

Section 6. Applied psychology

<https://doi.org/10.29013/EJEAP-23-2-56-62>

*Umarova Navbakhor Shokirovna,
Doctor of Psychology,
Tashkent State Pedagogical University, Uzbekistan*

THE CONCEPT OF ECONOMIC SOCIALIZATION: IN THE CONTEXT OF UZBEKISTAN YOUTH

Abstract. The article reveals the process of economic socialization through the model of “activity approach to personality” in the context of such basic psychological concepts as personality, behavior and activity.

Keywords: economic socialization, goal, means, motivation, success, economic consciousness.

*Умарова Навбахор Шокировна,
Доктор психологических наук,
Ташкентский государственный педагогический университет, Узбекистан*

КОНЦЕПЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ: В КОНТЕКСТЕ МОЛОДЁЖ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация. В статье выявлено процесс экономической социализации через модель «деятельностного подхода к личности» в контексте таких основных психологических понятий, как личность, поведение и деятельность.

Ключевые слова: экономическая социализация, цель, средство, мотивация, успех, экономическое сознание.

Введение

Проблема экономической социализации является одной из самых актуальных проблем современной интегрированной промышленности, которая осталась вне поля зрения не только экономистов, но и отечественных психологов. Переход от детства к юности – одна из наименее популярных тем в области экономической психологии.

Обзор литературы. Вопрос общей социализации подростков и студентов, по мнению ведущих

зарубежных социальных психологов таких как, И. С. Кон, Т. Шибутани, Б. Д. Парыгина, Г. М. Андреева, А. А. Бодалева, А. А. Реанса является одной из наиболее изученных проблем в мировой науке. Поэтому в данной статье мы применяем концептуальный (индивидуально-ориентированный) подход к нашему исследованию, чтобы определить группу социально-психологических факторов влияющих на групповые отношения и на процесс экономической социализации, а также определить

основное мировоззренческое направление исследования концепции экономической социализации и плановых экспериментальных исследований.

В модели деятельностного подхода к проблеме процесса экономической социализации личности, представленной на схеме 1, мы можем видеть, как эти базовые понятия играют роль в раскрытии сущности в области экономической психологии (например, А. П. Вяткина). В этом случае в структуру деятельности входят компоненты «цель», «средство» и «результат», которые использовались для объяснения сущности бытия (материи) в постоянном движении (например, Е. Г. Юдина). В частности, цель деятельности человека, направленная на экономические отношения, состоит в решении задач, определяющих части и этапы действий, что в основном проявляется в экономической действительности. При этом метод/приемы, создающие мотивацию личности к успеху, используются как средство достижения цели экономической деятельности. Результат деятельности, достигнутый в процессе экономических отношений, используется для проверки и оценки эффективности поставленной лицом первоначальной цели или, при необходимости, для ее корректировки/замены на новую цель.

На основании анализа литературы в принятой концепции экономической социализации главную роль в направленности экономических отношений играет «экономический человек» или главную задачу выполняет экономическое сознание личности.

Также индивидуальное поведение явилось предметом современных исследований в контексте психологии собственности и соответственно принято в качестве одного из основных понятий, объясняющих отношения собственности в науке экономической психологии.

