показниками середнього та вищого рівня сформованості економічних уявлень. Рівень економічних уявлень у

дітей з показником «низький» не виявлено в жодної дитини.

Динаміка рівня сформованості економічних уявлень у дітей дошкільного віку після реалізації програми розвитку економічних уявлень представлена на рис.3.2.

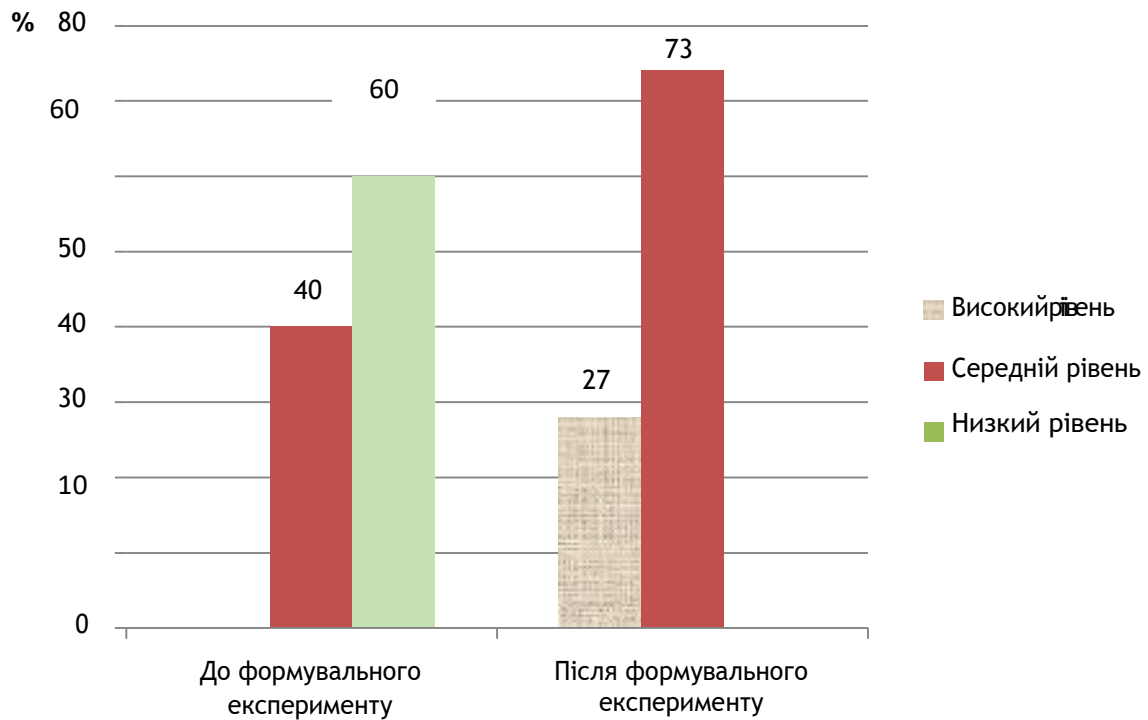


Рис. 3.2. Динаміка рівня сформованості економічних уявлень у дітей дошкільного віку

Отже, спостереження в процесі ігрової діяльності та результати проведеного діагностування показали, що створення умов і практична діяльність позитивно впливають на становлення основ економічної культури у дітей дошкільного віку. Ця робота дозволяє активізувати пізнавальну діяльність дітей, підвищити рівень економічних уявлень. Можна зробити висновок про ефективність розробленої програми занять з дітьми дошкільного віку та їх батьками.

Як показало проведене дослідження, перші економічні знання діти отримують в сім'ї, подальше їх розширення відбувається в умовах дошкільного закладу. Визначено значну роль сім'ї у процесі економічної

соціалізації дітей.

3.3. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації старшокласників

Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації передбачає обґрунтування критеріїв та показників економічної соціалізації, які б дозволили судити про ефективність (успішність) цього процесу. Теоретичний аналіз зазначеної проблеми дозволив нам розробити модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників (рис. 3.2). Запропонована модель спрямована на наповнення освітнього середовища економічним змістом з урахуванням психологічних закономірностей економічної соціалізації особистості.

Показником успішності та результатом економічної соціалізації старшокласників ми вважаємо формування певного рівня монетарної культури (монетарного аспекту економічної культури), критерієм якої є ставлення до грошей в соціальній групі. Ставлення до грошей як компонента економічних репрезентацій, згідно С. Московічі, народжується у повсякденному житті в ході міжособистісної комунікації. Суб'єктом економічних репрезентацій є соціальна група, яка конструює їх. Індивід ідентифікує себе з групою. Ставлення до грошей, згідно традиціям соціальної психології, пропонуємо розглядати через взаємодію її компонентів: когнітивного (пізнавального), афективного (суб'єктивне ставлення до фінансово-економічних процесів у суспільстві), конативного (діяльнісно-динамічного), де зміна одного компонента приводить до зміни інших компонентів і зміни всієї цілісної структури (О. Богданов, Г. Саймон, П. Дунклер, А. Чандлер).

Когнітивний компонент ставлення до грошей визначається загальними економічними знаннями, системою уявлень про монетарні

цінності суспільства, інформацією, яку індивід одержує з різних джерел. *Когнітивний компонент ставлення до грошей* у свідомості суб'єкта пов'язаний з регуляцією уявлень у вигляді грошових мотивів, норм, намірів та готовності до вчинків; умінням аналізувати фінансово-економічну інформацію. *Афективний компонент* об'єднує ті феномени економічної свідомості, які пов'язані з емоційним ставленням до грошової системи суспільства, і проявляється через оціночні судження та грошові емоції.

Отже, економічна соціалізація старшокласників як спосіб просунення до життєвого та професійного успіху в сучасних економічних та соціокультурних умовах не може бути автономним, стихійним процесом. Вирішити проблему стосовно економічної соціалізації, що спрямовується та контролюється, ми пропонуємо за допомогою організації соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації школярів у освітньо-виховному процесі школи, яке повинно характеризуватися ідеями формування монетарної культури на основі ставлення особистості до грошей у ході цілісного психолого-педагогічного процесу.

Стратегія соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації передбачає виявлення факторів, що сприяють економічному самовизначенню та успішній самореалізації в майбутній професійній діяльності; формуванню певного рівня монетарної культури старшокласника, що передбачає постановку мети, врахування реальних умов ринкової економіки, здійснення певних психолого-педагогічних дій, що сприяють розумінню старшокласником того, що економічна соціалізація особистості є способом просунення до життєвого та професійного успіху.

Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації спрямовано на якісно новий рівень фінансово-економічної підготовки школярів. Під час навчання у школі процес економічної соціалізації відбувається на новому рівні (хвильова теорія соціалізації), отримує нову якість, тому що саме в школі відбувається соціальне дозрівання та

дорослішання підростаючого покоління, що надалі сприятиме його адаптації до життя в умовах ринкової економіки. Пізнаючи категорії ринкової економіки – гроші, капітал, конкуренція, інфляція – старшокласник вникає в сутність того, що відбувається у фінансово-економічній сфері суспільства.

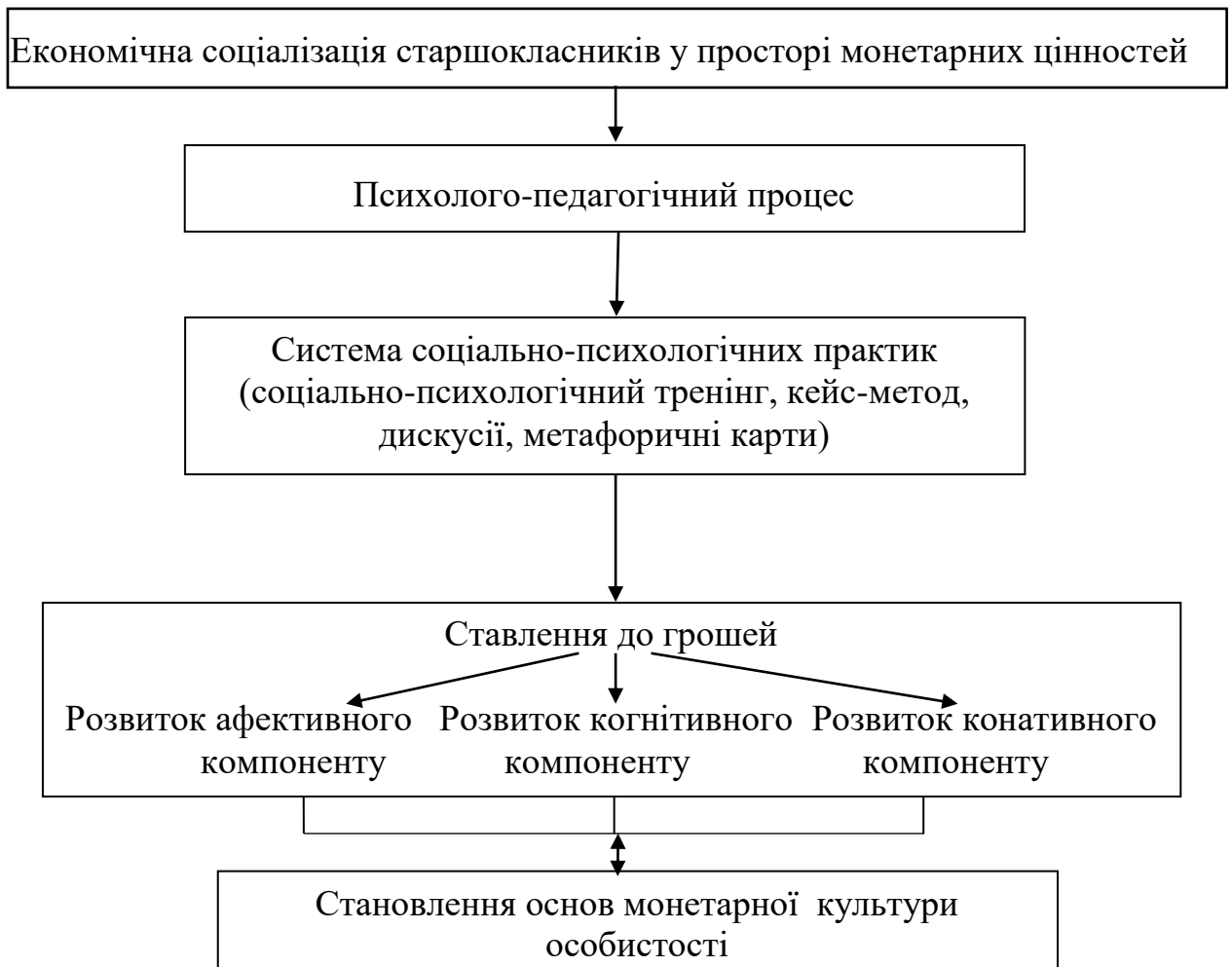


Рис. 3.2. Модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників

Людина в житті виступає і як найманий працівник, і як власник, і як підприємець, але у всіх випадках вона є частиною економічної системи, що розвивається та функціонує за певними законами. Що глибше розвиваються ринкові механізми, то вище роль соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації особистості, яке можна розглядати як спеціально організований процес, в результаті якого у школярів формуються фінансово-економічні знання, компетенції та навички, засвоюються способи

економічної діяльності, формується економічне мислення, що проявляється у формуванні адекватних уявлень про сутність економічних явищ та їх взаємозв'язок, аргументованих суджень з фінансово-економічних питань, придбання досвіду з аналізу конкретних фінансово-економічних ситуацій, тобто відбувається становлення певного рівня монетарної культури.

При проведенні констатувального експерименту ми визначили рівень показників ставлення до грошей старшокласників, що дозволило виокремити фактори та умови, які впливають на рівень сформованості монетарної культури на етапі навчання в старших класах, як при спонтанному, так і цілеспрямованому, спеціально організованому процесі економічної соціалізації.

Нами було розроблено «Анкету для діагностики рівня монетарної культури старшокласників». Анкета містить питання стосовно всіх трьох її компонентів. При розробці анкети використовувались методичні підходи О. Фанталової [143], М. Семенова [122] та ін., а також опитувальники Н. Кавкаєвої [62], адаптовані до теми нашого дослідження.

В анкетуванні взяли участь старшокласники ЗОШ №16 м. Білої Церкви та гімназії «Оболонь» м. Києва (136 досліджуваних), 60 юнаків та 76 дівчат віком 16-17 років.

Наша задача полягала в тому, щоб виявити ступінь інтересу до фінансово-економічних проблем у опитуваних: чи цікавиться старшокласник фінансово-економічними подіями та відповідною інформацією. Нас також цікавила мотивація старшокласника до вивчення економічних дисциплін, яку ми досліджували за такими показниками: чи має місце епізодична допитливість, зацікавленість або проявляється високий рівень інтересу до фінансово-економічних подій та вивчення економічних наук.

Старшокласники відповідали на запитання анкети, які представлені в табл. 3.1. При заповненні анкети школярам потрібно було відмітити літеру,

що відповідала відповіді: «З» – завжди; «Ч» – часто; «НДЧ» – не дуже часто; «Р» – рідко; «Н» – ніколи.

Таблиця 3.16

Запитання анкети для старокласників

	Запитання	З	Ч	НДЧ	Р	Н
1.	Мене цікавлять події, які відбуваються в сфері фінансів у житті країни	20,5	34,6	33,6	10,3	1,0
2.	Я обговорюю з батьками, однолітками проблеми стосовно банківської системи (світової, національної, регіональної)	6,5	27,1	29,9	30,9	5,6
3.	Вважаю, що на уроках з економіки я отримую необхідні знання, які дозволяють краще розуміти процеси, що відбуваються в монетарній сфері країни	39,2	38,3	17,8	3,7	1,0
4.	Читаю статті з фінансово-економічних проблем у ЗМІ (газети, часописи, Інтернет)	9,3	20,6	30,8	32,7	6,6

Майже половина старшокласників (55,1%) проявляють в цілому високу зацікавленість фінансово-економічними подіями, що пояснюється умовами високої динаміки сучасного життя. Проявляє допитливість третина старшокласників та мало цікавляться цією інформацією 11,3% старшокласників. Однак фінансово-економічна тематика не так часто є предметом обговорення для 66,4% респондентів, що, скоріше за все, пояснюється некомпетентністю в цієї галузі, тому що старшокласники тільки починають знайомитися з основами економічної науки.

Фінансово-економічною інформацією володіють 29,9%, інші проявляють до неї незначний інтерес. Глибоке вивчення економічних наук є

важливим для більшості старшокласників (77,5%), і практично цей інтерес реалізують 63,5% учнів. Інші (36,5%) недостатньо активні в засвоєнні економічних знань. Ці дані свідчать про те, що при організації соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників потрібно спиратися на такі методи, які дозволять підвищити рівень фінансово-економічної грамотності, формувати економічне мислення і, в результаті, – економічну, зокрема, монетарну компетентність.

Важливим є виявлення агентів економічної соціалізації, що впливають на цей процес у шкільні роки. При відповіді на запитання: «З яких джерел Ви отримуєте інформацію про економічні події в країні, світі?» були отримані такі результати. Старшокласники на перше місце поставили Інтернет – 80,3%; далі – новини з телебачення та радіо – 74,8%; заняття з економіки в школі – 27,1%; газети та часописи – 24,3%; спілкування з батьками – 19,6%; спілкування з однолітками – 15,9%; виступ політиків, депутатів, відомих економістів – 12,4%; читання наукових статей з економіки – 7,5%. Відповіді старшокласників столиці та регіонів мають незначні відмінності, також як і відповіді юнаків та дівчин.

Отже, дані анкетування дозволяють зробити висновок про те, що провідним агентом економічної соціалізації є засоби масової інформації, передусім Інтернет. Відображається і той факт, що система освіти поступається як агент соціалізації сучасної молоді. Незначним є інтерес і до науково-дослідницької роботі стосовно економічної проблематики.

Для більшості старшокласників, яких ми опитували, основним мотивом навчальної діяльності є пізнавальний інтерес до навчання, оскільки це сприяє розвитку їх інтелектуальних здібностей, розширенню світогляду, формує досвід самостійного пізнання. Тому в ході констатувального експерименту ми зробили спробу більш конкретно виявити мотиви, які визначають прагнення старшокласників оволодіти економічними знаннями в процесі їх навчання у школі. В анкеті учням було запропоновано обрати із декількох варіантів той, що найбільш відповідає їх думці (табл. 3.17).

Таблиця 3. 17

**Розподіл відповідей старшокласників
на запитання «Чому, на Ваш погляд, економічні знання потрібні
сучасній людині?»**

№	Варіанти відповідей	Старшокласники, %
1	Економічні знання допоможуть в організації власного бюджету	47,7
2	Економічні знання потрібні в повсякденному житті людини (споживання, збереження, витрати тощо)	46,7
3	Економічні знання потрібні для майбутньої професійної діяльності	45,8
4	Економічні знання потрібні для розширення ерудиції, підвищення рівня власної монетарної культури	45,7
5	Економічні знання допомагають швидше адаптуватися до ринкової економіки, формують ринкові навички, здатність до прийняття раціональних рішень стосовно грошей	28,0
6	Знання в сфері економіки та фінансів важливі для формування власної позиції як громадянина	18,7
7	Економічні знання не потрібні та не використовуються на практиці	2,8

Дослідження показало, що старшокласники передбачають необхідність отримання економічних знань для успішної майбутньої професійної діяльності, але й не виключають значущості економічних знань для організації власного бюджету. Але лише третина опитуваних старшокласників вважають за необхідне розвинути своє економічне мислення та здібності для самостійного прийняття ефективних економічних рішень, що свідчить про недостатнє розуміння старшокласниками значущості цього фактору як важливої якості сучасного фахівця. Не зовсім старшокласники усвідомлюють те, що розуміння людиною сутності фінансово-економічних процесів у країні створює середовище для формування громадянської самосвідомості особистості.

Отже, потрібно розробити психолого-педагогічні умови забезпечення економічної соціалізації, спрямовані не лише на засвоєння

старшокласниками соціально-економічного досвіду, але і на його перетворення у власні цінності, монетарні настанови, орієнтації, тобто сприяти формуванню у них монетарної компетентності, що передбачає активну життєву позицію та готовність їх до участі в економічному та суспільно-політичному житті власної країни.

Процес соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації будується як поступове формування у молодого покоління системи економічних цінностей і моральних норм, оволодіння основними елементами реальної монетарної культури.

Дослідження *когнітивного компонента* ставлення до грошей передбачало анкетування школярів і дозволило визначити розподіл цінностей сучасних старшокласників. При розробці анкети використовувалась система цінностей за методикою О.Фанталової (адаптованої М. Семеновим) [122], яка передбачає їх відповідність ієрархії потреб, запропонованих А. Маслоу, до якої додана цінність – «гроші». Старшокласники оцінювали цінності за 10-бальною шкалою, де 1 бал – дуже низький рівень цінності, а 10 балів – найвищий рівень цінності. Результати були статистично оброблені. Значущість цінностей за критерієм середньозваженого бала за кожним параметром представлено в табл. 3.18.

Таблиця 3.18

Ранжування цінностей старшокласниками (N=136)

Цінності	Середній бал
Гарна сім'я	8,12
Гарантована робота	6,98
Знайти місце в житті	6,45
Фізична безпека	6,44
Якісне харчування	6,23
Самоповага	5,41
Гроші	5,33
Визнання оточуючих	4,62
Бути залученим до справи	4,31

Найменшими показниками представлені цінності – «визнання оточуючих», що, імовірно, означає байдужість респондентів до соціального оточення, та – «бути залученим до справи», що, скоріш за все, пов'язано з більш раціональним підходом молоді до життя. Сучасна молодь недооцінює те, що людина реалізує себе в тому випадку, якщо вона займається улюбленою справою, яка приносить вагомі результати. Найбільш пріоритетною виявилася цінність – «гарна сім'я». Також старшокласники надають особливого значення такій цінності як «гарантована робота», оскільки доходять розуміння того, що досягнення певного рівня матеріального благополуччя можливе на основі трудової діяльності. Однак помітно проявилася стурбованість молодих людей проблемами безробіття в ситуаціях, коли отримана освіта не гарантує зайнятості.

Ми вважали, що сучасна молодь, яка живе в «епоку грошей», споживацької моделі суспільства, засвоює настанови, згідно яких гроші – головна цінність у житті. Але більш значущими у порівнянні з такою цінністю як «гроші» опинилися цінності – «самоповага» та «знайти місце в житті». Це може означати, що економічна соціалізація у молоді відбувається в період становлення самостійності. Звертає на себе увагу той факт, що старшокласники оцінили «фізичну безпеку» вище цінності – «самоповага», що, імовірно, відображає ситуацію, яка склалася в українському суспільстві.

Співставлення результатів ранжування цінностей старшокласниками столиці та регіонів показало, що юнаки м. Білої Церкви поставили цінність грошей на дев'яте місце, а юнаки Києва – на шосте місце, що свідчить про більший ступінь розуміння юнаками столиці сутності грошей. Дівчата м. Білої Церкви поставили гроші на шосте місце, у той час як київські дівчата – на дев'яте місце. Ці результати показують більший ступінь споживацької спрямованості дівчат столиці, гроші для них не є великою цінністю, вони, скоріш за все, розглядають їх як засіб для життя.

Конативний компонент ставлення до грошей пов'язаний із засвоєнням молоді людиною моделей монетарної поведінки та економічних ролей.

Формуючи власну стратегію монетарної поведінки, вона реалізує свої інтереси, задовольняє свої потреби з орієнтацією на максимум корисності. Саме той критерій визначає ефективність монетарної поведінки та діяльності.

Важливим аспектом є визначення мотивів отримання майбутньої спеціальності, тому що від вибору професії залежить і монетарна поведінка у професійній та інших сферах життєдіяльності. Іншою важливою складовою конативного компоненту ставлення до грошей є використання старшокласниками знань на практиці. У практичній діяльності школярі пізнають функціонування економічної системи в реальності, включаються в економічні відносини, засвоюють основи монетарної культури, необхідні для успішного входження в економічне середовище. За результатами анкетування старшокласників було визначено, що 10,6% старшокласників мають тимчасовий заробіток; 22,4% працюють в основному на канікулах; решта старшокласників не працюють. Причому, переважаючими формами зайнятості є такі: участь у розповсюдженні косметики, сімейному бізнесі. Частина старшокласників заробляє репетиторством. Все вище наведене вказує на ранню економічну соціалізацію підростаючого покоління.

Освоєння економічних ролей у процесі економічної соціалізації може відбуватися на різних рівнях. Роль платника податків може реалізовуватись як на професійному, так і на побутовому рівні. А ролі покупця, споживача виконуються людьми, передусім, на побутовому рівні. Стосується це і учнівської молоді, лише за умови, що старшокласники не володіють повною фінансовою самостійністю, однак можуть самостійно розпоряджатися грошовими коштами як споживачі в рамках своїх фінансових можливостей. Більшу фінансову незалежність мають ті учні, які підробляють у позашкільний час. Значний інтерес представляє структура джерел грошових доходів та напрями їх витрачання сучасними старшокласниками, представлена в табл. 3.19.

Отримані дані дозволяють зробити висновки про те, що основним джерелом збережень у старшокласників є гроші, отримані від батьків і

кошти, які заробили самі старшокласники, що підтверджує висновок про рух учнівської молоді від економічної залежності до незалежності. Перевага статті грошових витрат показує пріоритети молоді: це розваги, модний одяг, транспорт. Грошових витрат потребує і освіта. Викликає тривогу такий факт – 10,3% старшокласників демонструють нездоровий спосіб життя.

Таблиця 3.19

Структура джерел грошових доходів та витрачання грошових коштів

Джерела грошових доходів	Школярі %	Напрями витрачання грошових коштів	Школярі %
Дають батьки та родичі	30,8	Витрачаю на розваги	49,5
Підробляю у позашкільний час	30,8	Купую модний одяг	45,8
Відкладаю гроші	20,6	Витрачаю на навчання (книжки, зошити)	45,7
Економлю на повсякденних витратах на обіди, транспорт	17,8	Роблю подарунки родичам, друзям	40,2
		Витрачаю на відвідування курсів	36,4
		Витрачаю на подорожі	17,7
		Витрачаю на пиво, сигарети	10,3

Отже, результати анкетування свідчать, що старшокласники в цілому орієнтовані через отримання освіти для досягнення успіху в житті мати гідну роботу, високий соціальний статус, що визначає задачу активізації педагогами і психологами соціалізуючого потенціалу освітнього середовища з метою успішної економічної соціалізації учнів, розвитку в них суб'єктних якостей, включення їх у різні види сумісної діяльності.

Для визначення *афективного компоненту* ставлення до грошей нами використовувалася анкета «Моє ставлення до грошей» (Л. Карамушки, О. Ходакевич) (табл. 3.20). Дослідження показало, що лише 31,4%

старшокласників позитивно ставляться до грошей, переважає кількість старшокласників, що негативно ставляться до грошей. На цю проблему потрібно звернути увагу в процесі побудови системи соціально-психологічного забезпечення становлення економічної соціалізації старшокласників.

Таблиця 3.20

**Загальне ставлення старшокласників до грошей
(у % від загальної кількості опитаних)**

Загальне ставлення до грошей	%
Позитивне	31,4
Нейтральне	26,2
Негативне	32,3
Важко сказати	10,1

Отже, дослідження показало особливості змісту ставлення до грошей старшокласників, що проявляється у різному ставленні до грошей, різних видів монетарної поведінки, прагненням фінансово-економічної незалежності.

Визначення конфігурації компонентів ставлення до грошей старшокласників. Базуючись на системному підході дослідження, ми розглядаємо ставлення до грошей особистості як взаємодію і взаємозв'язок визначених нами компонентів, особливості якого характеризуються домінуванням системоутворюючого компоненту.

Взаємодія компонентів ставлення до грошей характеризується тим, що вони розділяються за ступенем їх значущості для життєдіяльності індивіда у певну ієрархічну структуру, поділяючись на компоненти більш або менш значущі. Характер взаємодії, взаємовпливу, єдності компонентів ставлення до грошей визначають їх особливості та динаміку в процесі економічної соціалізації.

Конфігурація когнітивного, афективного і конативного компонентів ставлення особистості до грошей залежить, з одного боку, від зовнішніх факторів (екзосистеми) або вимог та очікувань ціннісно-економічної системи

суспільства, а з іншого – внутрішніх (ендосистеми), які характеризуються потребами і можливостями індивіда.