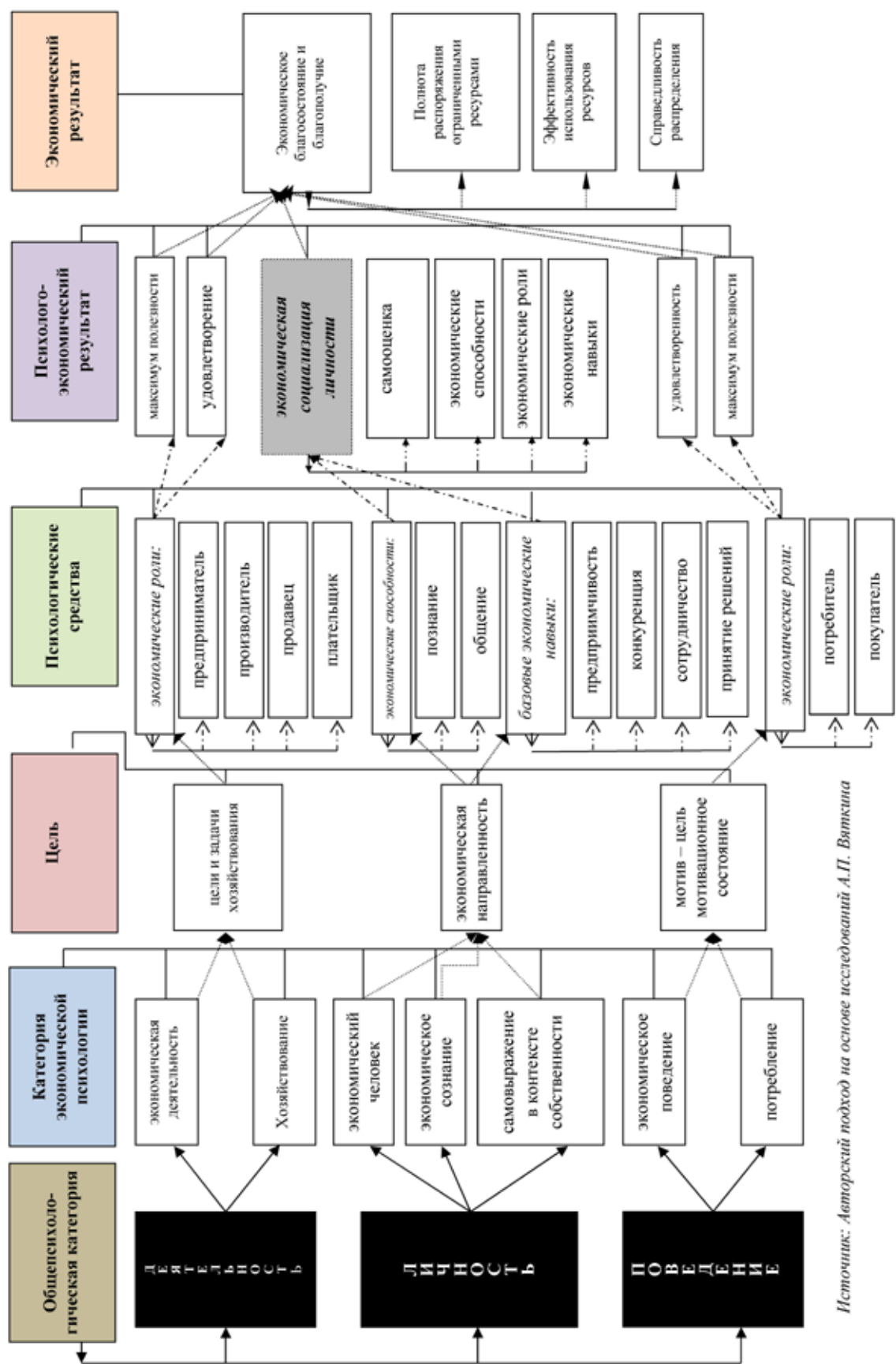
При оценке с экономической точки зрения понятие деятельности означает, что это хозяйственная деятельность, представляющая собой алгоритм поведения личности, связанный с управлением,

организацией и управлением экономикой. Применительно к понятию поведения аналогичный взгляд может быть применен при объяснении возникновения экономического поведения, связанного с психологией потребления, что стало предметом исследования в области психологии маркетинга. Если обратить внимание на мнение Н. В. Поляковой, проводившей обширные исследования в этой области, то появление такого экономического поведения обычно отражается в деятельности индивида, связанной с управлением и потреблением хозяйства. Важно отметить, что такой концептуальный подход позволяет понять необходимые внешние условия социализации (развития) и самовыражения личности (экономического сознания) в условиях рыночных отношений. При этом мы ориентируемся на анализ всего понятия в виде цепной структуры «цель → средство → результат» на уровне деятельности, личности и поведения.

Методология, материалы и методы исследования

Совпадение целей и задач хозяйственной и управленческой деятельности личности на уровне экономической направленности представляет собой социально-психологический процесс, имеющий двойственную природу. С одной стороны, этот процесс ставит задачу принятия и понимания многогранной цели, связанной с организацией и развитием экономики на уровне экономической направленности, с другой стороны, развитие экономической направленности требует от личности адекватного понимания цели управления.

Законы, основанные на той же последовательности, могут быть применены и к исследованию при раскрытии сущности понятий личности и поведения. Например, в восприятии потребности (мотива) в товаре или услуге и в действиях, связанных с целью мотивационного состояния, индивид проявляет потребительское поведение. Признано, что основными психологическими средствами и методами достижения экономических и психологических результатов являются



Источник: Авторский подход на основе исследований А.П. Ваткина

Схема 1. Модель «Деятельностного подхода к личности» концепции процесса экономической социализации личности

принятые в экономических воззрениях понятия: «экономическая роль», «экономическая способность» и «экономические навыки».

Следует отметить, что любая экономическая роль, которую играет человек, отражается в воздействующих на него внешних условиях и экономических реалиях, в которых он участвует.

В концепции они разделены по степени соразмерности деятельности и поведения. В частности, воспринимаемые экономические навыки включают черты личности, связанные с рациональным мышлением, ответственностью, самооценкой по отношению к собственным ресурсам и экономическим ролям, а коммуникативность включает способность общаться и выражать себя в групповом принятии решений.

Также в развитии реалий проявляются экономические способности и умения в обеспечении эффективности поведения лица, вступающего в экономические отношения в целом.

Согласно концепции, материальная обеспеченность и экономическое благополучие как главный экономический результат помогают нам понять уровень полной доступности ограниченных ресурсов субъекта экономических отношений, эффективность использования этих ресурсов или суть вопросов, связанных со справедливым распределением этих ресурсов.

Таким образом, экономико-психологический результат содержит основную информацию о четырех компонентах, координирующих процесс экономической социализации личности в целом. Эти четыре компонента представляют собой: 1) самооценку, 2) экономические способности, 3) экономические роли и 4) экономические навыки, которые, в свою очередь, являются ключевыми «ключами» к оценке ключевых экономических результатов, которых человек достигает в процесс экономической социализации своей деятельности.

На этапе формирования экономической ответственности, являющейся продуктом процесса экономической социализации личности, в раннем

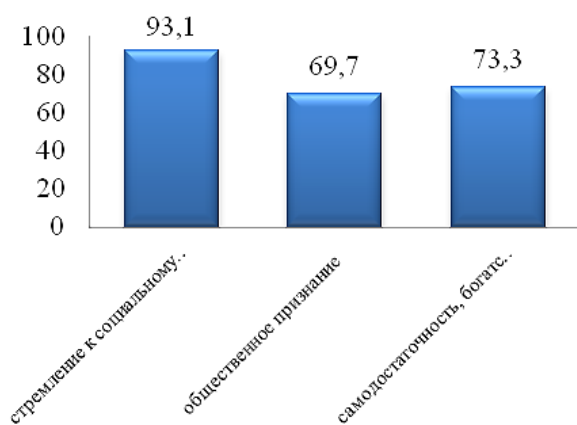
подростковом возрасте происходит формирование определенного уровня системы ценностей, направленной на высоко/неразвитую систему поведения личности. Хотя ценностно-ориентированная система человека формируется под влиянием ментальных ценностей, она характеризуется тем, что масштаб ее влияния не определяется жестко приоритетной социально-экономической политикой или непосредственно окружающей ее социальной средой. Это связано с тем, что в процессе экономической социализации индивид никогда не медлит с формированием своего направления. При этом он усваивает ценности, предлагаемые обществом, посредством своего выбора, основанного на его мире потребностей и социально-экономических представлениях. Не только социальные факторы, но и некоторые черты характера и личности, ее индивидуальные типологии влияют на ценностную ориентацию представителей раннего подросткового возраста, и эта ситуация может служить критерием в оценке успешности или неудачи процесса экономической социализации.

Для изучения ценностных ориентаций ранних подростков в контексте процесса экономической социализации целесообразно, прежде всего, рассмотреть условия экономических реалий. То есть на данном этапе юности важно определить, как должен вести себя человек как субъект экономических отношений при выполнении экономических ролей и на основе каких рыночных правил должна организовываться ролево-субъектная деятельность. На наш взгляд, условия отношений, связанных с ролевой субъектной деятельностью в контексте экономических реалий, в первую очередь отражаются в процессе экономической социализации. Согласно экономическому словарю, процесс социализации личности в экономике находит отражение в ряде реалий и явлений, таких как перерасчет общественного запроса в экономических отношениях, гуманизация труда и быта, смягчение социальной дифференциации, развитие экономических сфер. По мнению зарубежных социальных

психологов, проводивших исследования в этой области (например, Н. А. Журавлевой), процесс экономической социализации включает в себя:

- 1) общую социально-экономическую ситуацию, в которой пребывает личность;
- 2) семейные установки и ценности;
- 3) на три основных условия членства влияет тот факт, что оно проявляет себя как потребитель в экономической деятельности.