Узгодженість цих факторів зумовлює ефективність процесу становлення монетарної культури як результату економічної соціалізації особистості. Саме це спонукало нас до визначення конфігурації компонентів ставлення до грошей наших досліджуваних. З цією метою нами було застосовано опитувальни А. Фенема «Ставлення до грошей». Опитувальник містить запитання, які стосуються різних компонентів ставлення до грошей. Нам було важливо виявити ієрархічну структуру цих компонентів та домінуючий компонент, що визначає особливості ставлення до грошей старшокласників. Було застосовано факторний аналіз отриманих даних. Статистична обробка проводилася за допомогою комп'ютерної програми SPSS – 21.0.

В результаті факторного аналізу було виділено 4 незалежні компоненти. Аналіз виокремлених факторів здійснювався на основі факторних навантажень показників після обертання. Розглянемо зміст кожного фактору в порядку зменшення внеску в загальну дисперсію.

Найвагомішим є фактор, який отримав назву «*Тривожність*» (F1) – 16 тверджень (дисперсія – 30%). Другий фактор (F2) – містить 14 тверджень (дисперсія – 18%). Цей фактор отримав назву «*Марнотратство*». Третій фактор (F3) містить 12 тверджень (дисперсія – 15%) та отримав назву «*Обережність*». Четвертий фактор (F4) – 7 тверджень (дисперсія – 10%) отримав назву «*Практичність*».

Виявлена нами чотирьохфакторна структура ставлення до грошей старшокласників дозволяє зробити висновок, що вона є диференційованою. Ставлення до грошей у повсякденній свідомості досліджуваних досягло певного рівня когнітивної складності.

Проаналізуємо кореляційні зв'язки шкал (за ознакою статі), отримані в результаті факторного аналізу (табл.3.21).

Як видно з табл.3.21, найбільші відмінності виявлені за шкалами «Марнотратство» і «Тривожність». Юнаки є більш схильними до марнотратства, ніж дівчата ($U=275,5$; $p=0,012$). Отримані дані за цим фактором демонструють легке ставлення до грошей у досліджуваних юнаків. На ставлення особистості до грошей і грошову поведінку істотно впливають вікові особливості, національні стереотипи, розмір доходів, майнове і соціальне становище, психологічні настановлення, ступінь пошани до грошей як результату діяльності, витрат, зусиль, енергії, часу. Таке ставлення проявляється в тому, що людина не надає грошам визначальної ролі в житті, вільно витрачає наявні грошові кошти, не проявляє особливої турботи про джерела їх надходження, не прагне до їх накопичення як до самоцілі. Люди, що легко ставляться до грошей, часто перетворюються на марнотратів. Вони психологічно схильні брати гроші в борг і не завжди їх віддавати.

Таблиця 3.21

**Порівняння шкал опитувальника «Ставлення до грошей»
у вибірках юнаків та дівчат**

	Дівчата	Юнаки	U	p
Марнотратство	33,95	45,87	275,5	0,012
Обережність	37,38	38,78	399,5	0,479
Практичність	63,26	58,26	535,5	0,207
Тривожність	35,17	46,36	333	0,093

Аналіз статистичних даних в залежності від чинника статі показав більш високий рівень тривожності у юнаків у порівнянні з дівчатами, які більш оптимістично ставляться до грошей, більш позитивно, ніж юнаки. Це можна пояснити тим, що дівчата часто в свій сценарій життя включають заміжжя, що позбавить їх від проблем, пов'язаних із зароблянням грошей. У юнаків ставлення до грошей пов'язано з соціальним статусом, самоповагою, престижем. Вони вже часто розмірковують про статус голови родини, що пояснює їх негативні реакції на ситуації нестачі грошей.

За іншими шкалами опитувальника статистично значущих відмінностей не виявлено.

Отже, отримані фактори дають змогу стверджувати, що у структурі ставлення до грошей старшокласників переважає афективний компонент (тривожність стосовно власного фінансового становища), що вказує на стихійність процесу економічної соціалізації старшокласників, недостатній рівень розвитку когнітивного та конативного компонентів, а також негативно впливає на процес економічної соціалізації та формування монетарної культури.

Психологічні умови формування у старшокласників монетарної культури. Спираючись на завдання нашого дослідження та враховуючи результати констатувального експерименту, нами було визначено мету та завдання етапу дослідження, спрямованого на проведення формувального експерименту.

Мета формувального експерименту: розробити та апробувати тренінгову програму для формування у старшокласників монетарної культури.

Гіпотеза формувального експерименту полягала в тому, що основними психологічними умовами для формування у старшокласників монетарної культури є: а) оволодіння знаннями про монетарні цінності; б) оволодіння старшокласниками уміннями та навичками адекватного використання монетарних цінностей.

Відповідно до мети було визначено такі **завдання** формувального експерименту:

1) розробити зміст та структуру програми «Тренінг формування монетарної культури»;

2) здійснити експериментальну апробацію тренінгової програми.

Для перевірки гіпотези і розв'язання поставлених завдань використовувались такі **методи**: теоретичні (аналіз проблеми на основі літератури з проблеми економічної соціалізації); емпіричні (тестування, опитування); методи математичної статистики.

Виконання завдань формувального експерименту здійснювалося в процесі *трьох основних етапів дослідження*.

На першому етапі дослідження було розроблено зміст і структуру «Тренінгу формування монетарної культури». В основу тренінгу було покладено розроблену автором модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації старшокласників, яка враховує підходи Л. Карамушки, С. Максименка, В. Москаленко.

При розробці технології також враховувались основні проблеми становлення монетарної культури старшокласників та закономірності впливу психологічних чинників на цей процес.

Окрім того, враховувались основні підходи та принципи підготовки й проведення соціально-психологічного тренінгу в психології і, зокрема, у сфері психології грошей і монетарної культури, наявні в психологічній літературі [20;53].

На другому етапі було проведено експериментальну апробацію тренінгу. Апробація «Тренінгу формування монетарної культури» здійснювалась у гімназії «Оболонь» м. Києва. У процесі апробації тренінгу взяло участь 30 старшокласників зазначеного вище освітнього закладу.

Одна з груп була експериментальною, кількістю 15 осіб, а друга – контрольною групою, кількістю 15 осіб. Серед старшокласників даних груп була приблизно однакова кількість юнаків та дівчат, старшокласники мали приблизно однаковий вік (16-17 років).

В експериментальній групі підготовка носила системний, цілісний характер відповідно до розробленого автором тренінгу, спрямованого на формування у старшокласників основ монетарної культури. Для старшокласників, які увійшли до контрольної групи, не проводилася спеціальна психологічна підготовка для формування основ монетарної культури.

Обсяг тренінгу монетарної культури старшокласників складає 8 годин. Кожен модуль складається із занять тривалістю в одну годину, які ми проводили один раз на тиждень.

На третьому етапі було здійснено перевірку ефективності тренінгу. Діагностичний зріз, спрямований на оцінку ефективності тренінгу проводився за допомогою опитувальника А. Фенема («Ставлення до грошей»).

Попередньо ми порівняли особливості показників структури ставлення до грошей представників експериментальної та контрольної груп.

Як видно з табл. 3.22, до проведення експерименту ці показники майже не розрізнялись.

Таблиця 3.22

Порівняння контрольної та експериментальної групи до експерименту (середні значення, в Т-балах)

	КГ	ЕГ	U	p
Тривожність	61,1	62,6	28	0,721
Марнотратство	45,3	46,8	19	0,195
Обережність	40,7	43,3	20	0,234
Практичність	35,6	38,3	26	0,574

Як видно з табл. 3.23, після проведення експерименту середні значення показників компонентів ставлення до грошей в контрольній групі майже не змінилися.

Таблиця 3.23

Порівняння контрольної групи до та після експерименту (середні значення, в Т-балах)

	КГ до	КГ після	T	p
Тривожність	61,1	63,6	16,00	0,844
Марнотратство	45,3	43,3	24	0,461
Обережність	40,7	42,9	14	0,641
Практичність	35,6	32,1	20	0,844

Як бачимо з даних, наведених у табл. 3.3, після проведення експерименту відбулися зміни середніх значень показників у структурі ставлення до грошей у юнаків, які відвідували тренінгову програму, а саме: зросло середнє значення показників «Обережність» (від 38,3 до 43,4 балів) та «Практичність» (від 39,3 до 51,8 балів). Знизився середній бал за показниками «Марнотратство» (від 43,8 до 38,9 балів) та «Тривожність» (від 62,6 до 54,7 балів).

Таблиця 3.24

**Порівняння експериментальної групи до та після експерименту
(середні значення, в Т-балах)**

	ЕГ до	ЕГ після	T	p
Тривожність	62,6	54,7	34	0,023
Марнотратство	43,8	38,9	3	0,039
Обережність	38,3	43,4	1	0,016
Практичність	39,3	51,8	23	0,547

Як бачимо з даних, наведених в табл. 3.25, аналіз результатів повторного дослідження особливостей ставлення до грошей після проведення тренінгу дав змогу спостерігати тенденцію позитивної динаміки. Середнє значення показників «Тривожності» в КГ та ЕГ складає 63,6 і 54,7 балів відповідно. Середнє значення показників «Марнотратства» в КГ та ЕГ – 43,3 та 38,9 балів відповідно. Середнє значення показників «Обережності» в КГ та ЕГ складає 42,9 та 43,4 балів відповідно, а середнє значення показників «Практичності» в КГ та ЕГ – 32,1 та 51,8 балів відповідно, що вказує на доцільність проведення психологічної роботи з учасниками експериментальної групи.

Таблиця 3.25

**Порівняння контрольної та експериментальної групи після
експерименту (середні значення, в Т-балах)**

	КГ після	ЕГ після	U	p
--	----------	----------	---	---

Тривожність	63,6	54,7	55,00	0,015
Марнотратство	43,3	38,9	7,00	0,007
Обережність	42,9	43,4	4,00	0,002
Практичність	32,1	51,8	35,00	0,798

Отже, результати формувального експерименту підтвердили висунуту на початку експерименту гіпотезу і довели змогу використання розробленого нами тренінгу для подолання низького рівня монетарної культури старшокласників.

3.4. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації студентської молоді (моральний аспект)

В рамках системного підходу для вирішення проблеми соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді в сучасних умовах економічну соціалізацію особистості можна розглядати як процес і результат взаємодії між компонентами системи «людина – економічна сфера суспільства». У дослідженні «людина» як компонент системи, представлена студентами вузів, а «економічна сфера суспільства» як компонент цієї ж системи представлена комплексом духовних і соціально-економічних умов країни. Це дозволяє створити цілісне уявлення про процес економічної соціалізації особистості в сучасних умовах.

Забезпечення економічної соціалізації особистості студента має на меті, враховуючи стихійний характер становлення економіко-психологічних якостей студентської молоді, сприяти розвиткові її властивостей і тих соціально-психологічних якостей, які відповідають певному типові економічної культури, що превалує в суспільстві. У своєму матеріальному і духовному виявленні простір економічної культури – це система ціннісних орієнтирів та моральних норм, згідно з якими організовані будь-які зв'язки між людьми в суспільстві, це ціннісно-моральна матриця, яка конституює, зцементовує ці зв'язки в єдине ціле. Економічні цінності суспільства, інтеріоризуючись особистістю в процесі соціалізації і стаючи системою її

економічних ціннісних орієнтацій, безпосередньо впливають на економічну соціалізацію студентства, на процес становлення економічної культури особистості.

Різні системи цінностей детермінують різні соціально-психологічні характеристики особистості, які в узагальненому вигляді (в системі ціннісних репрезентацій, ставлень, настановлень тощо) втілюються в певному соціально-історичному типі особистості, який є відображенням умов життя. Зокрема, система ставлень особистості до таких економічних об'єктів, як власність, гроші, багатство, майно тощо, в яку включається індивід, репрезентується у свідомості студентської молоді у відповідності з її віковими індивідуально-психологічними особливостями. В результаті утворюються різні матриці інтерсуб'єктного соціалізуючого психолого-економічного простору, що детермінує економіко-психологічні параметри особистості, зокрема її економічну культуру.

Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації студентської молоді у вимірі моральних цінностей ми розуміємо як сукупність спеціальних психолого-педагогічних форм, методів і засобів їх розгортання в спеціально організованому психолого-педагогічному процесі, основою, стратегічною метою, результатом якого є формування підприємливого, економічно грамотного спеціаліста, з економічною культурою, яка передбачає засвоєння студентами тих соціально-економічних норм та цінностей, навичок, економічних ролей, зразків економічної та монетарної поведінки, які ґрунтуються на моральних цінностях. Моральність особистості в цьому процесі виступає важливою детермінантою її економічної активності. Моральність суб'єкта значною мірою визначає вибір виду економічної активності, методів і засобів досягнення цілей, а також специфіку його стосунків із партнерами по взаємодії.

Для дослідження соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації студентської молоді у вимірі моральних цінностей нами було використано метод моделювання. Моделювання в психології – це метод

теоретичного дослідження психологічних явищ (процесів, станів, властивостей) за допомогою їхніх реальних, фізичних або ідеальних, абстрагованих аналогів, моделей. Під «моделлю» (від лат. *modulus* – міра, образ, норма) розуміють динамічну систему об'єктів або знаків, що відтворюють деякі сутнісні властивості системи-оригіналу. Модель подібна об'єктові дослідження і відтворює структурно-функціональні, причинно-наслідкові та генетичні зв'язки між його елементами. Модель слугує пізнанню об'єкта дослідження та є засобом отримання нової інформації про нього. Знання, отримані на моделі, можуть бути перенесеними на оригінал. На основі використання моделі дослідник може робити висновки про природу і співвідношенні властивостей (процесів, функцій, механізмів) досліджуваного явища, процесу.

При побудові цієї моделі ми виходили із загальнотеоретичних основ моделювання, у відповідності з якими були визначені характеристики моделі забезпечення економічної соціалізації студентської молоді. При цьому ми враховували, що модель є спрощеним, схематизованим відображенням процесу соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації, яка створюється з метою отримання необхідних даних про досліджуваний процес.

У визначенні складових процесу соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді ми спиралися на традиції соціальної психології, згідно з якими у структурі економічних явищ традиційно виокремлюють такі складові компоненти: когнітивний, поведінковий, афективний та доповнений нами моральний, який наповнює кожен із них етичним змістом (рис. 1.1). Використання даної моделі дасть змогу емпірично виявити, якою мірою моральність як системотвірний компонент економічної соціалізації особистості наповнює етичним змістом когнітивний, поведінковий та афективний компоненти.

Структурно-функціональну модель забезпечення економічної соціалізації студентської молоді можна представити наступним чином (рис.3.3.).

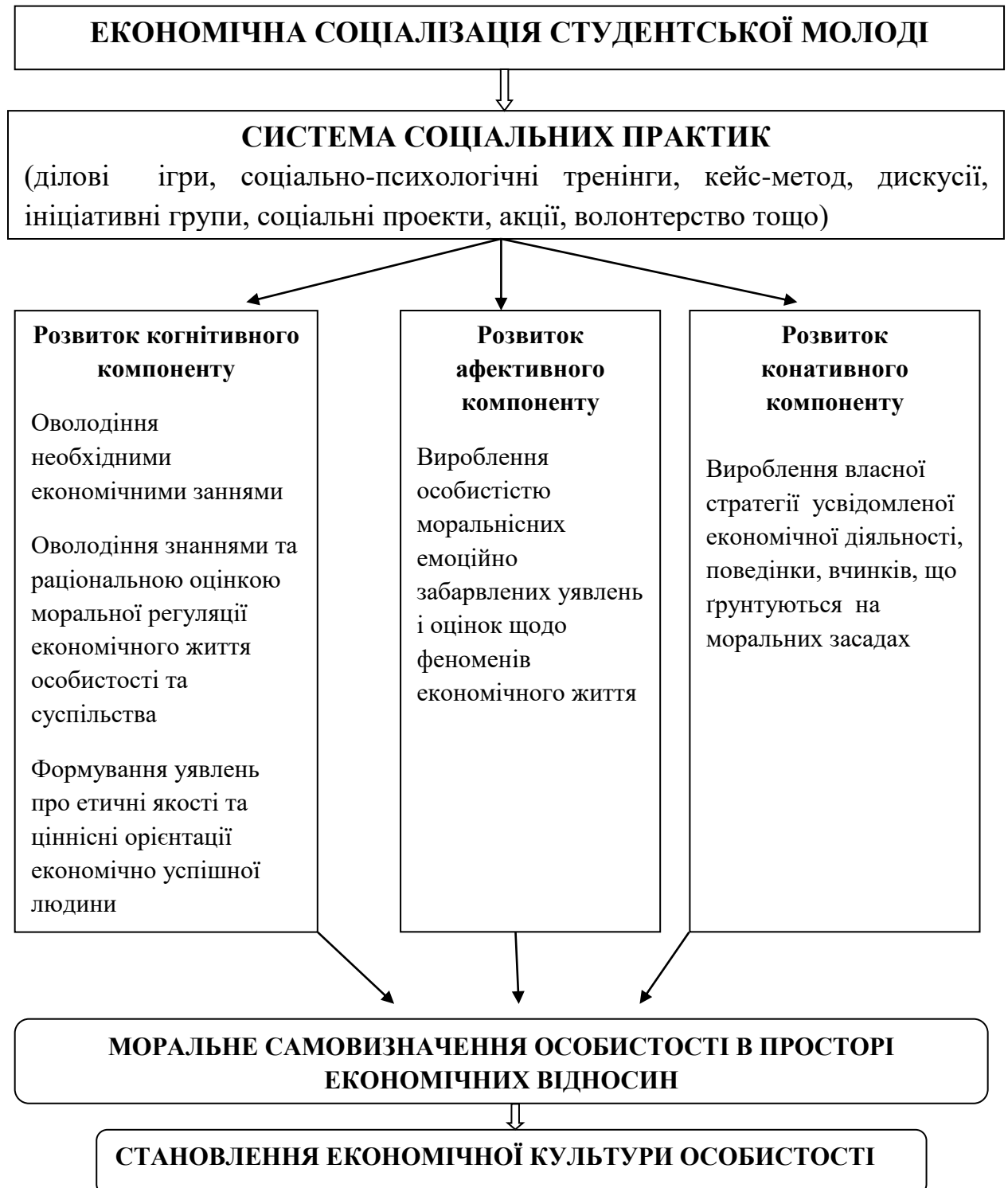


Рис. 3.3. Структурно-функціональна модель забезпечення економічної соціалізації студентської молоді: моральний аспект

Завдяки соціально-психологічному забезпеченню економічної соціалізації у ході навчання у вузі студент повинен сформувавши переконання, що в умовах економічної свободи і конкурентних відносин значення етичного регулювання підвищується. Економічна культура весь час наповнюється новими знаннями, які відповідають новому етапу у розвитку економічної системи. І вона тільки тоді виконує свої функції, коли сповнена моральних орієнтирів.

Студент повинен чітко засвоїти, що ринкове господарство за своєю суттю не може бути аморальним. Адже воно являє собою такий механізм виробництва і розподілу, який забезпечує отримання матеріальних благ для суспільства в цілому, а не для хижацького збагачення і розкошів окремого індивіда. Діючи в рамках ринкової економіки, люди прагнуть до власної вигоди, але досягти поєднання особистих та суспільних інтересів вони можуть лише тоді, коли спираються на загально визнаний етичний фундамент.

Студенти повинні розуміти, що як морально допустимі та недопустимі сприймаються різні цілі, види і способи виробництва, розподілу, обміну та споживання, а також рівні доходу та добробуту. Адже в категоріях добра і зла оцінюються різні економічні об'єкти та явища (гроші і власність, бідність та багатство, діловий світ та кризи, безробіття та реклама та ін.). Моральними чи аморальними вважаються ті чи інші види відносин між людьми в економічній сфері (партнерство, конкуренція, конфлікти, боргові зобов'язання та ін.). На цій основі суб'єкти економічної активності визначають прийнятні чи неприйнятні види економічної діяльності, а також стратегії поведінки в різних умовах та ситуаціях. У той же час обрані чи сформовані умови економічної діяльності здійснюють зворотний вплив на економічне самовизначення ділової людини [51].

Формування моральних ідеалів у пору юнацтва відбувається не на рівні кумирів, як було на попередньому віковому етапі, а після складної

внутрішньої роботи по пошуку узагальненого ідеалу. Тепер принципи поведінки із нестійких, повністю наслідуваних стають внутрішніми, стійкими, морально наповненими. Відбувається укорінення моральної культури особистості. Лише після цього становлення особистості можна вважати закінченим, тобто людина як психологічне і моральне утворення почне діяти як повноцінна особистість.

Мораль здійснює свою регулятивну функцію з допомогою спільних для даного суспільства фундаментальних уявлень про добро і зло, правильне і неправильне, гідне і негідне, справедливе і несправедливе. Моральне регулювання передбачає: а) наявність ідеалу, який виражає уявлення суспільства про моральну досконалість і на цій основі містить портрет «кращого Я» особистості; б) систему норм, виконання яких є засобом досягнення моральної цілі (ідеалу); в) оцінку поведінки особистості; г) специфічні форми контролю, які забезпечують виконання норм. Мораль діє там і тоді, де і коли особистість проявляє вільний вибір поведінки, а, отже, несе особисту відповідальність за цей вибір [24, с. 26].

Становлення економічної культури студентів в умовах закладу вищої освіти є процесом, що підлягає управлінню і повинно відповідним чином забезпечуватися. Його успішність залежить як від вивчення теоретичних основ економіки, так і від використання економічних закономірностей при викладанні усіх спеціальних дисциплін, в позааудиторній роботі.

Особистість, що володіє економічної культурою та економічним мисленням, які ґрунтуються на етичних засадах, повинна: а) вміти адекватно оцінювати процеси, що відбуваються в економічному житті та орієнтуватися в ньому; б) вміти оцінювати державну політику; в) вміти обґрунтовувати технічні рішення з точки зору їх економічної ефективності та морального аспекту; г) вміти грамотно організовувати свою справу та свій побут; д) не спокушатися на сумнівні оборудки, на принади конс'юмеризму; е) володіти знаннями та раціональною оцінкою моральної регуляції економічного життя особистості та суспільства; ж) мати чіткі уявлення про етичні якості

економічно успішної людини; з) володіти власною стратегією усвідомленої економічної діяльності, поведінки, вчинків, які ґрунтуються на моральних засадах.

Економічна культура особистості, яка формується в процесі економічної соціалізації, - це психолого-економічні якості особистості, які є носіями нормативної моделі економічного типу людини, і ці якості зумовлюють входження її в «світ економіки». Тому економічна культура особистості – це не просто економічні знання, економіко-фінансова грамотність та інші навички, а, перш за все, особистісні якості, завдяки яким людина здатна діяти в економічному просторі на засадах моральності. Цих здатностей людина набуває в процесі економічної соціалізації [126,с. 56].

Моральне самовизначення особистості в просторі економічних відносин можна розглядати як трикомпонентний процес (когнітивний, афективний та конативний компоненти). В процесі економічної соціалізації особистість отримує можливість діяти в економічному просторі.

- **Когнітивний компонент** економічної культури особистості являє собою інформацію, яка міститься в індивідуальній або груповій чи суспільній свідомості і потрібна людині для побудови картини економічного світу або її збереження, визначає придбання закінченості, цілісності і несуперечливості внутрішньої картини економічної дійсності, усвідомлення місця власного «Я» у системі економічних відносин. Отже, когнітивний компонент є репрезентацією у свідомості суб'єкта економічної дійсності на основі активізації всіх процесів пізнання. Інформованість особистості відносно економічної реальності знаходиться в прямій залежності від складності того чи іншого економічного феномену та відображення його у відповідних економічних категоріях. Завдяки когнітивній складовій економічної соціалізації індивід засвоює економічні знання, базові економічні поняття та категорії, оволодіває основами знань про сучасну економіку, принципи та закономірності її функціонування.

Афективний (емоційний) компонент економічної культури особистості об'єднує ті феномени економічної свідомості, що пов'язані з емоційно-ціннісним ставленням до соціально-економічного простору суспільства і проявляється через оціночні судження і емоції. Емоційно-оціночна складова виражає особливості сприйняття й оцінку особистістю економічної дійсності, ступінь включеності в економічне життя. Вона включає в себе також систему ставлень до різних економічних об'єктів (власність, гроші, багатство, майно тощо).

Конативний компонент економічної культури особистості відображає мотиваційний настрій, активну діяльність, психологічну готовність до певних форм економічної поведінки. При включенні в реальні економічні процеси у молодих людей здійснюється оцінка себе на ринку праці, йде пошук шляхів досягнення економічної незалежності, формується уявлення про власний бюджет, особливості ощадної та споживчої поведінки, відбувається професійна орієнтація чи вибір кар'єри, починається знайомство з банківською системою, відбувається подальше формування ціннісно-моральних орієнтацій. Конативний компонент забезпечує формування у особистості власної стратегії усвідомленої економічної поведінки, що дозволяє реалізувати свої економічні інтереси, задовольнити свої потреби з орієнтацією на соціальні настановлення та мораль, вироблені в суспільстві.

Визначені компоненти економічної культури особистості – когнітивний, афективний, конативний – існують в системній єдності і взаємозалежності. Якщо розглядати їх з цієї точки зору, то можна виділити особливості їх взаємозв'язку, які характеризуються ієрархічністю і домінуванням одного з них. Можна припустити, що на тому чи іншому віковому етапі економічної соціалізації домінуючим стає певний їх компонент. Імовірно, що на етапі переходу до дорослості домінує конативний компонент, який визначається прагненням юнацтва бути включеним до економічної сфери суспільства в якості суб'єкта економічної діяльності.

Необхідно зазначити, що на визначені нами компоненти економічної культури потужно впливає **моральний–ціннісний компонент (аксіологічний)**, який міститься у кожному вказаному компоненті та відповідає за гнучкість когнітивної сфери в пізнанні законів економічних відносин в суспільстві, визначає позитивну чи негативну емоційну оцінку феноменів економічного простору, суттєвим чином регулює економічну поведінку. Цей компонент економічної соціалізації забезпечує формування ставлення особистості до системи цінностей та моральних норм, наповнює етичним змістом економічну діяльність людини. Вона активно засвоює економічні цінності (праця, власність, гроші та ін.), різні соціальні ролі (виробник, споживач, платник податків, власник, підприємець, акціонер тощо).

Цей компонент включає в себе також ідеал «економічної людини» з її особливими ціннісними настановленнями, який може обслуговувати як руйнівні, так і творчі дії суб'єкта ринкової економіки. Етичний смисл мотивації «особистісного успіху», мотивів накопичення грошей, багатства активно впливають на формування та акценти особистісних пріоритетів в індивідуальній системі цінностей молодого людини. Сучасна молодь живе в «епоху грошей», коли споживча модель ринкової економіки формує у неї настановлення, що гроші – основна цінність у житті. Товарно-грошові відносини все глибше проникають в систему освіти, формуючи особливий стиль ставлення студентів до навчання, коли знання, оцінки, диплом мають грошовий еквівалент [146, с. 238].

А.Л. Журавльов, А.Б Купрейченко визначають психологічні відносини моральності як емоційно забарвлені уявлення і оцінки об'єктів, явищ і подій, пов'язаних із моральністю і моральною регуляцією життя суспільства, групи чи особистості. Психологічне ставлення до дотримання моральних норм – один із компонентів психологічних відносин моральності, який тісно пов'язаний з моральною поведінкою, тобто з конативним компонентом.

- На нашу думку, **когнітивний компонент** в етичному наповненні визначається економічними знаннями і раціональною оцінкою моральної регуляції економічного життя суспільства, групи чи особистості, уявленнями про етичні якості економічно успішної людини.

- **Афективний (емоційний компонент)** визначається емоційно забарвленими думками і моральнісними оцінками особистістю об'єктів, подій і явищ економічної сфери.

- **Конативний компонент** представлений у свідомості суб'єкта у вигляді мотивів, намірів і готовності здійснювати вчинки, пов'язані з моральною регуляцією своєї економічної діяльності та економічної діяльності інших людей.

Об'єкт дослідження: економічна соціалізація молоді.

Предмет дослідження: соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації студентської молоді: моральний аспект.

Мета дослідження полягає у тому, щоб на основі аналізу психологічних чинників і механізмів ефективної економічної соціалізації молодої людини розробити концепцію та модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді.

Дослідження спрямоване на оптимізацію процесу економічної соціалізації студентів шляхом впровадження системи моральнісно орієнтованих заходів, спрямованих на результативність процесу формування економічної культури молодої людини, яка отримує вищу освіту в умовах становлення ринкової економіки.

Відповідно до предмету та мети дослідження було висунуто таку *гіпотезу*:

Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації, орієнтоване на моральні цінності ринкової економіки, сприяє розвитку економічної культури особистості студента за підприємливим типом як результату їх економічної соціалізації.

Відповідно до мети і гіпотези поставлені такі основні *завдання дослідження*:

1. За результатами аналізу наукової літератури з проблеми окреслити теоретичні засади дослідження соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді.

2. Обґрунтувати теоретичну модель моральносно орієнтованого соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді. Здійснити емпіричну перевірку розробленої теоретичної моделі дослідження.

3. Розробити, апробувати та перевірити ефективність ділових ігор з метою оптимізації соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентів (творчі, рольові ігри на економічну тематику, практикуми).

Загальна концепція дослідження, яку розроблено на попередніх етапах, спирається на такі основні положення.

1) Економічна культура особистості визначається як економіко-психологічні якості людини, що забезпечує особистості статус економічного суб'єкта економічної діяльності в економічному просторі певної соціальної спільноти.

2) Економічна культура особистості формується в процесі її економічної соціалізації як послідовне, поетапне включення людини в різні сфери соціально-економічного простору, які відповідають її віковим потребам і можливостям.

3) Чинники становлення економічної культури особистості, зумовлені, по-перше, загальними соціально-економічними цінностями суспільства як певними нормативними вимогами до окремого індивіда, по-друге, індивідуально - психологічними можливостями їх реалізації людиною.

4) Модель емпіричного дослідження закономірностей становлення економічної культури особистості побудована на основі операціоналізації параметрів теоретичної структурно-функціональної моделі внутрішніх та

зовнішніх чинників економічної культури особистості. Внутрішніми чинниками визначено конфігурацію таких структурних компонентів економічної культури особистості як когнітивний, афективний та конативний, моральнісний, а зовнішніми – соціально-демографічні, професійно-рольові та індивідуально-психологічні особливості індивідів.

В основу емпіричного дослідження покладено припущення, що рівень економічної культури молоді виявляється у господарюючому типі особистості, основними характеристиками якого є єдність «економічності» та «моральності» в змісті економіко-психологічних характеристик особистості, які характеризують її як суб'єкта економічної поведінки та забезпечують адаптацію студентської молоді до умов включення її в соціально-економічний простір. Рівень економічної культури особистості визначається нами як критерій економічної соціалізованості особистості.

Емпіричне дослідження соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді (моральний аспект)

Емпіричне досліджування здійснювалось за програмою, яка включала наступні складові: методологію емпіричного дослідження, характеристику вибірки, обґрунтування методичного інструментарію, аналіз та інтерпретацію отриманих даних.

Методологію емпіричного дослідження склали основні положення загальної концепції єдності економічних та моральних цінностей, які нами розроблено на основі теоретичного аналізу робіт з психології моральності та економічної психології [78-80;94-101]

Сутність методологічної концепції нашого емпіричного дослідження полягає в наступному. Існують єдині моральні принципи, які зумовлюють поведінку людей як у сфері господарювання, так і у сфері людських відносин в цілому. Сучасні умови ринкової економіки зумовлюють формування економічного типу особистості, в ідеальному образі якого «економічність»

гармонічно поєднується з «моральністю» в економіко-психологічну властивість, що орієнтує на забезпечення успішної економічної поведінки. Поєднання «економічності» з «моральністю» відбувається завдяки тому, що провідні цінності ринкової ідеології диктують зняття багатьох обмежень для активної і підприємливої особистості. Свобода - важливий ресурс особистості. В той же час, щоб забезпечити цей ресурс, потрібна також інша сторона людських відносин - норми і обов'язки, що реалізуються завдяки відповідальності. Істинна моральність починається тоді, коли людина, відчуваючи в собі силу, енергію, надлишок розуму і волі, починає діяти на благо суспільства і людей. Саме такі дії захищають суспільство і окремого індивіда від виродження людського роду і ведуть до позитивних еволюційних змін.

Згідно з прийнятою у вітчизняній психології точкою зору про те, що будь-яка діяльність людини є системою, яка включена у відносини суспільства, та розглядаючи економічну діяльність як активність, завдяки якій людина прагне досягти хороших результатів в цій діяльності, ми визначаємо економічний успіх як форму самореалізації суб'єкта в сфері економічної діяльності, яка передбачає оцінку з боку суспільства в формі схвалення, а також можливість отримання суспільного визнання і певного статусу[6, 7, 8, 9]. Така сутність економічного успіху виявляється у його взаємозв'язках з моральністю.

На базі експериментального майданчика лабораторії реалізовано діагностичну складову системи соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді. Емпіричне дослідження передбачало визначення співвідношення «економічності» і «моральності» у таких складових економічної культури особистості, як: ставлення до грошей, ставлення до етичних /неетичних способів матеріального самозабезпечення, визначення складових образу економічно успішної людини в уявленнях студентської молоді, оцінка ступеня етичності різних видів матеріального самозабезпечення, оцінка з точки зору моралі законів, що визначають

економічний розвиток нашої країни, пріоритетність духовно-матеріальних начал, особисті ціна економічного успіху, причини, що підштовхують молодих людей до протиправних, аморальних дій в економічній сфері тощо.

Опитування здійснювалося серед студентів Інституту соціальних наук і самоврядування імені Гейдара Алієва Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналу», кафедра загальної та практичної психології (експериментальний майданчик НДР у відповідності з укладеним договором).

У дослідженні взяли участь 40 осіб – юнаки та дівчата у віці переважно 19-20 років (факультет «Психологія», спеціалізація «практичний психолог» - група «Студенти» (серед досліджуваних дівчат більше, ніж юнаків: 65% - жіноча стать, 35% - чоловіча, що загалом відбиває тенденції статевого розподілу у закладі освіти). Вік – переважно 19-20 років (62%), 10% - 18 років; 15% - 21-24 роки; 13% - 25 і більше років. Освіта – незакінчена вища). Контрольну групу склали 40 осіб, слухачі курсів перепідготовки безробітних Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова – група «Батьки» (86,1% - жіноча стать, 13,9% - чоловіча; вік – 46-55 років, освіта: 80,6% - вища, 13,9% - друга вища, 5,5% - незакінчена вища).

Критерієм розуміння особистістю її морального самовизначення виступають оцінки етичності / неетичності різних видів матеріального самозабезпечення. Окремі види цього самозабезпечення можуть бути як неетичними по відношенню до суспільства, тобто порушувати загально визнані норми моралі, наносити шкоду оточуючому середовищу, людям, суспільству, так і по відношенню до особистості. Але при цьому вони можуть бути цілком законними.

Важливе місце в економічній культурі особистості посідає феномен ціннісно-сислової раціональності економічної активності (Журавльов, А.Б. Купрейченко). Він полягає в тому, що суб'єкт вважає розумним приймати рішення і вчиняти в економічному середовищі, орієнтуючись на значущі для

нього життєві принципи, моральні норми, смисли, цінності, ідеали, домагання.

Психологічні проблеми виникають у зв'язку з тим, що включення людини в соціально-економічний простір відбувається в умовах суперечливих моральних орієнтирів та цінностей, в яких зростає імовірність виникнення невизначених соціальних ситуацій вибору існуючих в українському сьогоденні етичних норм. Ця ситуація зумовлена одночасним існуванням в суспільній свідомості полярних ціннісних орієнтацій: цінностей ринкової економіки і тих, що пов'язані з архетипами старого суспільства. Сьогодні в українському суспільстві існують два полюси, дві системи моральних цінностей і норм. Одна базується на загальнолюдських гуманістичних началах, де домінуючими виступають принципи свободи, особистої автономії, поваги до прав інших людей, самореалізації особистості. В основу іншої системи поставлено матеріальні блага, досягнення престижу в очах інших, споживання і придбання, незалежно від того, якими засобами здійснюється досягнення мети.

Конкретна група або особистість в умовах такої суперечливості моральних норм, які чітко не визначають нормативні приписи етичної поведінки в сфері економічної життєдіяльності, в кінцевому рахунку опиняються без основи морального самовизначення, що ускладнює процес розвитку як особистості, так і суспільства в цілому.

Для дослідження когнітивного компоненту забезпечення економічної соціалізації студентської молоді нами спочатку з'ясувалась оцінка студентами впливу законодавчої бази нашого суспільства на дотримання моральних норм. В анкеті завдання було сформульовано так: «Оцініть з точки зору моралі закони, що визначають економічний розвиток нашої країни» (таблиця 3.26).

Як засвідчили результати, представлені в таблиці, переважна більшість опитуваних (88–75%) упевнена, що законодавча база, яка визначає соціально-економічний розвиток нашого суспільства є недосконалою, при її розробці

люблюються інтереси заможних верств населення, створюються сприятливі умови для ще більшого збагачення олігархів, нехтуються інтереси тих людей, які б хотіли чесно вести свій бізнес. Лише невелика частка респондентів (2-3%) вважає, що закони «захищають, враховують інтереси всіх верств населення», мають моральне підґрунтя. Ще Цицерон стверджував, що закони повинні карати зло і заохочувати добро, тобто, закони з допомогою держави повинні заохочувати моральне у суспільстві. Адже мораль – це критерій, який показує, на якому рівні розвитку знаходиться суспільство; вона вносить в економіку своєрідний «обмежувач» безмежних потреб. Якщо у економічних законів такого «обмежувача» немає, то одні верстви населення отримують преференції для свого економічного розвитку, укорінюється всепоглинаючий егоїзм кожного індивіда. Це призводить до паразитування окремих верств населення, до збільшення нерівності у суспільстві.

Таблиця 3.26

Оцінка студентами з точки зору моралі законів, що визначають економічний розвиток нашої країни

Закони, що визначають економічний розвиток нашої країни, з точки зору моралі:	У % від загальної кількості опитаних
1) Захищають, враховують інтереси всіх верств населення.	3
2) Засновані на засадах моральності.	2
3) Несправедливі щодо певних верств населення.	75
4) Дають можливість олігархам ще більше збагачуватися.	82
5) Нехтують інтересами тих людей, які хотіли б чесно вести свій бізнес.	88
6) Здебільшого є аморальними по суті	51

Як відомо, важливу регулятивну функцію в повсякденній життєдіяльності людини відіграють соціальні образи, які включаючись в її індивідуальну картину світу, стають активаторами діяльності. У зв'язку з

цим стають актуальними дослідження закономірностей репрезентації в свідомості людини соціальних цінностей та норм як детермінантів становлення її особистісних властивостей. Соціальні уявлення про успішність і успішну людину, репрезентуючи у свідомості індивідів співвідношення економічного та морального як ядерної ціннісної характеристики образу економічно успішної людини, виконують функцію важливих механізмів самовизначення і самореалізації особистості. Уявлення про соціально успішну людину, які існують у суспільстві, великою мірою визначають активність і напрям розвитку індивідів в сфері економічних відносин, формування їх як суб'єктів економічної поведінки.

Особливо актуальною ця проблема є для сучасної молоді, яка шукає свій шлях у майбутнє. Критерії оцінок молоді людини своєї соціальної успішності великою мірою визначають особливості та характеристики її системи відносин зі світом. Сучасна соціокультурна ситуація орієнтує молодь на мобільність, соціальну успішність, що потребує детального аналізу як психологічних характеристик успішності, так і тих факторів, що її детермінують. Саме цим пояснюється увага науковців до цієї проблеми, а також висока затребуваність у алгоритмах досягнення соціального, професійного, особистісно-сімейного успіху.

У свій час М. Вебер, визначаючи етичний кодекс протестантизму, підкреслював важливість і необхідність для «людини економічної» моральних рис. Підкреслюючи головну роль людського менталітету в розвитку духу капіталізму, основними рисами якого є наполегливість, поміркованість, пунктуальність і справедливість у всіх справах, він наголошував на важливості обов'язків, що полягають у систематичному і раціональному прагненні до законного прибутку в рамках своєї професії. Він підкреслював, що необхідною умовою існування людини ринкового типу є не тільки сама справа з її постійними вимогами, але й невід'ємність таких рис як скромність, неприйняття показної розкоші і марнотратства [22].

Погляд на духовну, етичну регуляцію економічної активності завжди існував у суспільній свідомості людства. Проте активно вона стала досліджуватись з середини ХХ ст., що зумовлено зростаючим впливом великого бізнесу на благополуччя людей. Найбільш розробленою галуззю знань, в якій вивчається питання зв'язку економічної діяльності з моральністю її суб'єкта, є ділова етика, яка традиційно зосереджує увагу на особливостях регуляції економічної активності, що має відношення до бізнесу. Цілком зрозуміло, що економічна сфера суспільства не обмежена діяльністю людей в сфері бізнесу, а охоплює багато інших видів економічної активності в широкому колі суспільних відносин, які відбуваються в різних сферах життєдіяльності людини. У відповідь на затребуваність суспільства в дослідженнях економічної успішності як феномену, який існує в єдності з моральністю людини, в останнє десятиліття з'явилося багато публікацій на цю тему. В психології феномен успішності досліджується в різних напрямках а також в залежності від особливостей різних її сторін. Це не дивно, бо успішність людини є складним конструктом, який відображає високо генералізовану якість особистості, яка пов'язана зі всією системою характеристик як особистості, так і з різними сторонами її оточення.

У дослідженні успіху, успішності в психології виділяються наступні аспекти цього явища: механізми формування установки на успіх у великих та малих спільнотах (Д. Макклеланд), поведінка, спрямована на успіх як вид діяльності людини (В. Фридрих, А. Хофман), мотив прагнення до успіху і мотив уникнення неуспіху (Дж. Аткинсон), потреба у досягненні успіху як одна з фундаментальних соціальних потреб людини (А. Маслоу), чотири основні форми успіху (Г. Л. Тульчинський) [140;141].

В психологічній літературі при збереженні у визначенні об'єктивних характеристик успіху (суспільне визнання, статус, позиція) називаються особливості самої людини, значущі характеристики суб'єкта, а також цінності, що є характерними для даної спільноти. Найбільш широко в літературі представлено різні прототипи успішної особистості. Н. В. Лейфрід

виділяє два прототипи, які найбільш досліджуються за своїми характеристиками. Перший – це той, що досліджується через зовнішні, соціально визнані показники успіху, які відображають найбільш розповсюджені цінності людей сучасного суспільства. Другий прототип – це прототип, який досліджується через особливості уявлень людей, які гнучко вбирають в себе вимоги і реалії соціальної ситуації. До цього прототипу відноситься образ «економічно успішної людини», основною системною складовою якого є єдність економічного та морального як системна характеристика, що детермінована ситуацією ринкової економіки. У вивченні образу «економічно успішної людини» науковці звертають найбільшу увагу на такі аспекти цієї проблеми як функцію творчого конструювання соціальної реальності, детермінацію процесу соціалізації особистості, регуляцію міжособистісних стосунків [82;92].

В межах економічної психології та психології моралі досліджується етико-економічний аспект образу «економічно успішної людини». Зокрема, науковцями російської школи економічної психології під керівництвом А. Л. Журавльова та А. Б. Купрейченко здійснено комплексне теоретичне та емпіричне дослідження морально-психологічної регуляції економічної активності представників різних соціальних груп: підприємців і менеджерів, керівників державних і недержавних підприємств, працівників підприємств різних форм власності. Ними було виявлено цілий ряд індивідуально-психологічних детермінант ставлення до дотримання моральних норм а також встановлено різні їх типи [52].

Взаємозв'язок етичних і ринкових уявлень особистості в процесі її економічної соціалізації ґрунтовно досліджені російськими соціальними психологами О.П. Вяткіним, А.Л. Журавльовим, А.Б. Купрейченко. В їхніх дослідженнях встановлено, що в умовах гострої конкуренції ринку порушення моральних норм стає економічно недоцільним, а в актуальному «Я» особистості виникає дисонанс між етичним та економічним [26; 52].

Неабиякий інтерес являють собою програми емпіричних досліджень і конкретні методичні прийоми, що розроблено науковцями Інституту психології Російської Академії наук для дослідження ролі моральних якостей в регуляції економічної активності особистості. Суспільна думка в останні роки надає все більшого значення моральності економічних суб'єктів. Це пов'язано із захистом благополуччя, безпеки і здоров'я великих груп людей. В результаті цього в наукових дослідженнях, які є відображенням існуючої економічної і соціальної реальності, відбувається зміна наголосів у співвідношенні економіки і моралі: підкреслюється, що економічна діяльність не може бути етично нейтральною. Економічна діяльність повинна сприяти процвітанню суспільства. Науковці в своїх дослідженнях підкреслюють, що економічна ціль (задоволення потреб людини) є в тій же мірі моральною, що й економічно вигідною. Проголошуючи необхідність жорсткого контролю над бізнесом, вони доводять, що в умовах гострої конкуренції це сприяє тому, що порушення моральних норм стає економічно недоцільним [52;78;82;94].

Тому нами вивчались уявлення студентської молоді про етичні якості економічно успішної людини (ідеальний та реальний образ). Загальна концепція дослідження моральності як складової образу «економічно успішної людини» орієнтує подальше дослідження на рівень аналізу реальних показників, на безпосереднє вивчення структурних елементів моральної складової образу «економічно успішної людини», яке організується через залучення в коло дослідження емпіричних фактів. Щоб залучити до дослідження емпіричні факти, потрібно створити методичний інструментарій, завдяки якому встановлювався б їх зв'язок з концептуальним апаратом дослідження, тобто потрібно здійснити процедуру операціоналізації (від лат. *operatio* – дія). Про те, що поняття операціоналізовано, можна говорити лише у тому випадку, якщо розроблено спеціальний методичний інструментарій для його вивчення. Саме тому наступним кроком нашого емпіричного дослідження стало вибір

методичного інструментарію, завдяки якому загальні поняття методологічної концепції переводяться в конкретні показники (індикатори). Для виділення індикаторів моральної складової образу «економічно успішної людини» нами було використано методика вивчення асоціацій на тему «Етичні якості» (А. Л. Журавльова, А. Б. Купрейченко, модифіковану О.В. Лавренко) [2, с. 426].

Для того, щоб образ «економічно успішної людини» став активатором економічної культури особистості, він повинен бути наповнений етичною складовою. Макс Вебер, аналізуючи «ідеальні типи», етичний кодекс протестантизму, підкреслював значення моральних рис для «людини економічної».

Мета дослідження вивчення асоціацій: виявити уявлення респондентів про «економічно успішну людину» та роль морального підґрунтя її вчинків в економічній та соціальній сферах. Для цього були розроблені два «Бланки для вивчення асоціацій». Перший включав в себе відповіді на два запитання: 1) якими етичними якостями володіє «економічно успішна людина»; 2) які якості дозволяють людині досягти економічного успіху, нехтуючи при цьому будь-якими моральними цінностями, нормами (методика А.Б. Купрейченко, А.Л. Журавльова, модифікована О.В. Лавренко). Другий – запитання: 1) які якості спонукають людину здійснювати і підтримувати неетичні дії, вчинки в економічній та соціальній сферах; 2) якими якостями повинна володіти особистість, щоб не допускати неетичних дій, вчинків в економічній та соціальній сферах (авторська розробка О.В. Лавренко).

Якісний контент-аналіз відповідей респондентів за першою методикою показав, що вони виділили 45 якостей «економічно успішної людини», які умовно можна скомпонувати у наступні групи:

I. Етичні якості економічно успішної людини»:

А. Якості моральної свідомості.

Б. Якості, пов'язані зі ставленням до діяльності, праці.

В. Якості, пов'язані зі ставленням до інших людей.

Г. Якості, пов'язані з економічним статусом.

Д. Особистісні якості, які сприяють успіху.

Ж. Якості, пов'язані з іміджем людини.

II. Якості, які дозволяють людині досягти економічного успіху, нехтуючи будь-якими моральними цінностями, нормами

А. Якості морального плану.

Б. Якості характеру.

В. Якості, пов'язані з економічними параметрами.

Семантичний аналіз висловлювань респондентів дозволив оцінити відмінності в уявленнях респондентів про етичні та неетичні якості «економічно успішної людини». Контент-аналіз відповідей показав, що в **етичному плані** «економічно успішній людині» притаманні наступні якості (усього виділено 45 якостей). Зокрема, це: моральність, цілеспрямованість, справедливість, чесність, принциповість, гуманність, вихованість, відповідальність, порядність, скромність, доброта, повага до закону; найбільш часто у відповідях респондентів зустрічаються: чесність (17 разів), порядність (15 разів), моральність (13 разів), відповідальність (10 разів), праця в команді (9 разів).

Водночас респондентами зазначено 17 рис, пов'язаних зі **ставленням до діяльності, праці** як такі, що сприяють досягненню людиною економічного успіху. Це: працелюбність, активність, професіоналізм, наявність чіткої стратегії, успішність, відповідальність, адаптованість, прагнення до мети, успіху, цілеспрямованість, пунктуальність, ініціативність, раціональність, завзятість, добросовісність, енергійність, настирливість. Найбільш часто у відповідях респондентів зустрічаються: працелюбність (11 разів), відповідальність (10 разів), цілеспрямованість (12 разів), адаптованість (8 разів).

«Економічно успішну людину» респонденти характеризують також як заможну, владну, успішну, матеріально благополучну, грошовиту,

заощадливу, напористу, незалежну, підприємливу, яка вміє ризикувати, бути холоднокровною, сміливою вміє працювати в команді. Ці якості можна пов'язати з **економічним статусом людини (12 якостей)**. Найбільш часто серед зазначених якостей можна виділити: успішність (6 разів), грошовитість, матеріальне благополуччя (10 разів) та заощадливість (7 разів), ризикованість (5 разів), вміння працювати в команді (5 разів).

Високоморальна «економічно успішна людина» респондентами уявляється як така, що вміє налагоджувати **стосунки з іншими людьми**, проявляючи до них доброзичливість, комунікабельність, повагу до інших, терпимість, вихованість, емпатійність, дружелюбність, стриманість, великодушність, відкритість, гуманність, тактовність. Тут найбільшу частотність (із 12 якостей) отримали: комунікабельність (7 разів), повага до інших (6 разів), вихованість (6 разів).

Важливе значення для досягнення економічного успіху, на думку респондентів, мають **12 особистісних якостей та рис характеру**: освіченість, самоцінність, мудрість, врівноваженість, відвага, самоконтроль, впевненість у собі, лідерські якості, оптимізм, гнучкість розуму, самореалізація, наполегливість. Серед зазначених якостей явна перевага віддана освіченості людини (9 разів), мудрості (7 разів), впевненості у собі (6 разів) та лідерству (6 разів).

В уявленнях респондентів, економічно успішна людина повинна володіти **певним іміджем**. Його «маркерами» виступають: приємний зовнішній вигляд, фірмові речі, харизматичність, красномовство, хороше здоров'я.

Водночас досягнення людиною економічного успіху може бути здійснене, **нехтуючи будь-якими моральними цінностями, нормами**. У зв'язку з цим респонденти виділили 28 якостей, які несуть у собі ознаку аморальності. Це: прагнення до влади, нечесність та брехливість, егоїстичність, цинічність, безпринципність, аморальність, злодійство, бандитизм та грабіжництво, хабарництво, аморальність, наявність

кримінальних зв'язків, корупційність, використання людей у власних цілях, прагнення до мети за будь-яку ціну, нахабність, зверхність, зухвальство, жадібність, зажерливість, агресивність та злість, авантюризм, шахрайство, пихатість, цинізм та ін.. Найбільшу частотність серед цих якостей отримали: нечесність та брехливість (12 разів), егоїстичність (10 разів), прагнення до мети за будь-яку ціну (10 разів), безпринципність (8 разів), аморальність (7 разів), цинізм (6 разів).

Нехтуванню моральними нормами і принципами, на думку респондентів, сприяють також 8 якостей, пов'язаних з **економічним статусом людини**: любов до грошей, кримінальні зв'язки, шахрайство, прагнення влади, бандитизм та грабіжництво, корупційність, збагачення за будь-яку ціну (надмірне багатство), хабарництво. Серед цих якостей найбільш часто відмічені: любов до грошей (9 разів), корупційність (8 разів), бандитизм та грабіжництво (8 разів), наявність кримінальних зв'язків (7 разів), жадібність (7 разів), хабарництво (6 разів).