В целях доказательства научной гипотезы о том, что в основе экономической социализации могут лежать ценности личности, связанные с экономическими отношениями, на данном этапе исследования респонденты из первой группы подростков тестировались по методике М. Р. Рокича «Ценностная ориентация». С помощью методики, где значения, объясняют, что они сбалансированы относительно выражения свойства, подросток впервые в экономических реалиях (событиях, отношениях) осознает свое индивидуальное существование как субъекта или выбирает оп-



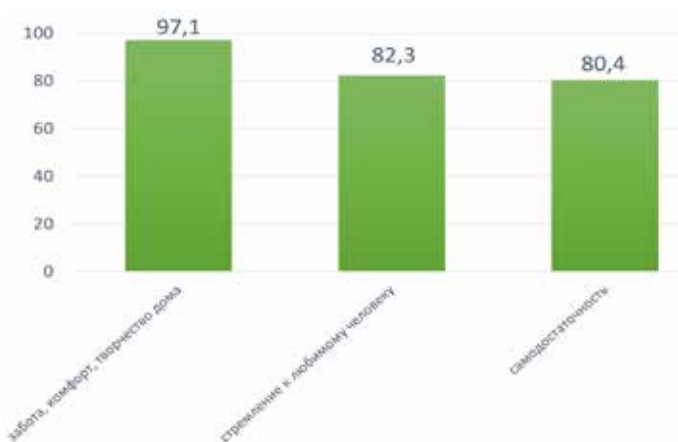
■ Приоритетные терминальные ценности у городских молодежи (n=41)

Рисунок 1. Приоритетные терминальные ценности у городских молодежи (Источник: исследование автора)

Результаты показывают, что городские жители раннего подросткового возраста не уверены в своей будущей ориентации, что указывает на то, что они могут быть не в состоянии добиться успеха в самооценке. В результатах выявлена

тимальную форму действия, которая поможет ему выполнять экономические роли в контексте этих реалий (событий, отношений). В соответствии с рекомендациями первые респонденты-подростки из разных демографических регионов должны были отсортировать ценности, относящиеся к этим двум категориям, по степени их важности.

На основании выбора, сделанного респондентами при попытке оценить свою направленность на вступление в экономические отношения, наблюдалась следующая непропорциональная картина. В частности, респонденты, проживающие в городе, выразили две разные установки, связанные с материальным успехом и межличностными отношениями, которые они считали наиболее важными для себя среди терминальных ценностей. Например, такие ценности, как «стремление к социальному статусу и карьере», «общественное признание», «самодостаточность, богатство» признаются высшими по важности ценностями.



■ Приоритетные терминальные ценности у сельской молодежи (n=43)

Рисунок 2. Приоритетные терминальные ценности у сельской молодежи (Источник: исследование автора)

специфическая демографическая особенность и наглядно продемонстрировано влияние мезофакторов на детерминацию ценностных ориентаций. Это выражено в следующем (по исследовании 2021 года). Подчеркнутая, как ценность

высокой важности, ценность «общественного признания» составила 69,7% у городских юношей и 27,2% у сельских юношей; ценность «социальный статус и карьера» – 93,1% городских студентов, 23,0% сельских студентов; величина «самодостаточности» составляет 73,3% у городских субъектов и 92,1% у сельских.

Согласно исследованию, ориентация представителей 1 группы определена совокупностью факторов, ориентированных на такие социальные ценности, как «социальный статус и карьера» и «общественное признание», тогда как ориентация представителей 2 группы – это «стремление к любимому человеку», «взаимное доверие и крепкие семейные отношения» и целостность семейных жизненных факторов, таких как «забота, комфорт, творчество дома». Подчеркнув, как ценность высокой важности, ценность «забота, комфорт, творчество дома» составила 41,6% у городских юношей и 97,1% у сельских юношей; ценность «стремление к любимому человеку» – 39,4% городских студентов, 82,3% сельских студентов; величина «самодостаточности» составляет 53,4% у городских субъектов и 80,4% у сельских (см. рис. 2).

Этот факт свидетельствует о важности влияния ценностей в той или иной степени на их экономическую социализацию и о гуманности и семейном характере молодежной политики в нашей стране, орошаемой идеями гуманизма.

Молодёжи, проживающие в разных демографических регионах, обнаружили сходные различия в формировании терминальных ценностей в выборе, оказавшемся первостепенным среди инструментальных ценностей. Например, для наших испытуемых, проживающих в городе, такие ценности, как «умение твердо стоять на своих мнениях и взглядах и не отступать», «самосознание», участие в деятельности, соответствующей экономическим интересам» и «сила воли», по значимости были выбраны первыми. Результаты исследования также показывают, что ведущими

ценностями первокурсников сельских колледжей по уровню общей доминантности являются: «воспитанность», «терпение», «умение слушать других», «уважение», «всепрощение» и «трудолюбие, деловитость», совокупность ориентаций приводит к выводу, что признанные ценности выражаются через половые признаки.

При анализе результатов, то есть при сопоставлении инструментальных ценностей с терминальными ценностями, среди терминальных ценностей в раннем подростковом возрасте выражен фактор «материального успеха», «отсутствие материальных трудностей», «самодостаточность, достаток». При выборе таких ценностей, как «проведение времени за приятными и интересными занятиями», «наличие в семье материальных ценностей», а в процессе выбора инструментальных ценностей при выполнении экономических ролей при вступлении в рыночные отношения – «высокая востребованность (требовательность и экономность во вступлении в хозяйственные отношения), «самосознание, участие в деятельности в соответствии с экономическими интересами», «сотрудничество с другими (формирование торгово-партнерских отношений)». В целом мы видим, что он ориентируется на другие ценности.

Заключение

Такой дисбаланс свидетельствует о недостаточной социализации субъекта в рыночном обществе, о том, что деятельностная структура включает в себя компоненты «цель», «средство» и «результат», что представляет индивида нежелающим вступать в рыночные отношения. На наш взгляд, относительная значимость обоих наборов ценностей заключается в том, что они различны не только для разных полов, но и для социально-демографических групп, и это различие может быть использовано в качестве критерия сегментации рынка. Данную ситуацию целесообразно оценивать, как механизм мотивационно-ценностной структуры социально-психологических факторов, влияющих на процесс экономической социализации

личности. Данный механизм также можно раскрыть на следующем примере. Например, если девочка раннего юношеского возраста с эгоцентрической установкой, ставящая высоко радость или удовольствия, хочет выпить чашечку кофе для наслаждения, то социоцентрическая установка мальчика раннего юношеского возраста, воспринимается как слабый стимулятор повышения производительности чувства выполненного долга. А также другая категория (смешанные мальчики и девочки), предпочитающие теплые отношения с окружающими, основанные на традиционных установках, и представители раннего подросткового возраста, предпочитающие выпить чашечку кофе, следуют социальной традиции.

Таким образом, в соответствии с концепцией экономической социализации, можно определить следующее. Во-первых, терминальные ценности являются важным признаком сферы деятельности, связанной с ролью личности, предпринимателя, производителя, продавца, в процессе экономической социализации – способностью входить в экономические отношения. Во-вторых, мотивационная направленность, проявление характерных инструментальных ценностей в виде институтов в контексте ролей экономического поведения личности, таких как потребитель-потребитель, выступает как степень сформированности потребительского поведения с базовыми экономическими навыками.

Список литературы:

1. Вяткин А. П. Психология экономической социализации личности: субъектно-ролевой подход: монография / А. П. Вяткин. – Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2010. – 383 с.
2. Юдин Э. Г. Системный подход и принцип деятельности. – М.: Наука, 1978. – 128 с.
3. Умарова Н. Ш. Экономическая социализация личности в контексте возрастных периодов. Вестник науки и образования, – 22–3 (76)). 2019. – С. 60–64.
4. Умарова Н. Ш. Иқтисодий ижтимоийлашув жараёнига таъсир килувчи омилларнинг мотивацион-кадриятли тузилмаси (ўспиринлар мисолида). Academic Research in Educational Sciences, – (2). 2020. – С. 259–277.
5. Умарова Н. Ш. Теоретическая и практическая модель экономической социализации личности. Вестник интегративной психологии, – (18). 2019. – С. 259–263.