Отже, в етичному плані «економічно успішна людина» студентською молоддю уявляється як така, що володіє певним набором якостей. Вона є чесною, порядною, моральною, відповідальною, працелюбною, цілеспрямованою, адаптованою в суспільство, економічно успішною, грошовитою, заощадливою. У спілкуванні з людьми - ввічливою, терпимою, проявляє повагу. Водночас вона повинна бути освіченою, мудрою та впевненою у собі, володіти певним іміджем.

Однак, нехтування моральними принципами та нормами теж сприяють людині у досягненні певного економічного успіху. Основою цього у такому разі стають: прагнення до влади, нечесність та брехливість, егоїстичність, цинічність, безпринципність, аморальність, злочинство, бандитизм та грабіжництво, хабарництво, аморальність, наявність кримінальних зв'язків, корупційність, використання людей у власних цілях, прагнення до мети за будь-яку ціну, нахабність, зверхність, зухвальство, жадібність, зажерливість, агресивність та злість, авантюризм, шахрайство, пихатість, цинізм та ін..

Також цьому сприяють особистісні якості, пов'язані з **економічним статусом людини**: любов до грошей, кримінальні зв'язки, шахрайство, прагнення влади, бандитизм та грабіжництво, корупційність, збагачення за будь-яку ціну (надмірне багатство), хабарництво.

Також за методикою асоціацій досліджувалося усвідомлення студентами ролі морального фактора як чинника етичних та неетичних дій, вчинків особистості у економічній та соціальній сферах.

Відповідаючи на перше запитання, респонденти виділили 38 якостей як такі, що спонукають людину здійснювати і підтримувати неетичні дії, вчинки в економічній та соціальній сферах.

Їх можна умовно скомпонувати у такі групи:

I. Якості, що спонукають людину здійснювати і підтримувати неетичні дії, вчинки в економічній та соціальній сферах.

A. Якості моральної свідомості: жадібність (як пристрасне прагнення до збагачення, наживи), безпринципність (відсутність твердих переконань), цинізм (зневажливе, зухвале ставлення до загальноприйнятих норм моралі, етики, що користуються загальним визнанням, повагою), брехливість (облудність, нещирість, фальшивість), заздрість (неприятно-вороже почуття до успіхів, популярності, моральної переваги інших людей), нахабність (безцеремонне порушення моральних норм, зневажливе ставлення до інших), лицемірство (невідповідність слів, учинків справжнім моральним переконанням, намірам, почуттям, приховування лихих намірів), зрадливість (підступні діяння, відмова від попередніх поглядів, порушення вірності), асоціальність (сукупність рис, що свідчать про відсутність соціальної спрямованості в чий-небудь діяльності, про байдуже ставлення до громадського життя; бажання жити в ім'я задоволення своїх інстинктивних потреб, не звертаючи уваги на норми моралі, вимоги суспільства, схильність постійно порушувати правила й закони співіснування, не зважаючи на можливі покарання).

Б. Якості, пов'язані з особливостями характеру : безвідповідальність (відсутність усвідомлення відповідальності за доручену справу), агресивність (прагнення до наступальних чи насильницьких дій по відношенню до інших людей, ворожість), безвілля (легкодухність, слабодухність, безхарактерність, нерішучість), низька самооцінка (знецінення себе, неадекватність поведінки, що призводить до емоційних зривів, підвищеної тривожності), упертість (намагання все зробити по-своєму, інколи наперекір здоровому глузду, непоступливість), боязкість (несміливість, полохливість, лякливість щодо рішучих кроків), самовпевненість (перебільшена впевненість у власних силах і самому собі, переконаність у своїй досконалості і відсутності помилок), невпевненість у собі (боязнь, внутрішні побоювання, пов'язані з необ'єктивною оцінкою власних можливостей і сил, постійний сумнів у власних рішеннях, недостатнє володіння реальними відомостями про свою особистість).

В. Якості, пов'язані зі ставленням до інших людей: неповага (зневажливе, нечемне ставлення до когось, нешанобливість), байдужість (нечуйність, відсутність інтересу, зацікавленості, індиферентність), гординя (зневажливе, звисоке ставлення до інших, пихатість), егоїзм (себелюбство, байдужість до людей, постійне нехтування суспільними інтересами задля особистих, самолюбство, марнослав'я, честолюбство) та егоцентризм (крайній індивідуалізм, егоїзм), нетерпимість (небажання, невміння терпимо ставитися до когось чи чогось), жорстокість (суворість, різкість, безжалісність, невблаганність, грізність, немилосердність), самолюбство (амбіційність, проїнятість егоїзмом).

Г. Якості, пов'язані з економічним статусом: владність (здатність і схильність нав'язувати свою волю іншим, підкорювати їх собі), бажання отримати адреналін, залежність від інших, низький соціальний статус (пов'язаний з недостатньою матеріальною забезпеченістю).

Д. Особистісні якості, які сприяють вигоді: корисливість (прагнення власної вигоди, наживи, зажерливість, грошолобність, шкурність), власна

вигода (отримання користі, зиску, прибутку в будь-яких економічних діях), меркантилізм (дріб'язковість, ощадливість, корисливість для себе), страх перед майбутнім.

II. Якості, володіючи якими особистість не допускає неетичних дій і вчинок в економічній та соціальній сферах.

Їх умовно можна об'єднати в такі групи:

A. Якості морального плану: моральність (як регулююча функція людської поведінки, реалізація моральних норм в поведінці та вчинках людини), порядність (нездатність на нечесні та аморальні вчинки, доброчесність), наявність благородних цілей діяльності та поведінці, чесність (наявність високих моральних якостей, принципів), справедливість (правильне, об'єктивне, неупереджене ставлення до когось, сповнене морально-етичними засадами), правдивість (моральна якість як здатність говорити істину, не приховувати від інших людей та від самого себе дійсний стан речей), релігійність (сприйняття ідеї Бога, розвиток інтелігентності і добропорядності), духовність (як ідеал, до якого прагне людина у її власному розвитку, орієнтація на вищі, абсолютні цінності, на високу мораль), гідність (якість моральної свідомості, яка виражає уявлення про цінність всякої людини як моральної особистості, усвідомлення людиною своєї громадської ваги, обов'язку, самоповага), принциповість (моральна якість людини, її вміння послідовно керуватися у своїх діях і вчинках стійкими принципами і твердими переконаннями, в істинності яких вона впевнилася і які прийняла як керівництво до дій).

Б. Якості характеру: *вихованість* (наявність і ступінь сформованості у людини соціально цінних якостей і властивостей, що відображають усебічність її розвитку), *рішучість* (сміливість, непохитність у своїх діях, вчинках, рішеннях, що свідчить про впевненість і твердість характеру), *впевненість у собі*, *освіченість* (здатність пропустити через свій розум знання, отримані від доброї освіти, досягти високого рівня розвитку особистості, культурності і моральності), *твердість характеру* (жорстка

послідовність людини у досягненні поставленої мети, відстоювання поглядів, наявність стійких переконань, непохитність, духовна сила), *сила волі* (сукупність позитивних вольових якостей, здатність до самоконтролю і самовладання, стійкість перед всілякими спокусами і шкідливими звичками), *самоповага* (поваги людини до самої себе, заснована на об'єктивних достоїнствах і успіхах), *гнучкість характеру* (здатність швидко змінюватися, вміло і швидко пристосовуватися до різних обставин), *цілеспрямованість* (уміння людини керуватися у своїх діях не випадковими прагненнями, а стійкими переконаннями, принципами).

В. Якості, пов'язані зі ставленням до інших людей: доброзичливість (соціально позитивне ставлення до людей, готовність допомогти, проявити увагу до оточуючих людей, не поспішаючи критикувати їхні дії та вчинки), гуманізм (глибока повага до людини та її гідності, позитивне ставлення до людей, їхнього життя і діяльності, людинолюбство, щиросердечна теплота), відкритість (готовність пустити партнера в свій соціальний світ, легко поспілкуватися, не приховуючи свої думки і дії. Не маючи під собою корисливих цілей), повага інших людей, толерантність (здатність сприймати без агресії думки, які відрізняються від власних, а також особливості поведінки, способу життя, звичаїв, ідей, вірувань інших людей), щирість (безкорисливість, чистосердечне вираження своїх почуттів, думок, відвертість), альтруїзм (безкорисливе піклування про благо інших і готовність жертвувати для інших своїми особистими інтересами), незалежність (можливість приймати самостійні рішення, які підкорюються власним бажанням та інтересам і не потребують зовнішніх вказівок та наказів, синонім свободи), емпатія (розуміння іншої людини шляхом вчування в її переживання, усвідомлення її емоційного стану), лідерство (вплив на інших людей, здатність скеровувати і організовувати поведінку і діяльність інших людей, приймати найвідповідальніші рішення, що стосуються інтересів усієї групи людей), турботливість (приділення дієвої уваги до чийось потреб, піклування про когось), комунікабельність

(установлення контактів і зв'язків, здатність до конструктивного спілкування, плідної взаємодії з іншими людьми), тактовність (вміння вести себе відповідно до прийнятого етикету і етичних норм, не лише просте дотримання правил поведінки, але й уміння розуміти співрозмовника і не допускати неприємних для інших ситуацій), здатність до компромісів (здатність досягти згоди з іншими людьми шляхом взаємних поступок).

Г. Якості, пов'язані зі ставленням до діяльності, праці: відповідальність (свідоме ставлення людини до вимог суспільної необхідності, обов'язків, соціальних завдань, норм і цінностей; усвідомлення суті та значення діяльності, її наслідків для суспільства і соціального розвитку, вчинків з погляду інтересів суспільства або певної групи), кмітливість (здатність добре і швидко міркувати, тямущість).

Д. Якості, пов'язані з іміджем людини: харизматичність (наділення особистості властивостями, що викликають високу повагу до неї та безумовну віру в її можливості; висока обдарованість, особлива привабливість).

Отже, контент-аналізом встановлено, що респонденти виділили **38 якостей** як такі, що спонукають людину здійснювати і підтримувати **неетичні дії**, вчинки в економічній та соціальній сферах. Найбільшу частотність отримали якості: аморальність, жадібність, брехливість, егоїзм, заздрість, владність. Також студентами відмічено, що скрутне матеріальне становище (при цьому 28% опитаних зазначають, що вони невдоволені нинішнім рівнем свого матеріального забезпечення, 50% зазначили дещо середню задоволеність, 22% – цілком задоволені), бажання отримати адреналін, бажання власної вигоди спонукають людей здійснювати і підтримувати неетичні дії, вчинки в економічній та соціальній сферах.

Також респонденти виділили **39 якостей**, володіючи якими особистість **не допускає неетичних дій і вчинок в економічній та соціальній сферах**. Найбільшу частотність отримали якості: висока

моральність, порядність, чесність, принциповість, доброзичливість, справедливість, вихованість, відповідальність, наявність благородних цілей.

Для дослідження афективного компоненту забезпечення економічної соціалізації студентської молоді нами було використало блок питань з анкетного опитувальника щодо визначення співвідношення «економічності» і «моральності» у таких складових економічної культури особистості, як: ставлення до грошей, ставлення до етичних /неетичних способів матеріального самозабезпечення тощо. Відповіді респондентів щодо цього блоку питань аналізувалися для двох вікових категорій – студентської та «батьківської».

«Економічний інтерес» особистості є частковим випадком такої раціональності, тобто тим випадком, коли основні життєві цілі і цінності суб'єкта в його свідомості виявляються тісно пов'язані з матеріальними благами та економічними ресурсами.

Морально-психологічні компоненти економічного самовизначення особистості детермінують її економічну активність як безпосередньо (обмежуючи вибір допустимих норм поведінки – через оцінки етичності чи неетичності тих чи інших способів економічного самозабезпечення, ділової поведінки тощо), так і опосередковано – здійснюючи вплив на рівень домагань і цілі економічної діяльності (через ставлення до економічних об'єктів і явищ – власності, грошей, багатству, бідності, безробіття, реклами, позик тощо), а також через ставлення до дотримання етичних норм, до ділових партнерів тощо.

Цей вплив може бути як усвідомленим, так і неусвідомленим. Відповідно і економічна активність суб'єкта, її результати, умови визначає морально-психологічні складову економічного самовизначення особистості. Для дослідження ставлення особистості до неетичних способів матеріального самозабезпечення використано опитувальник А.Б. Купрейченко (2010). За нею виявлено такі результати (табл.3.27-28).

Співставляючи отримані дані, можна констатувати, що і «Батьками», і «Студентами» найбільш поширені в суспільстві неетичні способи матеріального самозабезпечення суб'єкта оцінюються як «неприйнятні, тому що аморальні». Однак по окремим способам матеріального самозабезпечення оцінки різняться. Так, у 2,5 разів більше «Батьків» оцінюють небезпеку **фінансових пірамід**, ніж «Студенти» (71% проти 28%). Якщо лише 2% «Батьків» визнають «Фінансові піраміди» цілком етичним способом матеріального самозабезпечення, то серед «Студентів» цей показник складає 18% (у 9 разів більше). У даний час кількість таких пірамід величезна, особливо в мережі Інтернет, активними користувачами якої є студентська молодь, і не менш велика небезпека фінансового розорення, яку вони представляють. Учасниками фінансових пірамід, пропозиції про вступ в які приходять на поштову скриньку практично щодня, часто стає молодь, до того ж із вищою освітою, подекуди навіть економічною; усі вони свідомо йдуть на ризик, не усвідомлюючи при цьому, як неетичність цієї оборудки, так і фінансові втрати.

Таблиця 3.27

**Ставлення до неетичних способів матеріального самозабезпечення
(у % від загального числа, «студенти»)**

Спосіб матеріального самозабезпечення	Цілком етичний спосіб	Для мене неприйнятно, тому що аморально	Допустимо для мене лише в критичній ситуації	Допустимо, якщо моя роль в цій справі цілком законна та моральна
Розважальний бізнес, що експлуатує сексуальність	13	60	17	10
Фінансові піраміди	18	28	28	28
Шлюб за розрахунком	14	63	18	5
Ворожіння, магія	15	45	28	15
Екстрасенси	13	38	35	15
Діяльність в релігійних сектах	8	83	3	8
Виробництво і торгівля шкідливих для екології та людей продуктами	8	65	20	7
Неетична реклама	18	40	30	13

Є фірми, які працюють виключно з пенсіонерами й студентами. Так, у фінансову піраміду Хелікс (Helix Capital) була втягнута частина студентів Тернопільського національного економічного університету. Популяризації цього виду шахрайства серед студентів та молоді сприяла агресивна реклама активістів «Хеліксу», які заявляли про вкладення ними залучених у вкладників коштів у так звані перспективні види бізнесу, від яких можна буде отримувати шалені відсотки 120-200% на рік.

Таблиця 3.28

**Ставлення до неетичних способів матеріального самозабезпечення
(у % від загального числа, «батьки»)**

Спосіб матеріального самозабезпечення	Цілком етичний спосіб	Для мене неприйнятно, тому що аморально	Допустимо для мене лише в критичній ситуації	Допустимо, якщо моя роль в цій справі цілком законна та моральна
Розважальний бізнес, що експлуатує сексуальність	13	73	4	9
Фінансові піраміди	2	71	13	13
Шлюб за розрахунком	7	56	30	7
Ворожіння, магія	9	53	22	16
Екстрасенси	20	38	20	24
Діяльність в релігійних сектах	7	78	2	11
Виробництво і торгівля шкідливих для екології та людей продуктами	4	73	7	16
Неетична реклама	4	69	11	13

Жертвами бізнесових шахраїв найчастіше стають саме бідні люди, яким «так не вистачає грошей», що вони готові навіть взяти в борг, аби швидше отримати великий відсоток від своїх «інвестицій», а також молоді люди, яким теж хочеться мати пристойні статки для забезпечення своїх різноманітних потреб. Вони не дають собі звіту, що фінансова піраміда експлуатує одну з головних людських вад – жадібність, прагнення до швидкого збагачення, до «халяви».

На території України зараз особливо популярні діючі проекти «Меркурій» та «МММ Глобал». Успіх «МММ» в момент заснування багато в чому був обумовлений агресивною рекламою, героями якої були прості громадяни нашої країни. У зв'язку зі стрімким поширенням Інтернету видозмінилася тактика залучення нових членів до піраміди. «МММ» через багато років після свого першого старту перекочувала в Інтернет. Завдяки соціальній активності профілів клубу новим учасникам пропонується інвестувати в біткоіни – надпопулярну в цілому світі криптовалюту. Однак ніхто не дає ніяких гарантів захисту грошей вкладників, тобто коли «бульбашка» лопне – всі інвестиції одразу ж перейдуть до засновників. В Інтернеті також працюють зареєстровані за кордоном фінансові піраміди Qnet і OneLife з псевдокриптовалютою OneCoin. Останні активно набирають гроші у населення, розповідаючи небилиці про криптовалюту, і, вправно маніпулюючи незнанням людей в цій сфері, «видурюють» у них в середньому 1000 - 5000 Євро, в залежності від вартості «пакета».

Ставлення до неетичної реклами. Сучасний світ сьогодні неможливо уявити без реклами, нею нині просякнуті всі сфери життя. Реклама, як відомо, рушій торгівлі. Вона допомагає дізнатися про нові товари і послуги, зорієнтуватися в безмежному морі виробництва і споживання. У рекламному світі нині перетинаються соціальні, культурні, економічні, моральні, екологічні, політичні, правові та інші аспекти життєдіяльності людини.

Та реклама не лише інформує, вона є могутнім засобом впливу і маніпуляції людиною, оскільки здатна формувати і змінювати світогляд і поведінку людей. Секрет дії реклами криється у використанні найтонших особливостей людської психології. Адже найчастіше вона діє не на логічному рівні, не на розум, а на емоції та підсвідомість.

Головні негативні моменти цього впливу полягають у тому, що реклама спричиняє стереотипізацію мислення, а відтак – поведінки, нав'язує готові моделі й стандарти життя, спонукаючи її тим самим до конс'юмеризму. Реклама навіює людині думку, що якщо вона купить ту чи іншу річ, то стане

щасливішою, привабливішою, успішнішою, що це сприятиме підвищенню її статусу. Люди оцінюють себе та інших в залежності від того, чим вони володіють, а не від їхніх особистих якостей. Так формується система цінностей, орієнтована виключно на споживання. Але неможливо купити все, особливо з огляду на матеріальний стан переважної більшості. У звичайному житті пересічні люди не можуть виглядати такими привабливими і успішними, як герої рекламних роликів. Все це призводить до виникнення у багатьох людей, особливо молодих, комплексу меншовартості. Тим більше, що праця, пов'язана з досягненням добробуту, залишається «поза кадром». Подібні уявлення нерідко спричиняють асоціальну, аморальну поведінку молоді.

Реклама є особливим видом соціальної комунікації, що здійснюється за допомогою обміну діями породження і інтерпретації спеціально створених текстів та візуальних матеріалів. Як певна соціальна реальність, вона являє собою набір найбільш вживаних зразків поведінки, діяльності, спілкування, взаємодії (як моральних, так і аморальних). Вона здатна не тільки створювати нові потреби в товарах, але може формувати більш складні психічні утворення, такі, як світогляд, естетичні смаки, соціальні цінності, стиль життя, моральні принципи та інше. Причому, часто це відбувається абсолютно непомітно для людини, на основі дії безлічі психологічних механізмів. Тому дуже важливо, щоб людина добре усвідомлювала не тільки позитивні, корисні пропозиції з боку реклами, а й небезпеки, які вона таїть у собі.

Закон України "Про рекламу", Міжнародний кодекс рекламної практики встановили стандарти етичної поведінки, яких повинні дотримуватися всі сторони, що мають відношення до рекламної діяльності: рекламодавці, рекламовиробники, засоби масової інформації. Окремо заборонена недобросовісна реклама, яка внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, умовчання, порушення вимог

щодо часу, місця і способу розповсюдження, вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам та державі.

Порушенням закону є свідомо помилкова і прихована реклама, яка навмисне вводить споживача в оману. Багато громадян нашої країни встигли постраждати від недобросовісної і свідомо помилкової реклами. Так, за даними слідства, втрата великих грошових сум у зв'язку з крахом фінансової піраміди МММ коштували життя 52 вкладникам. Це приклад завідомо неправдивої реклами.

Однак неетична реклама (з натяками на інтимну сферу людини, де жінок вважають за шматок м'яса, а чоловіків - за шалених звірів, «готових накинутися на свіжину», із закликами до участі в фінансових пірамідах тощо) – явище доволі поширене. Усвідомлюючи це, 69% «Батьків» вважають її неприйнятною як таку, що є аморальною, а студентів лише 40% (в 1,7 разів менше). Водночас втричі більше студентів, ніж «Батьків» (30% проти 11%) допускають використання неетичної реклами для матеріального самозабезпечення лише в критичній ситуації.

Утвердження та тотальне домінування масової культури формує базовий тип особистості – споживача, який свою самодіяльність здійснює виключно на основі рекламних установок, що може призвести до витіснення етичної компоненти з його свідомості.

В оцінці **виробництва і торгівлі шкідливими для екології та людей продуктами** респонденти обох вікових груп виявилися майже однотайними: лише 4% «Батьків» та 8% «Студентів» вважають такий спосіб матеріального самозабезпечення цілком етичним. А переважна більшість (73% «Батьків» і 65 % «Студентів») вважають неприйнятним як аморальний. Однак в 2,9 разів більше студентів, ніж «Батьків» допускають використання цього способу лише в критичній ситуації. Зате вдвічі більше «Батьків», ніж «Студентів» допускають цей спосіб за умови законності та моральності своєї ролі в цій справі.

Харчування – одна з головних функцій організму, що забезпечують його життєдіяльність. Повноцінне харчування разом із іншими оптимальними умовами природного середовища сприяє нормальному розвитку організму людини, її фізичній та розумовій працездатності, витривалості й забезпечує кращі адаптаційні можливості. І, навпаки, недостатнє й нераціональне харчування знижує опірність організму до шкідливих впливів, порушує обмін речовин і призводить до захворювань крові, печінки, підшлункової й щитоподібної залоз та інших органів і передчасного старіння людини.

Екологічна безпека продуктів харчування сьогодні – це глобальна проблема, оскільки зачіпає не лише здоров'я людини, але й впливає на всю економіку країни. Якість продуктів харчування впливає на рівень життя, соціальну активність людини, демографічний аспект її існування. Щоб забезпечити високий рівень життя людини в державі, розвиток економіки, необхідно приділяти екологічній безпеці продуктів харчування підвищену увагу. Протягом всього існування людини її життєдіяльність підтримувалася завдяки споживанню харчових продуктів і води. Тому одним із основних факторів, що визначають перелік ознак здоров'я людини, є ступінь екологічної чистоти продуктів харчування і питної води. Статистика показує, що з усієї кількості шкідливих речовин, які надходять в організм людини, близько 80% знаходяться в продуктах харчування і напоях.

У даний час практично всі харчові технології використовують харчові добавки. Їхні концентрації практично є нешкідливими для людини. Але фізіологічні особливості кожної людини, схильність організму до конкретних захворювань можуть викликати негативну реакцію при регулярному чи надмірному споживанні їжі з відповідною харчовою добавкою.

Здоров'я людини переважно визначається впливом факторів навколишнього середовища, у тому числі якістю харчових продуктів. Недбайливе, корисливе ставлення людини до біосфери призвело до того, що рослинний і тваринний світ став також небезпечним для людини. Безпека

продуктів харчування – це відсутність шкідливого впливу на здоров'я людини при їх вживанні, а саме токсичної, канцерогенної, мутагенної і тератогенної дії всіх складників. У сучасних умовах людина все менше довіряє якості вироблених продуктів. Це пов'язано як з погіршенням умов навколишнього середовища (підвищена хімізація і індустріалізація виробництва), так і з генною модифікацією продуктів харчування і низьким контролем якості в процесі виробництва продуктів харчування.

Однак гонитва виробників за наживою при виробництві продуктів харчування призвела до нехтування їх безпекою для людини і надала цій проблемі статусу моральності. Тому переважна більшість респондентів обох вікових груп (73% «Батьків» та 65% «Студентів») визначають **«виробництво і торгівлю шкідливими для екології та людей продуктами»** неетичним способом матеріального самозабезпечення. Лише незначна частина респондентів (4% «Батьків» та 8% «Студентів») позначають для себе таке виробництво цілком етичним способом. Майже втричі більше «Студентів», ніж «Батьків», допускають цей спосіб матеріального самозабезпечення лише в критичній ситуації.

У 2,3 разів більше «Батьків», ніж «Студентів» (16% проти 7%) допускають «Виробництво і торгівлю шкідливими для екології та людей продуктами» як можливий спосіб матеріального самозабезпечення, із застереженням «якщо при цьому їхня роль у цій справі буде цілком законною та моральною». Можливо, така оцінка «Батьків» викликана тим, що доросле населення більше переймається способами матеріального забезпечення, ніж юнаки, які не беруть до уваги екологічну шкідливість продуктів харчування.

Ще одним способом матеріального самозабезпечення є **діяльність в релігійних сектах**. Однак цей спосіб може бути реалізований, якщо людина є одним із керівників секти чи її підрозділів. Якщо ж вона є рядовим членом секти, адептом, то її матеріальні статки стають джерелом прибутку і збагачення керівників.

Діяльність секти, як і будь-якого іншого громадського об'єднання, потребує значних фінансових ресурсів. Лідери сект дають своїм послідовникам конкретні завдання: вербувати нових людей, виманювати гроші на організацію, уривати стосунки з рідними і навіть іти з роботи і продавати все майно на благо секти.

Керівники сект прямо закликають своїх мирян до комерційної діяльності. Так, під час відзначення чергової річниці Церкви «Посольство Боже» при вході до Київського Палацу спорту було розміщено багато рекламних плакатів фінансових організацій, засновниками яких є послідовники Церкви. В одній із реклам пропонувалося вкладати гроші під 36% річних і наголошувалося, що «без молитви до Бога прибуток не прийде до людини». Адепти церкви повинні обов'язково відшкодовувати десяту частину заробітку, здійснювати інші пожертви.

Нерідко секти стають прибутковим підприємствами. Так, засновник Руху Трансцендентальної медитації Махаріші Махеш Йоги відомий не лише своїм вченням, а й тим, на його ім'я зареєстровано 57 торгових марок, які принесли йому 4 млрд. дол. прибутку. Вчення Махаріші дозволило йому створити фінансову імперію, що включає навчальні центри, організації, зареєструвати назву «трансцендентальна медитація» як бренд, що дає значні прибутки.

Усвідомлюючи комерційний характер такого способу матеріального самозабезпечення, лише незначна частина респондентів позначила його як цілком етичний (7-8%), основна частина визнала його як неприйнятний, тому що аморальний (78 % «Батьків» та 83 % «Студентів»). І досить незначна частина (2-3%)допускають його використання лише в критичній ситуації.

Однією з причин поширення комерційної діяльності сект в Україні стало те, що вітчизняна культура зазнає впливу американської, яка культивує основний напрям самореалізації особистості через трудову діяльність, основним мірилом якої є багатство, а життєвий успіх вбачається

не у внутрішньому самоудосконаленні, а в результатах висхідної вертикальної мобільності в структурі суспільства.

Розважальний бізнес – один із наймасштабніших на нашій планеті. Мільйони людей несуть свої гроші, щоб відпочити і весело провести свій час в тому чи іншому закладі розваг. Кожен підприємець мріє знайти такий бізнес, який би не вимагав наявності спеціальних знань, щоб не було потреби вирішувати проблеми з постачальниками, заборгованостями тощо. Саме таким вимогам відповідає **розважальний бізнес, що експлуатує сексуальність** людини. Його індустрія теж може стати одним із способів матеріального забезпечення.

Сексуальність людини – це складова частина цілісної особистості, взаємозалежність її біологічних, психологічних, соціокультурних вимірів функціонування як статевої істоти. Секс-індустрія, особливо на Заході, живе та процвітає, поширюючись через клуби за сексуальною ознакою (наприклад, клуби для чоловіків, жінок, сексуальних меншин, з сексуальною експлуатацією дітей). Певного поширення, маскуючись під різними пристойними гаслами, вона набула і в нашій країні.

Оцінюючи духовне спустошення для особистості такого розважального бізнесу (видовищні заходи, обіг продукції сексуального та порнографічного характеру, клуби за сексуальною ознакою тощо), респонденти обох вікових груп оцінюють його як «неприйнятний спосіб матеріального самозабезпечення з мотивів аморальності» (73 % -«Батьки» та 60% - «Студенти»). Водночас обидві категорії опитаних (13%) визнають його етичність, а вчетверо більше молодих людей, ніж старше покоління, допускають для себе використання цього способу лише в критичній ситуації (17% проти 4%).

По-різному респонденти ставляться до **шлюбу з розрахунку** як способу матеріального самозабезпечення. Шлюб - це історично сформована узаконена і врегульована суспільством форма стосунків між чоловіком та жінкою, що визначає взаємні права й обов'язки по відношенню один до

одного в сексуальній, економічній та господарсько-побутовій сфері. Водночас шлюб як соціальний інститут забезпечує відповідний моральний контекст для утворення сім'ї та впорядкування суспільства.

Як відомо, шлюб з розрахунку є одним із найдавніших видів шлюбу, і сьогодні він став доволі буденним явищем. Стереотипно, сучасні люди старшого покоління здебільшого вважають, що такі шлюби не можуть бути щасливими. Очевидно, для молодих людей одруження з матеріально забезпеченою особою може стати тим каналом, який дасть змогу покращити не лише своє матеріальне становище, а й дати основу для підвищення свого статусу у суспільстві, для налагодження отримання «потрібних, вигідних зв'язків», влаштуватися на престижну і високооплачувану роботу, або не працювати зовсім, зайняти певне соціальне становище. Багато хто прагне забезпечити безбідне існування не тільки собі, а й своїм потенційним дітям. Молоді люди за браком життєвого досвіду до кінця ще не усвідомлюють, що гроші не вирішують усіх проблем і не роблять людей щасливими. Більш того, іноді навіть роблять людей самотніми і нещасними. Без грошей ще можна якось прожити, а от без любові у шлюбі – навряд чи.

Удвічі більше «Студентів», ніж «Батьків» (14% проти 7%) схильні вважати «шлюб з розрахунку» цілком етичним способом матеріального самозабезпечення. Переважна більшість «Батьків» (56%) та студентів (63%) вважають для себе такий шлюб неприйнятним, як аморальний за своєю суттю. В оцінці допустимості такого шлюбу лише в критичній ситуації (30% - «Батьки», 18% - «Студенти») чи за умови законності та моральності (7% - «Батьки», 5% - «Студенти») респонденти обох вікових груп майже однастайні.

В дискусії, проведеної після анкетування, студенти, оцінюючи шлюби з розрахунку, вказали, що в розрахунок може йти психологічний та моральний аспекти (люди одружуються і виходять заміж через страх залишитися на самоті або через бажання мати дітей; намагаються знайти в партнерові певну підтримку, однодумність; відповідально підходять до вибору партнера,

зважають всі «за» і «проти», дуже критично ставляться до людських якостей тощо).

Поміж усіх способів матеріального самозабезпечення найбільш лояльно респонденти обох вікових груп ставляться до оцінки діяльності **екстрасенсів** як неприйнятних з точки зору їх аморальності (38%). Сьогодні друковані та електронні ЗМІ, телебачення заповнили різноманітні комерційні програми, відеосюжети, де пропонують платні послуги сумнівного змісту, стосовно передрікання майбутнього (долі), різноманітні телевікторини, конкурси, які надають послуги, зокрема через платні номери та СМС. Водночас в 1,5 разів більше «Батьків», ніж «Студентів» визнають діяльність екстрасенсів цілком етичним способом матеріального самозабезпечення. Це можна пояснити тим, що, враховуючи скрутність матеріального становища більшості населення країни, звернення батьків до екстрасенсів дає людині хоч якусь моральну та психологічну підтримку і сподівання на краще в майбутньому. Приблизно однаковою мірою респонденти обох вікових груп оцінюють діяльність екстрасенсів як «допустиму лише в критичній ситуації» та «допустиму, якщо моя роль в цій справі цілком законна та моральна» (в сумі: 50% - «Студенти», 44 % - «Батьки»).

Також більш чи менш лояльно оцінюють респонденти діяльність різного роду **«віщунів майбутнього»** (астрологів, знахарів, ворожок, хіромантів тощо) – біля половини опитаних позначили цей спосіб матеріального самозабезпечення як морально неприйнятний. Водночас в 1,7 разів більше студентів, ніж «Батьків», визнають діяльність таких «віщунів» цілком етичною. Приблизно однаково респонденти обох вікових груп оцінюють їх діяльність як «допустиму лише в критичній ситуації» та «допустиму, якщо моя роль в цій справі цілком законна та моральна» (в сумі: 43 % - «Студенти», 38 % - «Батьки»).

Дискусія, проведена після анкетування, засвідчила, що респонденти недооцінюють згубний вплив екстрасенсів, астрологів, знахарів, ворожок,

хіромантів на фізичний, інтелектуальний та духовний стан глядачів, особливо неповнолітніх, що здійснюється замах на культурні права глядачів, їхні релігійні почуття, порушується законодавство України у сфері захисту суспільної моралі. Не повною мірою усвідомлюється також та обставина, що ця категорія «віщунів» має на меті перш за все власне збагачення та заволодіння коштами осіб, що звертаються до них, через сумнівні схеми виманювання грошей. Надання послуг з передрікання майбутнього здійснюється безконтрольно та на власний розсуд надавачів даних послуг, що призводить до масових зловживань у цій сфері, нанесення тяжких психічних травм, обману громадян.

Узагальнюючи результати емпіричного дослідження афективного компоненту, можна відзначити, що в цілому респонденти обох вікових груп, висловлюючи своє ставлення, усвідомлюють неетичність різних способів матеріального самозабезпечення.

- Однак, якщо для «Батьків» неприйнятними з точки зору їх аморальності виявилися «Розважальний бізнес, що експлуатує сексуальність», «Фінансові піраміди», «Діяльність в релігійних сектах», «Виробництво і торгівля шкідливими для екології та людей продуктами» (71-78%), то для «Студентів» неетичність цих способів оцінювалася дещо нижче (60- 65%), проте «Діяльність в релігійних сектах» ним оцінюються як етично неприйнятна (83%), а неетичність «Фінансових пірамід» отримала найнижчий показник – 28%.

- Якщо лише 2% «Батьків» визнають «Фінансові піраміди» цілком етичним способом матеріального самозабезпечення, то серед «Студентів» цей показник складає 18% (у 9 разів більше).

- У 1,5 разів більше «Батьків», ніж «Студентів», визнають діяльність екстрасенсів цілком етичним способом матеріального самозабезпечення.

- В 4,5 разів більше «Студентів», ніж «Батьків», зазначили моральність «Неетичної реклами» як способу матеріального самозабезпечення.

- Якщо «Батьки» допускають лише в критичній ситуації використання для матеріального самозабезпечення «Шлюбу за розрахунком», «Ворожіння, магії», то «Студенти» - діяльність «Екстрасенсів», «Ворожіння, магії» та «Фінансових пірамід».

- У 4,3 разів більше студентів, ніж «Батьків» (17% проти 4%) вважають допустимим для себе лише в критичній ситуації скористатися «Розважальним бізнесом, що експлуатує сексуальність» для матеріального самозабезпечення.

- У 2,3 разів більше «Батьків», ніж «Студентів» (16% проти 7%) допускають «Виробництво і торгівлю шкідливими для екології та людей продуктами» як можливий спосіб матеріального самозабезпечення, із застереженням «якщо при цьому їхня роль у цій справі буде цілком законною та моральною». Можливо, така оцінка «Батьків» викликана тим, що доросле населення більше переймається способами матеріального забезпечення, ніж юнаки, не беручи до увагу екологічну шкідливість продуктів харчування.

Дослідження **конативного компоненту** мало на меті визначити співвідношення духовних та матеріальних начал у виробленні власної стратегії усвідомленої економічної діяльності, поведінки, вчинків, що ґрунтується на моральних засадах. Для його дослідження використано блок питань з методики соціально-психологічного дослідження А.Л. Журавльова та Н.А. Журавльової [48;50]

Для забезпечення ефективної економічної соціалізації особистості важливо не тільки розуміти, яким пріоритетам (матеріальним чи духовним) віддає вона перевагу, а й мати уявлення, на які жертви вона здатна піти заради досягнення економічного успіху, яким засобам (моральним чи аморальним) досягнення мети вона віддає перевагу.

Хоча **важливість грошей** в житті людини є загальновизнаним фактом, ми вирішили дослідити, як оцінюється їх вагомість у порівнянні з «добрим іменем людини», «переконаннями і моральними принципами», чи існують відмінності відносно атрибуції важливості грошей в самооцінках студентської молоді та представників старшого покоління – «Батьків», духовне чи матеріальне начало набуває пріоритетності.

Основною структурною одиницею етичного і соціально-психологічного аналізу є людська поведінка, яка детермінується і регулюється багатьма факторами – економічними, політичними, моральними, правовими тощо. В якості соціально-психологічного явища поведінка людини передбачає свідомо-вольовий вибір особистості, її здатність ставити перед собою соціально значущі цілі, вибирати засоби їх здійснення і відчувати свою відповідальність за результати діяльності.

З метою дослідження ставлення респондентів до вказаних показників нами було застосовано методику соціально-психологічного дослідження економічної свідомості особистості А.Л Журавльова, Н.А. Журавльової, в якій опитуваним пропонувалося дати позитивну, негативну чи нейтральну відповідь. Результати опитування представлені в таблиці 3.29.

Таблиця 3.29

**Наскільки важливими в житті людини особисто для Вас є
(у % до загального числа), «студенти» / «батьки»**

№	Твердження	Не важливо	Швидше неважливо	Важко відповісти	Швидше важливо	Важливо
1	Добре ім`я людини в економічній діяльності	15 / 0	17 / 5	10 / 0	43 / 20	15 / 75
2	Гроші	10 / 4,3	23 / 4,3	0 / 0	44 / 47,2	23 / 44,2
3	Переконання і моральні принципи	0 / 0	5 / 0	3 / 8,3	27 / 19,4	65 / 72,3

«Добре ім'я людини» в економічній діяльності. 58% студентів та 95% «Батьків» відзначили його важливість. Очевидно, в оцінці спрацьовує стереотип, що в очах інших людей треба виглядати гідно, не заплямовуючи своє ім'я аморальними вчинками та діями. Причому, для «Батьків» цей показник в 1,6 разів більший.

Суттєво відрізняються думки обох груп респондентів щодо оцінки не важливості «доброго імені людини»: 32% студентів відзначили його як «не важливе» та «швидше не важливе», а для «Батьків» (як представників покоління, що виховувалося в період тоталітарної ідеології) цей показник складає усього 5%, тобто в 6,4 разів менше.

Переважає більшість респондентів обох груп відзначають особисто для себе **важливість грошей** (67% студентів та 91,4% «Батьків»). Водночас, в 3,8 разів більше студентів, ніж «Батьків», відзначили їх як «не важливими» та «швидше не важливими». Мабуть, тут спрацьовує та обставина, що в матеріальному плані студенти ще залежні від батьків.

Однаково високо респонденти обох груп відзначили особисто для себе **важливість переконань і моральних принципів** (92% студентів та 91,7% «Батьків»).

Упорядкуємо запропоновані духовно-матеріальні начала за загальним принципом сумарної прийнятності, тобто кількості % досліджуваних, що відповідають на питання за варіантами «не важливо», «швидше не важливо» та «швидше важливо», «важливо». Отриманий ряд пріоритетів важливості для студентської молоді, побудований на основі даних, викладених в таблиці 1, матиме такий вигляд (по спадаючій щодо позитивних відповідей):

Таблиця 3.30

**Пріоритетність духовно-матеріальних начал в житті людини
(у % до загального числа), «студенти»**

№	Твердження	Не важливо, швидше не важливо	Важко відповісти	Швидше важливо, важливо
1	Переконання і моральні	5,0	3,0	92,0

	принципи			
2	Гроші	33,0	0	67,0
3	Добре ім`я людини	32,0	10,0	58,0

Для студентської молоді духовне начало («переконання і моральні принципи») виявилися більш важливими, ніж «гроші» та «добре ім`я людини». Для покоління «Батьків» усі три начала виявилися майже однаково важливими у такій послідовності (однак «добре ім`я людини» отримало вищий показник). Досліджувалося, якою мірою 1 млн. доларів як вагомий економічний стимул може стати мотивом для етичних та неетичних дій в економічній сфері діяльності, вчинках особистості (*конативний компонент*).

Відзначаючи важливість для себе грошей, респонденти по-різному оцінюють особисту здатність зароби 1 млн. доларів: 68% студентів та майже 60% «Батьків» вважають неможливим для себе **відмовитися від своїх переконань та моральних принципів**. Водночас четверта частина студентів та п`ята частина «Батьків» все ж здатна переступити моральну межу і відмовитися від своїх переконань та моральних принципів.

Таблиця 3.31

**Пріоритетність духовно-матеріального начал в житті людини
(у % до загального числа), «батьки»**

№	Твердження	Не важливо, швидше не важливо	Важко відповісти	Швидше важливо, важливо
1	Добре ім`я людини	5,0	0	95,0
2	Переконання і моральні принципи	0	8,3	91,7
3	Гроші	8,6	0	91,4

Таблиця 3.32

**На що здатні Ви особисто зароби 1 млн. доларів?
(у %, «студенти» / «батьки»)**

№	Заради 1 млн. долларів здатні:	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так
1	Відмовитися від своїх переконань і моральних принципів	45 / 27,8	23 / 30,6	10 / 22,2	18 / 19,4	4 / 0
2	Переступити закон, взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства	28 / 41,7	33 / 30,6	15 / 8,3	15 / 13,9	9 / 5,5
3	Змінити громадянство і переїхати в іншу країну	8 / 8,3	10 / 13,9	15 / 5,6	24 / 33,3	45 / 38,9
4	Відмовитися від коханої людини	63 / 63,9	25 / 16,7	12 / 16,6	0 / 2,8	0 / 0
5	Змінити віросповідання	33 / 38,9	12 / 8,3	10 / 19,4	15 / 16,7	30 / 16,7
6	Дозволити себе принизити	45 / 52,8	30 / 25,0	10 / 16,7	10 / 5,5	5 / 0
7	Взагалі не прагну мати 1 млн. долларів	38 / 38,9	20 / 19,4	25 / 25,0	10 / 13,9	7 / 2,8
8	Кардинально змінити себе у кращий бік	5 / 2,8	8 / 2,7	5 / 5,6	20 / 13,9	62 / 75,0

Переважає більшість респондентів обох груп (61% студентів та 72% «Батьків») заради 1 млн. долларів вважають для себе неможливим **переступити закон і взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства** в економічній сфері. Однак четверта частина молоді та третина «Батьків» здатні заради такої великої суми порушити закон.

Загалом, переважна більшість респондентів обох груп (58% студентів та 58,3% «Батьків») не висловили бажання **володіти такою великою кількістю грошей**. Хоча невелика частка їх, реально оцінюючи свої можливості стати людиною з великими статками, бажала б володіти цією сумою (17% студентів та 16,7% «Батьків»). Число тих, хто сумнівається у

своїх прагненнях володіти цією сумою, в обох групах однокове і складає 25%.

Зважаючи на відсутність економічної, професійної перспективи реалізації себе, своєї кар'єри в нашій країні, зарплати 1 млн. доларів понад 2/3 студентів та «Батьків» мають бажання **змінити громадянство** і переїхати в іншу країну. Водночас число тих, хто навіть за таку велику суму не має бажання покидати країну, складає трохи менше 1/5 частини від загального числа.

Респонденти обох груп, не спокушаючись великою сумою грошей, не висловили бажання **відмовитися від коханої людини** (серед студентів цю позицію не висловив ніхто, а серед «Батьків» - лише 2,8%). Хоча невелика частка респондентів все ж має сумніви (12% студентів та 16,6% «Батьків»). Біля половини респондентів обох груп не погодилися б змінити своє **віросповідання**, водночас серед студентів число тих, хто зарплати 1 млн. доларів відмовився б від своєї віри, дещо більше, ніж серед «Батьків» (45% проти 33,4 %). Це може бути пояснено тим, що у старшого покоління релігійні вірування більш емоційно пережиті.

Більше 2/3 респондентів обох груп не дозволять принижувати себе. А ось число тих, хто здатний терпіти приниження, зважаючи на високу матеріальну винагороду, відрізняється: 15% студентів здатні терпіти («швидше так» та «так»), а «Батьків» - лише 5,5% (майже втричі менше).

Ця велика сума грошей може бути витрачена на **самоудосконалення**. Переважна більшість респондентів обох груп бажали б витратити її на те, щоб кардинально змінити себе у кращий бік (82% студентів та 92,9% «Батьків»). Серед старшого покоління їх число більше, оскільки воно на власному досвіді переконалося, що інвестиції в себе – це однак із запорук вдалого працевлаштування, просування по кар'єрі. А число тих, хто не висловив бажання самоудосконалюватися, серед студентів дещо більше, ніж серед «Батьків» (13% проти 5,5 %).

Упорядкуємо запропоновані альтернативи за загальним принципом сумарної прийнятності, тобто кількості % досліджуваних, що відповідають на питання «так» і «швидше так», ніж «ні» і «швидше ні» стосовного тієї чи іншої альтернативи. Отриманий обмінний ряд щодо студентської молоді, побудований на основі даних, викладених в таблиці 4. Матиме такий вигляд (по спадаючій щодо негативних відповідей):

Таблиця 3.33

Особиста ціна економічного успіху (у %), «студенти»

№	Заради 1 млн. доларів здатні:	Ні, швидше ні	Важко відповісти	Так, швидше так
1	Відмовитися від коханої людини	88	12	0
2	Дозволити себе принизити	75	10	15
3	Відмовитися від своїх переконань і моральних принципів	68	10	22
4	Переступити закон, взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства	61	15	24
5	Взагалі не прагну мати 1 млн. доларів	58	25	17
6	Змінити віросповідання	45	10	45
7	Змінити громадянство і переїхати в іншу країну	18	13	69
8	Кардинально змінити себе у кращий бік	13	5	82

Таблиця 3.34

Особиста ціна економічного успіху (у %), «батьки»

№	Заради 1 млн. доларів здатні:	Ні, швидше ні	Важко відповісти	Так, швидше так
1	Відмовитися від коханої людини	80,6	16,6	2,8
2	Дозволити себе принизити	77,8	16,7	5,5
3	Переступити закон, взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства	72,3	8,3	19,4
4	Відмовитися від своїх переконань і моральних принципів	58,4	22,2	19,4
5	Взагалі не прагну мати 1 млн. доларів	58,3	25,0	16,7

6	Змінити віросповідання	47,2	19,4	33,4
7	Змінити громадянство і переїхати в іншу країну	22,2	5,6	72,2
8	Кардинально змінити себе у кращий бік	5,5	5,6	88,9

Співставляючи відповіді студентської молоді та дорослого населення можна стверджувати, що гроші в обох вікових групах не є тим як матеріальним стимулом, який спонукає їх переступити закон, взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства, відмовитися від своїх переконань і моральних принципів, відмовитися від коханої людини, дозволити себе принизити.

Соціально-економічні ринкові перетворення, які відбуваються в нашій країні, висувають ряд вимог до суб'єктів цих процесів, у тому числі ряд вимог морального плану. Адже в будь-яких відносинах між людьми (політичних, економічних, релігійних, етнічних тощо) завжди присутній моральний феномен, тому що мораль характеризує людину з точки зору її здатності жити серед людей.

Правила цивілізованого ринку діють лише тоді, коли суб'єкти економічної, фінансової діяльності дотримуються моральних орієнтирів. Відсутність цих орієнтирів або нехтування ними ускладнює (може ускладнювати) складну соціальну ситуацію в суспільстві, породжує (може породжувати) конфлікти між людьми.

Досліджувалося, чим важливим у своєму житті згодні пожертвувати опитувані обох груп для того, щоб добитися особистого економічного успіху. Результаті подані в таблиці.

Таблиця 3.35

Чим Ви згодні пожертвувати заради 1 млн. доларів, щоб добитися особистого економічного успіху (у %)? «студенти» / «батьки»

№	Заради 1 млн. доларів згодні пожертвувати:	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так
---	--	----	-----------	------------------	------------	-----

1	Особистим життям	70 / 61,4	23 / 22,2	2 / 5,6	2 / 11,1	3 / 0
2	Друзями	55 / 44,4	23 / 38,9	15 / 2,8	2 / 11,1	5 / 2,8
3	Своїм вільним часом	18 / 13,9	15 / 8,3	16 / 5,6	28 / 25,0	23 / 47,2
4	Своїм іміджем	28 / 16,7	20 / 16,7	14 / 22,2	23 / 19,4	15 / 25,0
5	Хорошими стосунками з колегами	28 / 16,7	18 / 16,7	24 / 19,4	15 / 36,1	15 / 11,1
6	Своїми переконаннями і моральними принципами	53 / 38,9	28 / 27,8	4 / 19,4	10 / 8,3	5 / 5,6
7	Можливістю займатися цікавою справою	35 / 11,1	28 / 22,2	14 / 11,1	18 / 41,7	5 / 13,9

Упорядкуємо запропоновані альтернативи за загальним принципом сумарної прийнятності, тобто кількості % досліджуваних, що відповідають на питання «так» і «швидше так», ніж «ні» і «швидше ні» стосовного тієї чи іншої альтернативи. Отриманий обмінний ряд щодо студентської молоді, побудований на основі даних, викладених в таблиці 4. матиме такий вигляд (по спадаючій щодо негативних відповідей):

Таблиця 3.36

Згода пожертвувати чимось важливим у своєму житті заради 1 млн. доларів, щоб добитися особистого економічного успіху (у %), «студенти»

№	Заради 1 млн. доларів здатні пожертвувати:	Ні, швидше ні	Важко відповісти	Так, швидше так
1	Особистим життям	93	2	5
2	Своїми переконаннями і моральними принципами	81	4	15
3	Друзями	78	15	7
4	Можливістю займатися цікавою справою	63	14	23
5	Своїм іміджем	48	14	38

6	Хорошими стосунками з колегами	46	24	30
7	Своїм вільним часом	33	16	51

Серед студентської молоді переважна більшість не згодні для того, щоб добитися особистого економічного успіху, навіть заради 1 млн. доларів пожертвувати особистим життям, своїми переконаннями і моральними принципами, друзями, можливістю займатися цікавою справою (93-63%). Однак понад третина опитуваних (38-30%) готові обміняти свій імідж, хороші стосунки з колегами на багатство. Половина опитуваних згодні пожертвувати своїм вільним часом.

Покоління «Батьків» у своїх відповідях виявилися солідарними зі студентською молоддю щодо незгоди навіть заради 1 млн. доларів пожертвувати особистим життям, своїми переконаннями і моральними принципами, друзями (83,3 - 66,7%). Перебуваючи в статусі тимчасово безробітних, 72,2% з них ладні пожертвувати вільним часом щоб добитися особистого економічного успіху; біля половини з них - хорошими стосунками з колегами (47,2%), своїм іміджем (44,4%), а більше половини - можливістю займатися цікавою справою (55,6%).

Таблиця 3.37

Згода пожертвувати чимось важливим у своєму житті заради 1 млн. доларів, щоб добитися особистого економічного успіху (у %), «батьки»

№	Заради 1 млн. доларів згодні пожертвувати:	Ні, швидше ні	Важко відповісти	Так, швидше так
1	Особистим життям	83,3	5,6	11,1
2	Друзями	83,3	2,8	13,9
3	Своїми переконаннями і моральними принципами	66,7	19,4	13,9
4	Своїм іміджем	33,4	22,2	44,4
5	Хорошими стосунками з колегами	33,4	19,4	47,2
6	Можливістю займатися	33,3	11,1	55,6

	цікавою справою			
7	Своїм вільним часом	22,2	5,6	72,2

Отже, уявлення про особисту ціну економічного успіху мають як певну єдність у його оцінці щодо незгоди навіть зарати 1 млн. доларів пожертвувати особистим життям, своїми переконаннями і моральними принципами, друзями, так і певну вікову специфіку. Більша кількість респондентів старшого віку, ніж молоді ладні пожертвувати вільним часом, можливістю займатися цікавою справою, своїм іміджем, хорошими стосунками з колегами, щоб добитися особистого економічного успіху.

За результатами умовної особистої ціни можна зробити висновок, що образ моральної «людини економічної» за самооцінками у студентської молоді (враховуючи позитивні і негативні відповіді) виявився суперечливим щодо дій за бажання отримати 1 млн. доларів (як вагомий матеріальний стимул). З одного боку, більшість студентів бажають кардинально змінити себе у кращий бік, жертвувати своїм вільним часом, не готові відмовитися від своїх переконань і моральних принципів.

З іншого боку, кожен 4-й готовий переступити закон, взятися за роботу пов'язану з порушенням законодавства, відмовитися від своїх переконань і моральних принципів, майже половина готова змінити свої віросповідання. Понад 2/3 студентів, не бачачи економічної, професійної перспективи реалізації себе, своєї кар'єри в нашій країні, мають бажання змінити громадянство і переїхати в іншу країну. Зрозуміло, що аморальні виявлення не є сумісним ні з образом моральної «людини економічної», ні з економічною культурою особистості. Саме це треба враховувати при розробці способів забезпечення економічної соціалізації особистості.

Подальше наше дослідження ми спрямували на отримання оцінки респондентами необхідності дотримання моральних норм в економічній

поведінці людини а також оцінку основних причин, які підштовхують молодих людей до протиправних, аморальних дій в економічній сфері.

При дослідженні **конативного компонента забезпечення економічної соціалізації студентської молоді** нас цікавили також причини, які штовхають молодь до аморальних вчинків. З метою їх визначення було застосовано питання анкети, в якій пропонувалось їх визначити (таблиця 3.38). Як засвідчують дані таблиці 3.38, респонденти вважають, основними причинами, які підштовхують молодих людей до протиправних, аморальних дій в економічній сфері, є такі: «можливість отримання легкої здобичі, легких грошей» (76%); «неможливість законним чином заробити гроші» (63%); «низький рівень доходів у сім'ї» (52%). Водночас менше половини опитаних (41%) вважає, що «недієвість моральної перестороги всередині себе» є тим чинником, що спонукає молодь до аморальних дій в економічній сфері, а майже третина (27%) зазначає чинник «безкарності правопорушень в економічній сфері».

Таблиця 3.38

Оцінка основних причин, які підштовхують молодих людей до протиправних, аморальних дій в економічній сфері (%), «студенти»

<i>Причини</i>	<i>Кількість опитаних, %</i>
1) Правова необізнаність	17
2) Безкарність правопорушень в економічній сфері	27
3) Можливість отримання легкої здобичі, легких грошей	76
4) Низький рівень доходів у сім'ї	52
5) Неможливість законним чином заробити гроші	63
6) Недієвість моральної перестороги всередині себе	41
7) Розваги	10
9) Важко відповісти	3

1. На основі теоретичного аналізу робіт з психології моральності та економічної психології було розроблено методологічну концепцію емпіричного дослідження забезпечення економічної соціалізації студентської молоді у морально-ціннісному вимірі. В основу цієї концепції було покладено положення про єдність «моральності» та «економічності» як системної характеристики, що складає ядро структурних компонентів економічно соціалізованої особистості.

2. Поєднання «економічності» з «моральністю» відбувається завдяки тому, що провідні цінності ринкової ідеології диктують зняття багатьох обмежень для активної і підприємливої особистості. Свобода - важливий ресурс особистості. У той же час, щоб забезпечити цей ресурс, потрібна також інша сторона людських відносин - норми і обов'язки, що реалізуються завдяки відповідальності.

3. Згідно з прийнятою у вітчизняній психології точкою зору про те, що будь-яка діяльність людини є системою, яка включена у відносини суспільства, та розглядаючи економічну діяльність як активність, завдяки якій людина прагне досягти хороших результатів в цій діяльності, ми визначаємо успішну економічну соціалізацію як форму самореалізації суб'єкта в сфері економічної діяльності, яка передбачає оцінку з боку суспільства в формі схвалення, а також можливість отримання суспільного визнання і певного статусу. Така сутність економічного успіху розкривається у його взаємозв'язках з моральністю.

4. З метою подальшої розробки соціалізуючих практик як інструменту соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді було здійснено емпіричне дослідження компонентів морального самовизначення особистості в просторі економічних відносин.

5. В якості основних індикаторів моральної складової було виділено: оцінку студентами з точки зору моралі законодавчої бази, що визначає економічний розвиток нашої країни; уявлення студентів про етичні якості економічно успішної людини; ставлення до грошей; до етичних /неетичних

способів матеріального забезпечення людини; пріоритетність духовно-матеріальних начал в житті людини; особистісна ціна економічного успіху; оцінка причин, які підштовхують молодь до протиправних, аморальних дій в економічній сфері.

6. Емпіричним дослідженням **в когнітивному компоненті** встановлено, що:

- переважна більшість опитуваних студентів (87–76%) упевнена, що законодавча база, яка визначає соціально-економічний розвиток нашого суспільства є недосконалою, при її розробці лобіюються інтереси заможних верств населення, створюються сприятливі умови для ще більшого збагачення олігархів, нехтуються інтереси тих людей, які б хотіли чесно вести свій бізнес. Лише невелика частка респондентів (2-3%) вважає, що закони «захищають, враховують інтереси всіх верств населення», мають моральне підґрунтя;

- **в етичному плані «економічно успішна людина»** студентською молоддю уявляється як така, що володіє певним набором якостей. Вона є чесною, порядною, моральною, відповідальною, працелюбною, цілеспрямованою, адаптованою в суспільство, економічно успішною, грошовитою, заощадливою. У спілкуванні з людьми - ввічливою, терпимою, проявляє повагу. Водночас вона повинна бути освіченою, мудрою та впевненою у собі, володіти певним іміджем;

- однак, нехтування моральними принципами та нормами теж сприяють людині у досягненні певного економічного успіху. Основою цього у такому разі стають: прагнення до влади, нечесність та брехливість, егоїстичність, цинічність, безпринципність, аморальність, злочинство, бандитизм та грабінництво, хабарництво, аморальність, наявність кримінальних зв'язків, корупційність, використання людей у власних цілях, прагнення до мети за будь-яку ціну, нахабність, зверхність, зухвальство, жадібність, зажерливість, агресивність та злість, авантюризм, шахрайство,

пихатість, цинізм та ін.. Також цьому сприяють особистісні якості, пов'язані з економічним статусом людини: любов до грошей, кримінальні зв'язки, шахрайство, прагнення влади, бандитизм та грабіжництво, корупційність, збагачення за будь-яку ціну (надмірне багатство), хабарництво.

- респонденти виділили **38 якостей** як такі, що спонукають людину здійснювати і підтримувати неетичні дії, вчинки в економічній та соціальній сферах. Найбільшу частотність отримали якості: аморальність, жадібність, брехливість, егоїзм, задрість, владність. Також студентами відмічено, що скрутне матеріальне становище (при цьому 28% опитаних зазначають, що вони невдоволені нинішнім рівнем свого матеріального забезпечення, 50% зазначили дещо середню задоволеність, 22% – цілком задоволені), бажання отримати адреналін, бажання власної вигоди спонукають людей здійснювати і підтримувати неетичні дії, вчинки в економічній та соціальній сферах;

- також респонденти виділили **39 якостей**, володіючи якими особистість не допускає неетичних дій і вчинків в економічній та соціальній сферах. Найбільшу частотність отримали якості: висока моральність, порядність, чесність, принциповість, доброзичливість, справедливість, вихованість, відповідальність, наявність благородних цілей.

7. В афективному компоненті виявлено, що:

- для студентської молоді духовне начало («переконання і моральні принципи») виявилися більш важливими (92%), ніж «гроші» (67%) та «добре ім'я людини» (58%);

- загалом, студенти усвідомлюють неетичність різних способів матеріального самозабезпечення; однак у порівнянні з поколінням «Батьків» вони недооцінюють небезпеку з точки зору моралі діяльність фінансових пірамід, неетичної реклами, екстрасенсів, ворожіння та магію;

8. В конативному компоненті з'ясовано, що:

- для студентської молоді, як і для дорослих, гроші не є тим як матеріальним стимулом, який спонукає їх переступити закон, взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства, відмовитися від своїх переконань і моральних принципів, відмовитися від коханої людини, дозволити себе принизити;

- в оцінці того, якою мірою 1 млн.доларів як вагомий економічний стимул може стати мотивом для етичних та неетичних дій в економічній сфері, вчинках особистості, студенти виявилися недостатньо послідовними;

- відзначаючи важливість для себе грошей, респонденти по-різному оцінюють особисту здатність зароби 1 млн. доларів: 68% студентів (майже 60% «Батьків») вважають неможливим для себе **відмовитися від своїх переконань та моральних принципів, переступити закон і взятися за роботу**, пов'язану з порушенням законодавства в економічній сфері. Водночас четверта частина студентів все ж здатна переступити моральну межу і відмовитися від своїх переконань та моральних принципів, порушити закон заради такої великої суми;

- зважаючи на відсутність економічної, професійної перспективи реалізації себе, своєї кар'єри в нашій країні, заради 1 млн. доларів понад 2/3 студентів мають бажання **змінити громадянство** і переїхати в іншу країну. Водночас число тих, хто навіть за таку велику суму не має бажання покидати країну, складає трохи менше 1/5 частини від загального числа;

- біля половини студентів не погодилися б змінити своє **віросповідання**, водночас серед студентів число тих, хто заради 1 млн. доларів відмовився б від своєї віри, дещо більше, ніж серед «Батьків» (45% проти 33,4 %). Це може бути пояснено тим, що у старшого покоління вірування більш емоційно пережиті.

- Досліджувалося, чим важливим у своєму житті згодні пожертвувати опитувані обох груп для того, щоб добитися особистого економічного успіху. Серед респондентів-студентів переважна більшість не

згідні для того, щоб добитися особистого економічного успіху, навіть заради 1 млн. доларів пожертвувати особистим життям, своїми переконаннями і моральними принципами, друзями, можливістю займатися цікавою справою (93-63%). Однак понад третина опитуваних (38-30%) готові обміняти свій імідж, хороші стосунки з колегами на багатство. Половина опитуваних згідні пожертвувати своїм вільним часом.

- Отже, уявлення про особисту ціну економічного успіху мають як певну єдність у його оцінці щодо незгоди навіть заради 1 млн. доларів пожертвувати особистим життям, своїми переконаннями і моральними принципами, друзями, так і певну вікову специфіку. Більша кількість респондентів старшого віку, ніж молоді, ладні пожертвувати вільним часом, можливістю займатися цікавою справою, своїм іміджем, хорошими стосунками з колегами, щоб добитися особистого економічного успіху. За результатами умовної особистої ціни можна зробити висновок, що образ моральної «людини економічної» за самооцінками у студентської молоді (враховуючи позитивні і негативні відповіді) виявився суперечливим щодо дій за бажання отримати 1 млн. доларів (як вагомий матеріальний стимул). З одного боку, більшість студентів бажують кардинально змінити себе у кращий бік, жертвувати своїм вільним часом, не готові відмовитися від своїх переконань і моральних принципів.

- З іншого боку, кожен 4-й готовий переступити закон, взятися за роботу пов'язану з порушенням законодавства, відмовитися від своїх переконань і моральних принципів, майже половина готова змінити свої віросповідання. Понад 2/3 студентів, не бачачи економічної, професійної перспективи реалізації себе, своєї кар'єри в нашій країні, мають бажання змінити громадянство і переїхати в іншу країну. Зрозуміло, що аморальні виявлення не є сумісним ні з образом моральної «людини економічної», ні з економічною культурою особистості.

- Показниками розвитку когнітивного компонента моральної самовизначення особистості в просторі економічних відносин служать ступені усвідомленості й узагальненості моральних суджень, а показниками розвитку поведінкового компонента – реальні просоціальні вчинки, здатність протистояти спокусам та не піддаватися ситуативним впливам, послідовність поведінки.

- Вважаємо, що емпірично виявлені особливості компонентів морального самовизначення особистості треба враховувати при розробці форм забезпечення економічної соціалізації особистості студентського віку, спрямованих на розвиток особистісних властивостей «економічно успішної людини».

На основі отриманих в емпіричному дослідженні даних (*констатувальний етап*) були визначені показники розвитку когнітивного, афективного та конативного компонентів економічної культури студентської молоді. Найбільш суперечливі дані виявилися в показниках конативного компоненту.

На етапі *формульовального експерименту* для підвищення рівня конативного компоненту було здійснено перевірку ефективності ділової гри «**Моральний портрет** економічно успішної людини» як однієї із форм соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації особистості. Діагностичний зріз, спрямований на оцінку ефективності цієї гри проводився за допомогою того ж анкетного опитувальника, який визначав конативний компонент економічної культури студентів в його моральному наповненні (визначення співвідношення духовних та матеріальних начал у виробленні власної стратегії усвідомленої економічної діяльності, поведінки, вчинків, що ґрунтується на моральних засадах).

Ми порівняли показники до і після проведення гри та організованої дискусії з питань важливості морального фактору для успішної економічної діяльності людини (дані представлені в таблицях 3.39 – 42).

Таблиця 3.39

**Пріоритетність духовно-матеріальних начал в житті людини: до/
після проведення гри (у % від загального числа), студенти**

№	Твердження	Не важливо, швидше не важливо	Важко відповісти	Швидше важливо, важливо
1	Переконання і моральні принципи	5,0 / 3,0	3,0 / 1,6	92,0 / 95,4**
2	Гроші	33,0 / 33,0	0/0	67,0
3	Добре ім'я людини	32,0 / 31,0	10,0 / 1,7	58,0 / 67,3**

** - при $p \leq 0,0001$, коли емпіричне значення t-критерію Стьюдента значно перевищує критичне

Таблиця 3.40

**Особиста ціна економічного успіху: до / після проведення гри
(у % від загального числа), «студенти»**

№	Заради 1 млн. доларів здатні:	Ні, швидше ні	Важко відповісти	Так, швидше так
1	Відмовитися від коханої людини	88	12	0
2	Дозволити себе принизити	75 / 87,8*	10 / 9,1	15 / 3,1**
3	Відмовитися від своїх переконань і моральних принципів	68 / 73,0 *	10 / 9,3	22 / 17,7*
4	Переступити закон, взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства	61 / 64,3*	15 / 14, 6	24 / 21,1**
5	Взагалі не прагну мати 1 млн. доларів	58 / 56,0*	25 / 24, 3	17 / 19,7*
6	Змінити віросповідання	45	10	45
7	Змінити громадянство і переїхати в іншу країну	18 / 14, 8	13 / 14, 8	69 / 70,4
8	Кардинально змінити себе у кращий бік	13 / 11,7*	5 / 4,8	82 / 83,5*

* - при $p \leq 0,01$, ** - при $p \leq 0,0001$, коли емпіричне значення t-критерію Стьюдента значно перевищує критичне

Таблиця 3.41

**Згода пожертвувати чимось важливим у своєму житті заради 1
млн. доларів, щоб добитися особистого економічного успіху: до/
після проведення гри (у % від загального числа), «студенти»**

№	Заради 1 млн. доларів здатні пожертвувати:	Ні, швидше ні	Важко відповісти	Так, швидше так
1	Особистим життям	93 / 94,5*	2 / 1,8	5 / 3,7

2	Своїми переконаннями і моральними принципами	81 / 84,5**	4 / 3,8	15 / 11,7*
3	Друзями	78 / 79,9**	15 / 14,7	7 / 5,4*
4	Можливістю займатися цікавою справою	63	14	23
5	Своїм іміджем	48	14	38
6	Хорошими стосунками з колегами	46	24	30
7	Своїм вільним часом	33 / 32,6*	16 / 15,3	51 / 52,1*

*- при $p \leq 0,01$, ** - при $p \leq 0,0001$, коли емпіричне значення t-критерію Стьюдента значно перевищує критичне

Таблиця 3.42

Оцінка основних причин, які підштовхують молодих людей до протиправних, аморальних дій в економічній сфері: до/ після проведення гри (у % від загального числа) «студенти»

Причини	Кількість опитаних, %
1) Правова необізнаність	17 / 19*
2) Безкарність правопорушень в економічній сфері	27 / 28,5**
3) Можливість отримання легкої здобичі, легких грошей	76 / 78,2*
4) Низький рівень доходів у сім'ї	52
5) Неможливість законним чином заробити гроші	63 / 71,9**
6) Недієвість моральної перестороги всередині себе	41 / 45,1**
7) Розваги	10 / 10
9) Важко відповісти	3/3

*- при $p \leq 0,01$, ** - при $p \leq 0,0001$, коли емпіричне значення t-критерію Стьюдента значно перевищує критичне

Аналіз наведених даних показує, що у респондентів відбувся позитивний зсув в бік надання більшої ваги моральному компонентові щодо пріоритетності духовних начал перед матеріальними, виробленні власної стратегії усвідомленої економічної діяльності, поведінки, вчинків, що

ґрунтується на моральних засадах; дещо більша кількість опитаних висловлює своє незгоду переступити закон, взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства, пожертвувати своїми переконаннями і моральними принципами заради заради 1 млн. доларів, щоб добитися особистого економічного успіху. Отже, за результатами формувального експерименту було визначено ефективність розробленої ділової гри для розвитку конативного компоненту економічної культури особистості.

Заключаючи, підкреслимо, що цілеспрямований процес соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації студентської молоді передбачає зміни когнітивної, афективної та конативної підструктур особистості в бік надання більшої ваги моральному компонентові. Результатом освоєння нових ефективних ігрових та тренінгових практик, інтеграції набутих знань, умінь і навичок в цілісні поведінкові стратегії буде підвищення рівня соціально-психологічної адаптованості особистості в соціумі та формування підприємливого, економічно грамотного спеціаліста, з економічною культурою, яка передбачає засвоєння студентами тих соціально-економічних норм та цінностей, навичок, економічних ролей, зразків економічної та монетарної поведінки, які ґрунтуються на моральних цінностях.

Висновки до розділу 3

Теоретична структурно-функціональна модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді покладена в основу емпіричної програми дослідження шляхів становлення економічної культури особистості в просторі загальноосвітніх, вищих навчальних закладів та взаємин у сім'ї. В результаті реалізації програми дослідження емпірично показано, що становлення основ економічної культури особистості є багатограним і складним процесом і на різних вікових етапах має свої особливості.

Показано, що забезпечення економічної соціалізації дитини розпочинається в просторі сучасної сімейної економічної культури як становлення і розвиток тих соціально-психологічних якостей особистості, які необхідні для її успішного включення в ринкові відносини, що вже практикуються в економіці нашої країни. Сфера власної економічної активності, яку обере дитина в майбутньому, визначається економічною культурою дитини та закладається в процесі міжособистісної взаємодії в батьківській сім'ї (навички, здібності і знання, цінності та світоглядні позиції).

Обґрунтовано, що економічна культура дитини, яка формується в процесі економічної соціалізації в сім'ї, виражається у системі тих соціально-психологічних якостей особистості, що несуть в собі нормативну модель підприємливої людини і зумовлюють її гармонійне входження в ринкову економіку, тому важливою є орієнтація сім'ї на ринкові цінності підприємливості: господарська самостійність і ініціативність, самодіяльність і матеріальне самозабезпечення, ініціативність, наполегливість, готовність до ризику, цілеспрямованість, управлінські здібності, незалежність, самовпевненість, прагнення до самореалізації, поінформованість, відповідальність. Економічна поведінка соціалізованого члена сім'ї має бути співвіднесена з моральними цінностями, втіленими в економічній культурі сім'ї.

Включаючись від народження в економічні сімейні стосунки, пов'язані насамперед з господарською діяльністю і привласненням економічних благ, дитина соціалізується і стає носієм тих самих економічних цінностей, на які орієнтуються інші члени сім'ї. Від сім'ї, характеру взаємин в ній і визнання дитячої приватності на пряму залежить міра суб'єктності дитини не тільки в майбутньому самостійному економічному житті, а досвід її утвердження на більш ранніх стадіях економічної соціалізації.

Емпірично досліджено особливості ставлення до грошей (як основного фактору економічної соціалізації, оскільки грошові

настановлення діти отримують від батьків) як у дітей дошкільного віку, так і в їхніх батьків. Встановлено існування «традиційної» моделі економічної культури, що детермінується конкретними настановленнями і стереотипами, типовими для сімейного середовища. У досліджуваних батьків, за всією вибіркою, переважають настановлення на нераціональну витрату грошей. Поведінкові інтенції свідчать про те, що у більшості батьків-респондентів переважає споживацька спрямованість щодо використання грошей на відміну від спрямованості на їх отримання.

З'ясовано, що діти дошкільного віку в цілому мають правильні уявлення про те, що таке «гроші», вони правильно зазначають їх головну функцію як засіб платежу. У визначенні грошей дітьми переважає функціональна оцінка. Даними констатувального етапу дослідження встановлено, що у дітей спостерігаються неглибокі знання та уявлення про економічне життя людей, вони мають низький рівень умінь відображати сучасну економічну дійсність в різних видах діяльності, так як отримана інформація їх не цікавить і в них ще не виникає бажання її відобразити. Це можна пояснити тим, що вихователі й батьки мало уваги звертають на економічне виховання через відсутність у них необхідної інформації з цієї проблеми, спеціальної програми та цілеспрямованої роботи з дітьми.

Для підвищення рівня економічних уявлень дошкільників було розроблено програму, мета якої – розвиток економічної свідомості, економічної грамотності та формування вміння використовувати економічні знання в конкретних умовах.

Здійснено перевірку ефективності розробленої програми розвитку економічних уявлень дітей дошкільного віку (комплекс занять з використанням ігор з елементами економіки для дітей; консультації, круглі столи та тренінгові практики для батьків тощо). Встановлена позитивна динаміка сформованості економічних уявлень після цілеспрямованої роботи з проблеми оптимізації процесу економічної соціалізації; збільшилась кількість дітей з показниками середнього та вищого рівня сформованості

економічних уявлень. Рівень економічних уявлень у дітей з показником «низький» не виявлено в жодної дитини.

Обґрунтовано, що показником успішності та результатом економічної соціалізації **старшокласників** є формування певного рівня монетарної культури (монетарного аспекту економічної культури), критерієм якої є ставлення до грошей в соціальній групі. Ставлення до грошей розглядається через взаємодію її компонентів: когнітивного (пізнавального), афективного (суб'єктивне ставлення до фінансово-економічних процесів у суспільстві), конативного (діяльнісно-динамічного).

Визначено рівень показників ставлення до грошей старшокласників, що дозволило виокремити фактори та умови, які впливають на рівень сформованості монетарної культури на етапі навчання в старших класах як при спонтанному, так і цілеспрямованому, спеціально організованому процесі економічної соціалізації.

Встановлено, що провідним агентом економічної соціалізації для старшокласників є засоби масової інформації, передусім Інтернет, а система освіти як агент соціалізації сучасної молоді поступається їм. Виявлено незначний є інтерес до науково-дослідницької роботі стосовно економічної проблематики. Дослідження показало, що старшокласники передбачають необхідність отримання економічних знань для успішної майбутньої професійної діяльності, не виключають значущості економічних знань для організації власного бюджету. Але лише третина опитуваних старшокласників вважають за необхідне розвинути своє економічне мислення та здібності для самостійного прийняття ефективних економічних рішень, що свідчить про недостатнє розуміння старшокласниками значущості цього фактору як важливої якості сучасного фахівця. Не зовсім старшокласники усвідомлюють те, що розуміння людиною сутності фінансово-економічних процесів у країні створює середовище для формування громадянської самосвідомості особистості.

Визначено пріоритетність цінностей сучасних старшокласників; найбільш пріоритетними виявилися цінності «гарна сім'я» та «гарантована робота», а найменш пріоритетними – «визнання оточуючих» (що, імовірно, означає байдужість респондентів до соціального оточення) та «бути залученим до справи» (що відображає більш раціональний підхід молоді до життя). Більш значущими у порівнянні з такою цінністю як «гроші» опинилися цінності «самоповага» та «знайти місце в житті».

Встановлено, що старшокласники в цілому орієнтовані через отримання освіти для досягнення успіху в житті мати гідну роботу, високий соціальний статус, що визначає задачу активізації педагогами і психологами соціалізуючого потенціалу освітнього середовища з метою успішної економічної соціалізації учнів, розвитку в них суб'єктних якостей, включення їх у різні види сумісної діяльності.

Факторним аналізом виявлено, що у структурі ставлення до грошей старшокласників переважає афективний компонент (тривожність стосовно власного фінансового становища), що вказує на стихійність процесу економічної соціалізації старшокласників, недостатній рівень розвитку когнітивного та конативного компонентів, а також негативно впливає на процес економічної соціалізації та формування монетарної культури.

Для подолання низького рівня монетарної культури старшокласників розроблена програма «Тренінгу формування монетарної культури» у старшокласників, апробація та перевірка його ефективності виявила тенденцію позитивної динаміки у ставленні до грошей.

Обгрунтовано, що соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації **студентської молоді** у вимірі моральних цінностей - це сукупність спеціальних психолого-педагогічних форм, методів і засобів їх розгортання в спеціально організованому психолого-педагогічному процесі, основою, стратегічною метою, результатом якого є формування підприємливого, економічно грамотного спеціаліста, з економічною культурою, яка передбачає засвоєння студентами тих соціально-економічних

норм та цінностей, навичок, економічних ролей, зразків економічної та монетарної поведінки, які ґрунтуються на моральних цінностях. Моральність особистості в цьому процесі виступає важливою детермінантою її економічної активності, оскільки вона значною мірою визначає вибір виду економічної активності, методів і засобів досягнення цілей, а також специфіку його стосунків із партнерами по взаємодії.

В якості основних індикаторів моральної складової в структурі економічної культури було виділено: оцінку студентами з точки зору моралі законодавчої бази, що визначає економічний розвиток нашої країни; уявлення студентів про етичні якості економічно успішної людини; ставлення до грошей; до етичних/неетичних способів матеріального забезпечення людини; пріоритетність духовно-матеріальних начал в житті людини; особистісна ціна економічного успіху; оцінка причин, які підштовхують молодь до протиправних, аморальних дій в економічній сфері.

Встановлено, що переважна більшість опитуваних студентів упевнена в недосконалості законодавчої бази, яка визначає соціально-економічний розвиток нашого суспільства, у лобіюванні при її розробці інтересів заможних верств населення, створенні сприятливих умов для ще більшого збагачення олігархів, нехтуванні інтересів тих людей, які б хотіли чесно вести свій бізнес.

В етичному плані «економічно успішна людина» студентською молоддю уявляється як така, що володіє певним набором якостей. Студентами виділено 45 якостей «економічно успішної людини» (найбільшу частотність отримали: чесність, порядність, моральність, відповідальність, праця в команді). Водночас виділено 28 якостей, завдяки яким досягнення людиною економічного успіху може бути здійснене, нехтуючи будь-якими моральними цінностями, нормами (нечесність та брехливість, егоїстичність, прагнення до мети за будь-яку ціну, безпринципність, аморальність, цинізм).

Оцінюючи реального суб`єкта економічних відносин, студенти виділили 38 якостей як такі, що спонукають його здійснювати і підтримувати

неетичні дії, вчинки в економічній та соціальній сферах (найбільшу частотність отримали якості: аморальність, жадібність, брехливість, егоїзм, заздрість, владність), і 39 якостей, володіючи якими особистість не допускає неетичних дій і вчинків в економічній та соціальній сферах (найбільшу частотність отримали: висока моральність, порядність, чесність, принциповість, доброзичливість, справедливість, вихованість, відповідальність, наявність благородних цілей).

Встановлено, що для студентської молоді духовне начало («переконання і моральні принципи») виявилось більш важливим, ніж «гроші» та «добре ім'я людини».

Загалом, студенти усвідомлюють неетичність різних способів матеріального самозабезпечення; однак у порівнянні з поколінням «Батьків» вони недооцінюють небезпеку з точки зору моралі діяльність фінансових пірамід, неетичної реклами, екстрасенсів, ворожіння та магію.

З'ясовано, що для студентської молоді, як і для дорослих, гроші не є тим матеріальним стимулом, який спонукає їх переступити закон, взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства, відмовитися від своїх переконань і моральних принципів, відмовитися від коханої людини, дозволити себе принизити.

Встановлено, що за результатами умовної особистої ціни образ моральної «людини економічної» за самооцінками у студентської молоді (враховуючи позитивні і негативні відповіді) виявився суперечливим щодо дій за бажання отримати 1 млн. доларів (як вагомий матеріальний стимул). З одного боку, більшість студентів бажають кардинально змінити себе у кращий бік, жертвувати своїм вільним часом, не готові відмовитися від своїх переконань і моральних принципів. З іншого боку, кожен 4-й готовий переступити закон, взятися за роботу пов'язану з порушенням законодавства, відмовитися від своїх переконань і моральних принципів, майже половина готова змінити свої

віросповідання. Понад 2/3 студентів, не бачачи економічної, професійної перспективи реалізації себе, своєї кар'єри в нашій країні, мають бажання змінити громадянство і переїхати в іншу країну.

Показниками розвитку когнітивного компонента моральної самовизначення особистості в просторі економічних відносин служать ступені усвідомленості й узагальненості моральних суджень, а показниками розвитку поведінкового компонента – реальні просоціальні вчинки, здатність протистояти спокусам та не піддаватися ситуативним впливам, послідовність поведінки. На основі отриманих в емпіричному дослідженні даних (*констатувальний етап*) були визначені показники розвитку когнітивного, афективного та конативного компонентів економічної культури студентської молоді. Найбільш суперечливі дані виявилися в показниках конативного компоненту. Для підвищення його рівня здійснено перевірку ефективності ділової гри «Моральний портрет» економічно успішної людини» як однієї із форм соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації особистості, якою встановлена тенденція позитивної динаміки моральної складової у конативному компоненті економічної культури студентів.

ПІСЛЯМОВА

Зміст монографії «Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді» - це логічне продовження розгорнутого дослідження проблеми економічної соціалізації молоді в умовах шкільної та вузівської освіти, в сімейному оточенні, яке розпочато в 2000 році співробітниками лабораторії соціальної психології та продовжено співробітниками лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. В монографії проблема економічної соціалізації молоді представлена за результатами теми НДР лабораторії.

Визначаючи актуальність дослідження, автори наголошують, що сучасний стан економіки та розвиток суспільства багато в чому залежать від економічної поведінки суб'єктів ринку (держава, бізнес, індивіди), їх економічної культури, економічної освіченості, економічної поведінки. Відсутність економічної культури у особистості або її недостатня розвиненість негативно позначаються як на діяльності людини, так і на розвитку суспільства. За недостатньо розвинутої економічної культури особистість часто приймає нерациональні, інстинктивні економічні рішення, неоптимально розподіляє доходи і сімейний бюджет, неправильно реагує на кризові ситуації в економіці країни, не може брати участь у фондовому ринку, втрачає можливості кар'єрного росту. Багато її рішень у різних сферах суспільного життя внаслідок цього можуть виявитися помилковими. Якщо у частини суспільства бракує розвиненої економічної культури, то страждає і суспільство, тому що поступово розширюється сфера тіньової економіки, «сірої заробітної платні», члени суспільства не сплачують у повному обсязі податки, діють фінансові піраміди, відбувається неконтрольований хаотичний розвиток економіки, населення приймає помилкові економічні

рішення і здійснює нерациональну економічну поведінку, позбавлену морального підґрунтя.

В українській психології аспект соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді різного віку розроблений недостатньо. Основна ідея дослідження полягала в тому, що, оскільки економічна соціалізація є процесом полідетермінованим, то спеціально розроблена система соціально-психологічних заходів, форм та видів психологічного впливу на рівень економічної культури особистості молодої людини дозволить запобігти дії стихійних факторів та сприяти цілеспрямованому становленню тих соціально-психологічних якостей молоді, які забезпечать її гармонійну інтеграцію в сучасні ринкові відносини. Саме в цьому вбачається соціально-психологічний ракурс дослідження економічної соціалізації молоді та його інноваційність.

Крізь всю монографію проводиться ідея, що соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації особистості має на меті сформувати певний рівень економічної культури, який включає в себе: рівень досягнутої економічної ідентичності; рівень сформованості економічної свідомості і самосвідомості; рівень вольової та моральної регуляції економічної поведінки; певну інформованість усвідомленої монетарної поведінки та певну сформованість ціннісно-моральної системи з орієнтацією на економічні цінності, а вираженість цих характеристик на різних вікових етапах економічної соціалізації буде різною.

Одним із позитивних здобутків свого дослідження автори вважають розробку теоретичної моделі соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дошкільної, учнівської та студентської молоді. Згідно з моделлю, забезпечується: 1) діагностування змісту та рівнів соціалізованості молоді; 2) прогнозування ефектів соціалізації; 3) планування бажаних соціалізуючих впливів; 4) генерування конкретних способів впливу; 5) організація вправління молоді у нових способах економічних дій (творчі, креативні економічні практики) з наступним їх практикуванням у повсякденній

діяльності (перетворення практик у фонові форми); б) оцінка кінцевих результатів соціалізуючого впливу та підведення підсумків. Також до здобутків можна віднести те, що до традиційної в соціальній психології трикомпонентної структури процесу соціалізації (з виділенням когнітивного, афективного та конативного компонентів) автори додали моральнісний компонент економічної соціалізації молоді, оскільки саме норми суспільної моралі та моральність окремого індивіда задають стрижневий вектор формування соціальних якостей особистості, яких очікує і потребує ринкова економіка.

Наукова новизна дослідження, представленого в монографії, полягає в тому, що вперше на основі узагальнення сучасного стану розробленості даної проблеми в соціальній психології авторами розкрито сутність соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді, а його здійснення було організовано у двох напрямках. По-перше, емпірично з'ясовано ефективність соціалізуючих практик з цілеспрямованого формування особистості учня/студента як суб'єкта привласнення економічних благ. По-друге, емпірично підтверджено ефективність соціально-психологічних практик, що мотивують дорослих (педагогів, шкільних психологів та батьків) бути агентами економічної соціалізації школярів та студентів. Обидва напрями реалізовано в просторі загальноосвітніх, вищих навчальних закладів та взаємин у сім'ї.

Здійснено аналіз ефективності розроблених та модифікованих соціально-психологічних практик згідно з конкретними моделями соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської та студентської молоді: 1) школярів у просторі особистої власності (ігрові та тренінгові практики, наставництво); 2) старшокласників у просторі монетарних цінностей (практики ділових ігор, тренінгові, дискутування, метафоричні асоціативні карти), 3) студентської молоді у вимірі моральних цінностей вищого навчального закладу (рефлексивно-ігрові практики) та 4) дітей в просторі взаємин у сім'ї (ігрові практики).

Теоретичне значення дослідження полягає у поглибленні теорії соціалізації особистості, а також теорії економічної соціалізації особистості як суб'єктної сторони і результату економічної соціалізації особистості; у розширенні знань про зовнішні та внутрішні детермінанти процесу становлення економічної культури молоді; у отриманні нових знань про ефективні форми і засоби забезпечення економічної соціалізації молоді. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації дошкільника, школяра та студента обґрунтоване як організація такого соціально-психологічного впливу на становлення їх економічної культури, який сприятиме вдосконаленню економічної діяльності та оптимізуватиме процес становлення та розвитку підприємливості як однієї з провідних складових психологічної компетентності особистості

Показано, що заходи по соціально-психологічному забезпеченню економічної соціалізації молоді, з одного боку, мають диференціюватися згідно з віковою стадією процесу соціалізації, враховуючи специфіку економічного практикування на цих стадіях. З другого боку, воно повинно доповнюватися забезпеченням соціалізації батьків, педагогів та психологів шкіл, вузівської психологічної служби як агентів змін в дітях, сприяючи при цьому практикуванню в самореалізації як суб'єктів підприємливих дій.

Значна частина емпіричного дослідження, представленого в монографії, присвячена аналізу психологічних чинників і механізмів забезпечення ефективної економічної соціалізації молодої людини. Розроблена інструментальна складова соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської та студентської молоді. Соціально-психологічна гра, соціально-психологічний тренінг, тьюторство/наставництво (в системі взаємин «дорослий-учень»), просвітництво (лекторії, факультативи, семінари, клубні заняття тощо) та консультування в різних (індивідуальних і групових) формах обґрунтовані як практики, соціалізуючий ефект яких забезпечується тим, що здійснюються в інтеріндивідному просторі привласнення благ. Розроблено і модифіковано

соціалізуючі практики: 1) для дошкільників (ігрові практики; ігри економічного змісту); 2) для школярів (наставництво; ігрові профорієнтаційні практики, тренінгові, метафоричні асоціативні карти); 3) для студентської молоді (ділова соціально-психологічна гра «Моральний портрет» економічно успішної людини); 4) для дорослих (мотивуючі практики для батьків та педагогів як для агентів соціалізації). Розроблено опитувальник для дослідження морального підґрунтя вчинків студентів у економічній та соціальній сферах.

Представлене в монографії дослідження соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації молоді не може претендувати на вирішення всіх питань цієї складної та багатоаспектної теми. Основна мета, яка була поставлена авторами дослідження, полягала в тому, щоб на основі аналізу психологічних чинників і механізмів ефективної економічної соціалізації молоді людини розробити концепцію та модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації учнівської молоді, проаналізувати ефективність розроблених та модифікованих соціально-психологічних практик згідно з конкретними моделями соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації дошкільної, учнівської та студентської молоді. Надалі це може стати основою вивчення соціально-психологічних закономірностей економічного самовизначення молоді в умовах суспільних змін і дасть можливість розширити спектр критеріїв оцінки економічної соціалізованості особистості на різних етапах її розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Авер'янова Г. М. Особливості соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства : монографія / Г.М.Авер'янова, Н. М. Дембицька, В. В. Москаленко. – Київ : „ППП”, 2005. – 307 с.
2. Алещенко В.І. Психологічне забезпечення миротворчої діяльності військовослужбовців Збройних Сил України. Монографія. – Харків, ХУПС. – 2008. – 238 с.
3. Алтынцева, Е.Н. Мой жизненный путь: Программа по подготовке выпускников детских интернатных учреждений к самостоятельной жизни: Методическое пособие / Е.Н. Алтынцева, А.П. Лаврович. – Минск: В.И.З.А. ГРУПП, 2009. – 216 с.
4. Алюшина Н.О. Інститут компетентнісного наставництва – один із пріоритетів державної кадрової політики / Н.О.Алюшина // Вісник НАДУ. – 2014. - № 4. – С. 56 – 63.
5. Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды : в 2-х томах. – Т. 1 / Б. Г. Ананьев; под ред. А. А. Бодалева и др. – М., 1980. – 232 с.
6. Андреева Г. М. Социальная психология: [учебн. для высш. уч. завед.] / Г. М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 365с.
7. Астахова В. І. Формування громадянської позиції студентства в умовах розвитку української Духовності (за матеріалами соціологічних досліджень) / В. І. Астахова, К. Г. Михайлева, О. С. Овакимян. — Х., 2001. — 21 с.
8. Атрощенко Т.О. Формування первинного економічного досвіду старших дошкільників засобами мовленнєво-ігрової діяльності /Атрощенко Т.О. // Збірник наукових праць «Педагогіка та психологія». – Харків, 2015. – Вип. – № 47.
9. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку / В.Д.Базилевич, В.В. Ільїн. - К.: Знання 2008.- 687 с.
10. Базовий компонент дошкільної освіти в Україні / [за ред. Н.О.Андрусич]. – К., 1999. – 61 с.
11. Бардиер Г. Л. Когнитивно-ориентированный тренинг толерантности / Г. Л. Бардиер. – СПб.: Речь, 2007. — 192с.
12. Бевз Г. М. Приймна сім'я: соціально-психологічні виміри: монографія / Г. М. Бевз. – К. : ВД «Слово», 2010. – 244с.

- 13.Беляева Н. Теоретические подходы к экономическому воспитанию/ Н. Беляева // спец. вып. СамНЦРАН «Актуальные проблемы развития гуманитарных наук, 2006. – №4. – С.155-160.
- 14.Бліхар М.П. Ціннісні орієнтації студентської молоді України: соціологічний аналіз проблеми / М. П. Бліхар. Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. – 2011, Випуск 5 – с. 116-124.
- 15.Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж.Бодрийяр М.: «РУДОМИНО», 2001. - 95 с.
- 16.Божко О. Програма з курсу "Основи економічних знань" // Початкова освіта. - 2003. - №31 (223). - С.2-3.
- 17.Бородина В.А. Тьюторское сопровождение формирования рефлексивных механизмов социализации детей с ограниченными возможностями здоровья (теоретические основы) [Текст]: учебно-методическое пособие / В.А. Бородина, В.С. Цилицкий. – Челябинск: Изд-во Южно-Урал. гос. гуман.-пед. ун-та, 2017. – 117 с.
- 18.Валявский А. С. Как понять ребенка / А. С. Валявский. – СПб.: Диля, 2004. – 752 с. — (Этическая педагогика)
- 19.Васютинський В.О. Інтеракційна психологія влади. – К.: Київський славістичний університет, 2005. – 492 с.
- 20.Вачков И. В. Окна в мир тренинга. Методологические основы субъектного подхода к групповой работе / И. В. Вачков, С. Д. Дерябо. – СПб.: Речь, 2000. – 272 с.
- 21.Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга / И.В. Вачков. – М. : Ось-89, 2005.– 256 с.
- 22.Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения / Вебер М. [пер с нем. Ю. Н. Давыдова]. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
- 23.Верникова Н. Метафорические ассоциативные карты – универсальный результат для максимальных результатов / Н. Верникова. – Винница: ЧП «Друк», 2018. – 204с.
- 24.Вичев Васил. Мораль и социальная психика / Пер. с болг. под общ. ред. Ю.А. Шерковина / Васил Вичев – М. «Прогресс». – 1978. – 357 с.
- 25.Выготский Л. С. Психология развития ребенка / Л. С. Выготский – М.: Смысл, 2004. – 220с.

26. Вяткин А. П. Психология экономической социализации личности: субъективно-ролевой подход : монограф. / А. П. Вяткин. – Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2010. – 383с.
27. Глинский Б.А. Моделирование как метод научного исследования (гносеологический анализ) / Б.А. Глинский, Б.С. Грязнов, Б.С. Дынин, Е.П. Никитин. – Минск: Изд-во МиГУ, 1965. – 248 с.
28. Годфри Дж. Как научить ребенка обращаться с деньгами / Джолайн Годфри; пер с англ. – М.: Изд-во «Добрая книга», 2006. – 224 с.
29. Голованова Н. Ф. Социализация и воспитание ребенка / Н. Ф. Голованова. – СПб. : Речь, 2004. – 271 с.
30. Дейнека О. С. Экономическая психология: социально-политические проблемы / О. С. Дейнека. – СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1999. – 240 с.
31. Дембицька Н. М. Соціально-психологічні проблеми економічної соціалізації української молоді (початок) / Н. М. Дембицька // Соціальна психологія. – 2008. – №2(28). – С.49-59
32. Дембицька Н. М. Соціально-психологічні проблеми економічної соціалізації української молоді / Н.М.Дембицька // Соціальна психологія. – 2008. – № 2 (28). - С. 49 – 59.
33. Дембицька Н.М. Взаємини в сім'ї як чинник економічної соціалізації дитини / Н.М.Дембицька // Психологічний часопис: збірник наукових праць / за ред. С.Д. Максименка. — № 1 (3). — Вип. 3. — Київ: Інститут психології імені Г. С. Костюка Національної академії педагогічних наук України, 2016. — С. 56 - 64. - Режим доступу: <http://ua.appsyjournal.com/>
34. Дембицька Н.М. Системна модель соціально-психологічного забезпечення економічної соціалізації школяра / Н.М.Дембицька // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Том 1. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія – Вип. 46. – К.: ТОВ-Видавництво «ЛОГОС», 2017. – С. 29 – 34. Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/709139>.
35. Дембицька Н.М. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації школярів: від традицій до креативу / Н.М.Дембицька // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Том 1. Організаційна

- психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія – Вип. 44. – К.: ТОВ-Видавництво «ЛОГОС», 2016. – С. 21 – 25.
36. Дитина. Програма виховання і навчання дітей дошкільного віку. – К.: Освіта, 1993. — 271 с.
37. Диттмар Х. Экономические представления подростков / Х. Диттмар // Иностранная психология – 1997. – №9. – С. 25 – 36.
38. Дробышева Т. В. Экономическая социализация личности: ценностный поход / Т. В. Дробышева – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. – 312 с.
39. Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект: монографія / [Москаленко В.В., Білоконь І.В., Дембицька Н.М. та ін.] ; заг. ред. В.В. Москаленко. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2008. – 154 с. – (Б-ка журн. «Соціальна психологія»)
40. Емельянова Ю.Н. Теоретические и методические основы социально-психологического тренинга / Ю.Н. Емельянова, Е.С. Кузьмин. – Л. : ЛГУ, 1983. – 134 с.
41. Ермакова И. В. Социально-психологические факторы экономической социализации старших подростков: дис.... канд. псих. наук. – Чебоксары, 2008. – 160 с.
42. Євтух М. Б. Методологічні засади розбудови особистісно-орієнтованої навчальної діяльності у вищій школі / М. Б. Євтух // Філософія освіти XXI століття: Проблеми і перспективи : зб. наук. пр. — К. : Знання, 2000. — С. 42—50.
43. Жадан І.В., Чала К.О. Цінності у політичній картині світу студентської молоді / І.В. Жадан, К.О. Чала // III Всеукраїнський психологічний конгрес з міжнародною участю «Особистість у сучасному світі». – К: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2014. – С. 28-31.
44. Жилина Ж. А. Психическая регуляция экономической социализации детей старшего дошкольного возраста: дис... канд. псих. наук. – Владимир, 2005. – 223с.
45. Жилина Ж. А. Экономическая социализация дошкольников–личностные и когнитивные особенности / Ж. А. Жилина // Экономическая психология. Актуальные теоретические и прикладные проблемы: Материалы 5 научно-практической конференции. – Иркутск: БГУЭП, 2004. – С.132-134.

46. Жилина Ж.А. Особенности экономической социализации детей старшего дошкольного возраста / Ж. А. Жилина // Проблема отношений в жизнедеятельности человека: Материалы межрегиональной научно-практической конференции. – Владимир: ВГПУ, 2004. – С.46-47.
47. Журавлев А. Л. Экономическая социализация детей и подростков: понимание подходов к исследованию и основные факторы / А. Л. Журавлев, Т. В. Дробышева // Вестник психологии образования. – 2008. – №2 (15). – С. 29 -35.
48. Журавлев А.Л. Программа социально-психологического исследования экономического сознания личности / А.Л. Журавлев, Н.А. Журавлева // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Ч. 5. Программы и методики психологического исследования личности и группы: материалы юбилейной науч. Конф. ИПРАН 28-29 января 2002 г. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. – с. 11-42.
49. Журавлев А.Л. Социально-психологическое пространство личности. / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. – 496 с.
50. Журавлев А.Л. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования / А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. – 480 с.
51. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б, Горбачева Е.И. Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения предпринимателей и менеджеров в организации творческого труда / А.Л. Журавлев, А.Б Купрейченко, Е.И. Горбачева // Психология в экономике и управлении. – 2011.– № 1 – С. 13 -28.
52. Журавлёв А. Л., Купрейченко А. Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2000. – 436 с.
53. Завьялова Ж. В. Энергия бизнес-тренинга. Путеводитель по разминкам / Ж. В. Завьялова, Е. О. Фарба, М. Н. Авдюнина. – СПб.: Речь, 2006. – 160 с.
54. Зеер Э. Психология профессий: Учеб. пособие для студ. Вузов / Э. Зеер. – М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 336 с.

55. Землянская Т. В. Экономическая социализация личности / Т. В. Дробышева. – М.: Смысл, 2013. – 245 с.
56. Зубіашвілі І. К. Дослідження особливостей ставлення старшокласників до грошей / І. К. Зубіашвілі // Проблеми загальної та педагогічної психології: зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка – К. : Міленіум, 2008. – Т. X, ч.1. – С.192 – 204.
57. Зубіашвілі І. К. Дослідження психологічних особливостей монетарної культури старшокласників / І. К. Зубіашвілі // Організаційна психологія. Економічна психологія: науковий журнал, 2016. – №4 (7). – К. : «ЛОГОС». – С. 55-61
58. Зубіашвілі І. К. Ставлення до грошей як засіб реалізації економічної суб'єктності старшокласників в процесі соціалізації / І. К. Зубіашвілі // Наукові записки Інституту психології мені Г. С. Костюка НАПН України / за ред. академіка С. Д. Максименка. – К.: Ніка-Центр, 2013. – Вип. 39. – С.160 -169.
59. Зубіашвілі І. Основи економічної культури / І. Зубіашвілі // Психолог. – №15-16 (591-592), 2016. – С. 1-88.
60. Зубіашвілі І.К. Концептуальні основи вивчення монетарної соціалізації / І.К.Зубіашвілі // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Том 1. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія – Вип. 44. – К.: ТОВ-Видавництво «ЛОГОС», 2016. – С. 31 – 36.
61. Иванов В.П. Человеческая деятельность-познание-искусство / В.П.Иванов. – Киев: "Наукова думка", 1977. - 250 с.
62. Кавкаєва Н. В.. Педагогическое обеспечение экономической социализации студенческой молодежи: дисс...канд пед. наук. – Кемерово, 2010. – 240 с.
63. Казанцева Е. В. Метафорические ассоциативные карты как «магическая» психотерапевтическая практика / Е. В. Казанцева // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2017. – № 1 (январь). – URL: <http://e-kon-sept. ru/2017/170023. Htm>
64. Карамушка Л. М. Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей : монографія / Л. М. Карамушка, О. Г. Ходакевич. – Київ : КНЕУ, 2017. – 200 с.

65. Карнышев А. Д. Психология собственности как область исследований в экономической психологии // Проблемы экономической психологии. Том 1 / Отв. ред. А. Л. Журавлёв, А. Б. Купрейченко. - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. - С. 139 – 166.
66. Карушева А. В. Особенности профессиональной ориентации старшеклассников в условиях общеобразовательных учреждений / А. В. Карушева, Е. П. Севостьянова // Молодой ученый. – 2016. – №4. – С. 687-691.
67. Кац Г. Б. Метафорические карты. Руководство для психолога / Г. Б. Кац. – «Теревинф», 2016. – 125с.
68. Киршке В. Клубника за моим окном. Ассоциативные карты для коммуникации и творчества / В. Киршке. – Издатель Моритц Эгетмейер, 2010. – 128с.
69. Китов А. И. Личность и группа в системе отношений собственности / А. И. Китов // Проблемы экономической психологии. – М.: ИП РАН, 2004. - Т.1.- С.109 – 138.
70. Климов Е. А. Психология профессионального самоопределения / Е. А. Климов. – М.: Академия, 2012. – 304 с.
71. Ковалёва, Т. М. Материалы курса «Основы тьюторского сопровождения в общем образовании»: лекции 1–4 / Т. М. Ковалёва. – М.: Педагогический университет «Первое сентября», 2010. – 56 с.
72. Козлова Е. В. Психологические особенности социализации на разных этапах детства: дис.... канд. психол. наук: 19.00.07 / Елена Валерьевна Козлова. – М., 1998. – 150 с.
73. Кононець М. О. Тренінг «Розвиток професійної етики підприємців» Електронний ресурс. – Режим доступу: https://appsuh_2010_1_27_6.pdf.
74. Кравцова М. М. Курс выживания для школьного психолога / М. М. Кравцова, О. В. Шевнина. – М.: Генезис, 2006. – 192 с.
75. Кривоконь Н. І. Роль соціально-психологічного забезпечення в контексті «психологізації» соціальної роботи / Н. І. Кривоконь // Психологія і особистість. – 2015. - №2(8).- Ч.1. – С.201-213.
76. Куценко О. Д. Діяльнісно-структурна парадигма суспільства як системи, що саморозвивається / О. Д. Куценко // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Теоретичні проблеми соціальної структури українського суспільства: наук. доп. і повідомлення II Всеукр. соціол.

- конф. / М. О. Шульга (наук. ред.) та ін. – К. : Соціол. асоц. України, Ін-т соціології НАН України, 2002. – С. 49– 66.
- 77.Лавренко О.В. Моральність «людини економічної» в уявленнях студентської молоді / О.В. Лавренко // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – 2017. – Том 1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. - Випуск 47 - с. 78-84.
- 78.Лавренко О. В. Моральні орієнтації студентської молоді в контексті діалогу культур / О. В. Лавренко // Психологія діалогу і світ людини / Збірник наукових праць Кіровоградського державного педагогічного університету ім. Володимира Винниченка / За ред. С. Д. Максименка, Г. В. Дьяконова. – Том 2. – Кіровоград: ФО – П, Александрова М. В., 2012. – С. 120-129.
- 79.Лавренко О.В. Морально-ціннісні орієнтації економічної соціалізації студентської молоді / О.В. Лавренко // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – 2017. – Том 1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – Випуск 46 . – с. 45 – 51.
- 80.Лавренко О.В. Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді у просторі освіти у ВНЗ: моральний аспект / О.В. Лавренко // Психологічний часопис. Науково-практичний журнал Інституту психології імені Г.С. Костюка Національної академії педагогічних наук України. – Номер 1. Випуск 3 – с. 97-107 [Електронний ресурс] – Режим доступу - <http://ua.appsyjournal.com/issue/3/>
- 81.Лебедева Н.М., Лебедева А.А.Организационное консультирование: гештальт-подход – СПб.: Речь, 2009. – 256 с.; Фопель К. Технология ведения тренинга. Теория и практика. Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Генезис, 2005. – 267 с.
- 82.Лейфрид Н. В. Ответственность как личностная детерминанта представленый об успешном человеке: дисс...канд.псих.наук: 19.00.01 / Лейфрид Н. В. – Краснодар, 2006. – 220 с.
- 83.Ложкін Г. В. Економічна психологія: навч. посіб. – [2-ге вид-ня] / Г. В. Ложкін, В. В. Спасенников.– К.: ВД «Професіонал», 2006.–400 с.
- 84.Луценко М.Ю. Фрустрація потреби у власності як чинник ціннісно-сміслових деформацій / М.Ю.Луценко // Збірник наукових праць

- Кам`янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С.Костюка АПН України . Серія «Проблеми сучасної психології» - Кам`янець-Подільський, Київ: Вип. 10. – С. 409 – 418.
- 85.Максименко С. Д. Генетико-моделюючий метод дослідження особистості / С. Д. Максименко // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія: Психологічні науки. - 2014. – Вип. 2.13. – С. 8-16. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmdups_2014_2.13_3 ,
- 86.Матолыгина Наталия Витальевна, Руглова Лидия Владимировна Этика предпринимательства в современной России / Институт Государственного управления, права и инновационных технологий (ИГУПИТ). Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – 2012, № 4 // Электронный ресурс - Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/etika-predprinimatelstva-v-sovremennoy-rossii>.
- 87.Мединцев В.А. Ценностные ориентации лица в контексте описания его культурного пространства / В.А. Мединцев // III Всеукраїнський психологічний конгрес з міжнародною участю «Особистість у сучасному світі». – К: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2014. – С. 15-19.
- 88.Мельничук Т. І. Економічна соціалізація дітей в ситуації усиновлення: аналіз проблеми / Т. І. Мельничук // Актуальні проблеми психології: Зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. –2016. – Т. І: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – Вип. 45. – С.82-88.
- 89.Мельничук Т. І. Сімейне виховання як один із чинників економічної соціалізації дітей старшого дошкільного віку / Т. І. Мельничук // Психологічний часопис: збірник наукових праць / за ред. С. Д. Максименка. - №3(7). – вип.7. – Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка Національної академії педагогічних наук України, 2017. – с. 120-131 [Електронний ресурс] – Режим доступу - <http://ua.appsyjournal.com/issue/3/>
- 90.Миронова, Т. Ю. Экономические представления подростков и юношей о социальном неравенстве, формирующиеся в процессе экономической социализации в России / Т. Ю. Миронова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Философия. Психология. Педагогика. – 2011. – Т. 11, вып. 4. – С. 72-75.

91. Михайлева К. Г. Интеллектуальная элита в матрице современных цивилизационных изменений / Е. Г. Михайлева. — Х. : Изд-во НУА, 2007. — 576 с.
92. Моляко В. О. Генетичні індикатори конструювання образів світу в сучасному інформаційному просторі / В. О. Моляко // Психологічні закономірності творчого сприймання інформаційних індикаторів реальності: монографія / В. О. Моляко, І. М. Біла, Н. А. Ваганова [та ін.]; за ред. В. О. Моляко. — К.: Педагогічна думка. 2015. — с.10-40.
93. Морозовская Е. Мир проективных карт / Е. Морозовская. — М.: Генезис, 2014. — 168с.
94. Москаленко В. В. Особливості економічного та морального в економічній культурі особистості / В. В. Москаленко // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. — Т.ХІІ. Психологія творчості — Випуск 21, 2015. — с. 246-258.
95. Москаленко В. В. Особливості уявлень студентів про соціально успішну людину / В. В. Москаленко // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. — К: Видавництво «Фенікс». — Т.ХІІ. Психологія творчості. — Випуск 15 — Частина І, 2012. — С.296-306.
96. Москаленко В. В. Соціалізація особистості: монографія / В. В. Москаленко. — К.: Фенікс, 2013. — 540 с.
97. Москаленко В. В. Економічна соціалізація особистості: концептуальна модель / В. В. Москаленко // Соціальна психологія. — 2006, №3 (7). — С.3-16.
98. Москаленко В.В. Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект [монографія] / В.В.Москаленко, Ю.Ж.Шайгородський, О.О.Міщенко.- К.: Вид-во "Центр соціальних комунікацій", 2012.- 348 с.
99. Москаленко В.В. Особливості дослідження соціалізації особистості в інтерсуб'єктній парадигмі / В.В.Москаленко // Соціальна психологія. — 2009. - № 5. — С. 5 — 16.
100. Москаленко В.В. Соціалізація особистості: монографія / В.В.Москаленко. —К.: Фенікс.2013. — 540 с.
101. Москаленко В.В., Лавренко О.В., Никифорова Н.О. Виховання підлітків: скаутський рух (соціально-психологічний аспект):

- Навчальний посібник / За редакцією професора Москаленко В.В./ В.В. Москаленко, О.В. Лавренко, Н.О. Никифорова – Донецьк: ДІУ, «Комп'ютер Норд», 2003. – 186 с.
102. Мудрик А. В. Социализация человека / А. В. Мудрик. – М. : Изд. центр «Академия», 2004. – 342с.
103. Нартова-Бочавер С.К., Бочавер К.А., Бочавер С.Ю. Жизненное пространство семьи: объединение и разделение. – М.: Генезис, 2011. – 320 с.
104. Нова українська школа: концептуальні засади реформування середньої школи. / За заг.ред. Михайло Грищенко. – К.: Міністерство освіти і науки України, 2016. – 40 с.
105. Нова українська школа: poradnik для вчителя / Під заг. ред. Бібік Н. М. — К.: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2017. — 206 с.
106. Овакимян О. С. Творческий потенциал будущего специалиста: сущность, этапы реализации, показатели, уровни развития / О. С. Овакимян // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. пр. — 2004. — С. 548—550.
107. Пайпс Р. Собственность и свобода / Пайпс Р. Пайпс. – М.: Московская школа политических исследований, 2008. – 411 с.
108. Паніна Н. Молодь України: структура цінностей, соціальне самопочуття та морально-психологічний стан за умов тотальної аномії / Н. Паніна // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2001. — № 1. — С. 5—26.
109. Панок В.Г. До розуміння сутності поняття психологічної практики у прикладній психології / В.Г.Панок // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер.: Психологічні науки. - 2013. - Вип. 114. - С. 151-155. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuPH_2013_114_32.
110. Поваренков Ю. П. Психологическое содержание профессионального становления человека/ Ю. П. Поваренков. – М.: Изд-во УРАО, 2002. – 60 с.
111. Позняков В.П. Структура и динамика экономического сознания субъекта // Философские проблемы современной психологии. – М.: Институт психологии РАН, 2009. – С. 171–175.

112. Попов В. Д. Экономическое сознание: сущность, формирование и его роль в социалистическом обществе / В. Д. Попов. – М.: Мысль, 1981. – 239 с.
113. Попов Л.М. Добро и зло в этической психологии личности / Л.М. Попов, О.Ю. Голубева, П.Н. Устин. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. - 240 с.
114. Притула В.І. Системне наставництво: управління корпоративними знаннями та навиками / В.І. Притула, З.М. Левченко // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2013. – № 3. – С.113-118.
115. Проблемы экономической психологии / Под ред. А. Л. Журавлева, А. Б. Купрейченко. – М.: Ин-т психол. РАН, 2004. – Т.1. – 620 с.
116. Пряжников Н. С. Школьная профориентация: реальность и мечты / Н. С. Пряжникова // Школьный психолог, 2003. – № 4. – С. 1-5.
117. Психофізіологічне забезпечення становлення фахівця у професіях типу «людина-людина»: монографія / За ред. О.М. Кокуна. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 266 с.
118. Розум С.И. Психология социализации и социальной адаптации человека / С.И.Розум – СПб.: Речь, 2007– 365 с.
119. Руткевич М. Н. Социология образования и молодежи: Избранное (1965—2002) / М. Н. Руткевич / предисл. акад. РАН Л. Н. Митрохина. — М. : Гардарики, 2002. — 541 с.
120. Сасова И. А. Экономика для младших школьников: Пособ. для учителя / И. А. Сасова, Е. Н. Зинченко. – 2-е изд. – М.: Вита-Пресс, 2005. – 96с. [Кравцова М. М. Курс выживания для школьного психолога / М. М. Кравцова, О. В. Шевнина. – М. : Генезис, 2006. – 192 с.
121. Семенов М. Ю. Особенности отношения к деньгам людей с разным уровнем личностной зрелости: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Михаил Юрьевич Семенов. – Ярославль, 2004. – 169 с.
122. Семенов М. Ю. Представленность денег в образе мира / М. Ю. Семенов // Сибирский психологический журнал. – 2000.– Вып.12.– С.66 – 67.

123. Сокурская Л. Г. Студенчество на пути к другому обществу: ценностный дискурс перехода / Л. Г. Сокурская. — Харьков: Харьк. нац. ун-т им. В. Н. Каразина, 2006. — 576 с.
124. Соціалізація особистості школяра / Науково-методичний центр «Українська етнопедagogіка і народознавство» / Л.Е. Орбан (ред.). — Івано-Франківськ, 1996. — 66 с.; Татенко В.О. Соціальна психологія впливу : монографія/ В.О.Татенко. - К.: Міленіум2008. - 216 с.
125. Соціально-психологічне забезпечення учнів на шляху їх професійного самовизначення: навчально-методичний посібник / Укл.: К. О. Пінюгіна, В. В. Білецька, О. В. Аніна. — Миколаїв: ОШПО, 2014. — 112 с.
126. Соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді: монографія / В.В. Москаленко, О.В. Лавренко, Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі [та ін.]; за ред. В.В.Москаленко — К.: Педагогічна думка, 2015. — 405 с.
127. Соціально-психологічні проблеми становлення суб'єкта економічної соціалізації: монографія. /Т.В. Говорун, Н.М. Дембицька, І.К. Зубіашвілі, Л.М. Карамушка, О.В. Лавренко, О.О. Міщенко, В.В. Москаленко, Ю.Ж. Шайгородский./ Ред. В.В. Москаленко. — Кіровоград: 2012. — 205 с.
128. Стельмашук М. Н. Исследование студенческого долга /М. Н. Стельмашук// Психология в экономике и управлении. — 2009. — №2. — С. 43-54.
129. Стельмашук М. Н. Методологические основания концепции экономической социализации в детстве / М. Н. Стельмашук // Ежегодник Российского психологического общества. — Т. 9. — Вып. 7. — Психология и экономика, 2002. — С. 32-37.
130. Стельмашук М. Н. Методология и методика изучения экономической социализации в детстве / М.Н. Стельмашук. — Тюмень: «Вектор Бук», 2003. — 183с.
131. Стельмашук М. Н. Содержание концепции экономической социализации в детстве // Вестник Тюменского государственного университета, 2003. — №4. — С.199-205.
132. Стельмашук М. Н. Содержание концепции экономической социализации: обзор зарубежных исследований по экономической психологии / М. Н. Стельмашук // Вестник Тюм. ГУ. — 2003. — № 4. — С.14-21.

133. Стельмашук М. Н. Содержание экономических представлений в детстве / М. Н. Стельмашук // Вестник Тюменского государственного университета. – 1998. – № 1. – С. 21-25.
134. Стельмашук М. Н. Становление и восприятие экономических идеологий в современном обществе / М. Н. Стельмашук // Вестник ТюмГУ. – 1999. – № 2. – С.11-15.
135. Стельмашук М. Н. Экономическая социализация как фактор становления инновационного мышления / М.Н. Стельмашук // Психология в экономике и управлении. – 2010. – № 2. – С. 22-27.
136. Студент XXI века: социальный портрет на фоне общественных трансформаций : монография / Нар. укр. акад. ; под общ. ред. В. И. Астаховой. — Харьков : Изд-во НУА, 2010. — 408 с.
137. Татенко В.О. Соціальна психологія впливу: Монографія. – К.: Міленіум, 2008. – 216 с.
138. Титаренко Т. М. Психологічні практики конструювання життя в умовах постмодерної соціальності: монографія /Т. М. Титаренко, О. М. Кочубейник, К. О. Черемних; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К.: Міленіум, 2014. – 206 с.
139. Тренінговий курс «Підготовка наставників для дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування» / Укладачі Ю.Удовенко, В.Ейдемільер, О.Смаль, І.Сацюк [та ін.] – К.: Вид-во Проект Наставництва «Она Надія», 2013. – 78 с.
140. Тугушева А. Р. Представление о социальной успешности и личное самоопределение юношества: автореф. дис... канд. псих. наук: 19.00.05/ А. Р. Тугушева. – Удмуртский ГУ. – Самара, 2007. – 24 с.
141. Тульчинский Г. Л. Разум, воля, успех: о философии поступка / Г. Л. Тульчинский. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1990. – 214 с.
142. Тюшев Ю. В. Выбор профессии: тренинг для подростков / Ю. В. Тюшев] – СПб.: Питер, 2006. – 160 с.
143. Фанталова Е. Б. Об одном методическом подходе к исследованию мотивации и внутренних конфликтов / Е. Б. Фанталова // Психологический журнал. – 1992. – Т.13. – №1. – С. 107-117.
144. Фенько А. Б. Дети и деньги: особенности экономической социализации/ А. Б. Фенько // Вопросы психологии. – 2000. – № 2. –

- С. 94 -101].; Гусельцева М. С. Парадигмы в психологии: историко-методологический анализ. В кн.: А. Л. Журавлев, Т.В. Корнилова, А.В. Юревич (Ред.), Парадигмы в психологии: науковедческий анализ. М.:ИП РАН, 2012. С. 34–56.
145. Хащенко Т.Г. Экономическая субъектность личности агрария как предиктор его экономической активности/ Т.Г.Хащенко // Современные исследования социальных проблем. - Выпуск № 7 (51) / 2015. - С.369 - 385. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-subektnost-lichnosti-agrariya-kak-prediktor-ego-ekonomicheskoy-aktivnosti#ixzz4geUAvQe0>
146. Шайдуллина Р.М. Сущность экономической социализации студенческой молодежи в современных условиях / Р.М. Шайдуллина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 1, – С. 231- 242.
147. Шевченко М. Ф. Как стать успешным? Программа занятий для старшеклассников / М. Ф. Шевченко. – СПб.: Речь, 2007. – 208 с.
148. Шинкарук В. І. Культура і освіта. Світоглядні аспекти / В. І. Шинкарук // Мистецтво життєтворчості особистості: Наук.-метод.посібник: У 2 ч. / Ред.рада: В.М.Доній, Г.М.Несен, Л.В.Сохань та ін. К.: 1997–392 с.
149. Штерн Е. Психическая структура подростка /Е. Штерн // Педология юности -. М.-Л. - 1931.
150. Щедрина Е. В. Исследования экономических представлений у детей / Е. В. Щедрина // Вопросы психологии. – 1991. – №2. – С. 157 – 164.
151. Этика. Учебник для академического бакалавриата - Электронный ресурс. Режим доступа: <https://books.google.com.ua/books?isbn=5040278462>; Этика. Учебник для академического бакалавриата / А.А. Гусейнов, А.Г. Гаджигурбанов [и др.]; под общ. ред. А.А. Гусейнова. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 460 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс.
152. Abric J.-C. L'organisation interne des representations sociales: systeme central et systeme peripherique/ Structure setrans formations des representations sociales. Ed.Guimelli Ch. – Neuchatel: Delachaux et Niestle, 1993.

153. Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Люксембург: Publication Office of the European Union; EUR 27939 EN; doi:10.2791/593884 – Электронный ресурс. Режим доступа : <https://ec.europa.eu/jrc/entrecomp>.
154. Berti A. The development of economic notions: Singles equence of separate acquisitions / A. Berti, A. Bombi A, R. De Beni // J. Of Economic psychol. – 1986. – 7. – P. 415- 424.
155. Danziger K. Children’s earliest conception of economic relationships / K. Danziger // J. Of Soc. Psychol. – 1958. – 47. – P. 231 - 240.
156. Davies E. Student attitudes to student debt / E. Davies // Journal of Economic Psychology / 1999. –Vol. 160. – P. 663- 679.
157. Davis K., Taylor R. Kids and cash. LaJolla, CA: OakTree, 1979.
158. Engel J.F., Blackwell R.D. and Miniard P.W. *Consumer Behaviour* (8th Edition). – NewYork: Dryden Press, 1995.
159. Dembytska N.M. Signs of privacy in metaphorical models of pupils’ personal property / N.M.Dembytska // Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools. – Issue: 2(8) / Ed. by S. Maksymenko, V. Lunov, R. Iserman. – Publishing office: Accent Graphics Communications. – Hamilton, ON, 2015. – PP. 45 – 55.
160. Furnham A. Children’s understanding of the economic world /A. Furnham // Australian J. of Education. – 1986. –30. – N 3. – P. 219- 240]. [Furnham A. The perception of poverty among adolescents / A. Furnham // J. Of Adolescence. – 1982. –5. – P. 135 – 142.
161. Furnham A. Children’s understanding of the economic world / A.Furnham //Australian J. ofEducation. – 1986. 30. N 3. – P. 219 – 240.
162. Furnham A. Children'sviewsregardingpossessionsandtheirtheft / A. Furnham, S. Jones // J. ofMoralEducation. – 1987. – 16. –N 1. – P. 18 – 30
163. Furnham A. F.The psychology of money/ A. Furnham,M. Argyle – London: Routledge, 1988.
164. Furnham A. The perception of poverty amongadolescents / A. Furnham // J. OfAdolescence. – 1982. –5. – P. 135 - 142.
165. Furnham, Kirkcaldy, 2000; Furnham, Argyle, 1998; Furnham, Okamura, 1999.

166. Giddens A. Central problems in social theory: Action, structure and contradiction in social analysis. London: Macmillan Press, 1979 - p. 130.
167. Harold. The Mentoring Partnership. Roles of a Mentor [Електронний ресурс] / Harold Bloom. — Сайт «The Mentoring Partnership». — Режим доступу : <http://www.mentoringpittsburgh.org>.
168. Holland J.L. Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments / Holland J.L. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1985. – 211 p.
169. Jundin S. Children's conception about consumption, saving and work. – Stockholm, Stockholm School Economics, EFJ (doctoral dissertation, English summary), 1983.
170. Lassarres D. Consumer education in French families and schools // Economic Socialization. Cheltenham: Edward Elgar, 1996.
171. Moscovici S. Social representations / The phenomenon of social representations. Eds. Farr R.M., Moscovici S. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – P. 3-69.
172. Newson J., Newson E. Sevenyearsold in a home environment. L: Alien&Unwin, 1976.
173. Siegal M. Children's perceptions of adult economic needs // Child Development. – 1981. – №52. – P.379-382.
174. Webley P., Burgoyne C. B., Lea S. E. G., Young B. M. The economic psychology of everyday life. Psychology Press, Hove, 2001.
175. Zubiashvily I. Social and psychological aspects of the monetary culture of the society / I. Zubiashvily // Психологічний часопис: науково-практичний журнал Інституту психології НАПН України, 2016. – Вип. 2. – Т. 2. – С. 220 - 243. URL: <http://ua.appsyjournal.com/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Структура тренінгу для старшокласників

Назва модуля	Заняття	Орієнтовна тривалість (хв.)
Модуль 1 Рефлексивний	Заняття 1 1.1. Вступне слово ведучого. Ознайомлення старшокласників з метою, завданнями, правилами поведінки при проведенні тренінгових занять 1.2. Розминка «Знайомство» 1.3. Вправа «Автобусна зупинка» (збір очікувань від учасників тренінгу) 1.4. Психологічний практикум «Як я сприймаю гроші» 1.5. Міні-лекція «Етапи розвитку фінансового суспільства»	5 5 15 10 15
	1.6. Вправа «Оплески» 1.7. Рефлексія заняття	5 5
	Заняття 2 2.1. Розминка 2.2. Презентація формули «Хочу – можу – потрібно» 2.3. Психологічний практикум «Мої бажання для досягнення фінансового успіху» 2.4. Дискусія «Сприйняття грошей». 2.5. Рефлексія заняття	10 5 15 25 5
Модуль 2 Пізнавальний	Заняття 3 3.1. Розминка 3.2. Міні-лекція «Гроші в світовій історії: фінансовий лікбез» 3.3. Психологічний практикум «Визначення вашого фінансового темпераменту» 3.3. Мозковий штурм «Терміново потрібні гроші» 3.5. Рефлексія заняття	5 15 20 15 5
	Заняття 4 4.1. Розминка	5

	4.2. Міні - лекція «Фінансові системи» 4.3. Діагностика за допомогою МАК «Грошові типи особистості» 4.4. Ділова гра «Конкуруючі школи» 4.4. Рефлексія заняття	10 40 5
Модуль 3 Розвивальний	Заняття 5 5.1. Розминка 5.2. Діалог з групою «Досягнення фінансових цілей» (сім кроків перетворення фінансової мрії на ціль) 5.3. Бесіда на тему «Кар'єра з нуля» (фінансовий успіх Есте Лаудер) 5.4. Рефлексія заняття	5 30 20 5
	Заняття 6 6.1. Розминка 6.2. Міні-лекція «Негативні соціальні стереотипи ставлення до грошей» 6.3. Гра «Твої відносини з грошима» (за допомогою МАК) 6.3. Вправа «Паркани та яри» (для подолання труднощів на шляху досягнення фінансових цілей) 6.4. Ділова гра «Прес-конференція» (фінансові проблеми сім'ї) 6.5. Рефлексія заняття.	5 10 10 30 5
	Заняття 7 7.1. Розминка 7.2. Дискусія «Екскурс в історію» (Генрі Форд) 7.3. Вправа «Зняття внутрішніх обмежень при розв'язанні фінансових проблем» 7.4. Групове малювання на тему «Неіснуюча валюта» 7.5. Рефлексія заняття	5 25 10 15 5
	Заняття 8 8.1. Розминка 8.2. Діагностика шляхів отримання та витрачання грошей саршокласниками (модифікація опитувальника М. Голова, Р. Єфімкіна). 8.2. Вправа «Фінансове планування» 8.3. Бесіда на тему «Фінансовий успіх» 8.5. Анкета оцінки тренінгу	5 15 25 10 5

Додаток Б

Б.1. «Моральний портрет» економічно успішної людини», бланк гри

	Якості особистості	Етап 1 Індивідуальне ранжування	Етап 2 Командне ранжування	Етап 3 Експертне ранжування	Етап 4 Різниця між етапами 1 та 3	Етап 5 Різниця між етапами 2 та 3
A	Совіслівість					
B	Прагнення до вигоди					
C	Порядність, чесність					
D	Цинізм					
E	Використання людей у власних цілях					
F	Повага до закону					
G	Відповідальність					
H	Справедливість					
I	Збагачення за будь-яку ціну					
J	Хабарництво					
K	Моральність					
L	Аферизм					
M	Обов'язковість					
N	Заощадливість					
O	Грабіжництво, бандитизм					
P	Грошовитість					
Q	Корупційність					
R	Правдивість					
S	Використання «потрібних зв'язків»					
T	Обман, нечесність					
				Сумарний результат (чим	Індиві- дуальн а	Кількі- сть балів

				менше кількість балів, тим краще результат)	кількі- сть балів	коман- ди
--	--	--	--	--	-------------------------	--------------

Б.2. «Моральний портрет» економічно успішної людини», бланк для ведучого гри

	Якості особистості	Етап 1 Індивідуа - льне ранжуван -ня	Етап 2 Командне ранжуван ня	Етап 3 Експертне ранжуван ня	Етап 4 Різниц я між етапам и 1 та 3	Етап 5 Різниц я між етапам и 2 та 3
A	Совіслівість			11		
B	Прагнення до вигоди			9		
C	Порядність, чесність			2		
D	Цинізм			14		
E	Використання людей у власних цілях			13		
F	Повага до закону			4		
G	Відповідальність			1		
H	Справедливість			10		
I	Збагачення за будь-яку ціну			17		
J	Хабарництво			16		
K	Моральність			3		
L	Аферизм			20		

M	Обов`язковість			7		
N	Заощадливість			12		
O	Грабіжництво, бандитизм			19		
P	Грошовитість			6		
Q	Корупційність			18		
R	Правдивість			8		
S	Використання «потрібних зв`язків»			5		
T	Обман, нечесність			15		
				Сумарний результат (чим менше кількість балів, тим краще результат)	Індиві- дуальн а кількі- сть балів	Кількі- сть балів коман- ди

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Дембицька Наталія Миколаївна — провідний науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник

Лавренко Ольга Василівна — провідний науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидат філософських наук, доцент

Зубіашвілі Ірина Костянтинівна — старший науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник

Мельничук Тетяна Іванівна — старший науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, кандидат психологічних наук

Наукове видання

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ**

Монографія

Авторська редакція

Ум. друк. арк. 10,0

Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України

01033, м. Київ, вул Паньківська 2;

тел./факс: (044) 288-33-20

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів
і розповсюджувачів видавничої продукції
№ 6418 від 03.10.2018 р.