

References

1. Billinghamurst, M. (2002). *Augmented Reality in Education*. Seattle WA: New Horizons for Learning - Technology in Education .
2. Bimber, O., Raskar, R., & Inami, M. (2007). *Spatial Augmented Reality*. SIGGRAPH 2007 Course 17 Notes.

УДК 159.92

КОРНІЄНКО І.О., ТАЙГЛЕР Г.М.
Мукачівській державний університет

ЕКОНОМІЧНА І СПОЖИВЧА СОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ

Економічна соціалізація з боку іноземних психологів визначається як «процес, в якому люди навчаються діяти в економіці: як вони будуть планувати бюджет, позичати гроші, зберігати, купувати, сприймати рекламу, і розуміти більш широку мету економіки» [3]. Вивчення економічної соціалізації відбувається у двох напрямках: вивчення розвитку дитячого розуміння різних економічних реалій та вивчення економічної поведінки. Економічна соціалізація – це асиміляція і активне відтворення соціального досвіду людини в соціальній сфері життя [2]. Авторка підкреслює етапи економічної соціалізації: 1) 4-6 років - елементарні уявлення про гроші і покупки; 2) 6-8 років - розробка концепції грошової системи і розуміння взаємозв'язку між грошима і роботою як їх джерела; 3) 7-9 років - розуміння вартості грошей, здобуття неподільного погляду на багатство і бідність та соціально-економічні відмінності; 4) 10-12 років - більш диференційоване економічне розуміння, здатність будувати економічні відносини, виходячи з функціональних міркувань; 5) 13-15 років - наближення до дорослих у знанні економічних відносин, усвідомлення соціально-економічної нерівності та становища власної сім'ї в соціальній структурі.

Економічна соціалізація дорослих, за результатами досліджень О. Посипанової, відбувається саме через необхідність асимілювати соціально-економічні зміни, що відбуваються в останні два десятиліття, в переході від планованої економіки до ринку. Соціальні, економічні, політичні та етнічні змінні вважаються детермінантами відмінностей в економічній соціалізації. Термін «економічна соціалізація» є «соціалізацією споживачів». Споживча соціалізація, є похідною економічної соціалізації [4].

Споживча соціалізація – це процес набуття молодими людьми навичок, знань та настанов, які впливають на їх функціонування на ринку в якості споживачів. Споживчої соціалізації відбувається як передача культурних цінностей від одного покоління до наступного в нуклеарній або розширеній сім'ї. Споживча соціалізація це процес вироблення навичок раціонального придбання та використання товарів і послуг. Споживча соціалізація передбачає формування сталих, соціально схвалюваних споживчих уподобань.

Важливо враховувати зміст і методи споживчої соціалізації. Зміст навчання ділиться на прямий, відповідний об'єкту (*directly relevant*) і побічно пов'язаний (*indirectly relevant*).

Прямо відповідні аспекти споживчого навчання є ті, які необхідні для фактичного придбання і споживання. Це навчання в конкретних навичках: як купити, як порівнювати бренди, як управляти доступним доходом. Опосередковано пов'язаний зміст навчання асоціюється з майстерністю мотивації покупки і поведінки споживачів. Це знання, настанови і цінності, які заохочують людей бажати конкретних продуктів/послуг і дозволяють їм оцінювати продукти та бренди. Споживча соціалізація реалізується декількома шляхами. За характером участі батьків і старших родичів у процесі соціалізації виділяються наступні методи [1]: 1) інструментальна підготовка-пряма інструкція дітей вести себе певним чином; 2) моделювання є несвідоме відтворення поведінки іншої моделі, що відбувається в процесі спостереження за іншими людьми, в основному на підсвідомість рівні; 3) посередництво батьків у дитячому сприйнятті реклами та атрибутів продукту полягає в тлумаченні комунікаційних повідомлень батьками, що формує споживчу позицію дитини.

Отже, загалом успішна економічна соціалізація у дитячому віці визначає можливості для дорослої людини проявляти оптимальну економічну поведінку, правильно планувати витрати і забезпечувати відповідну доходам якість життя, що у свою чергу визначає і психологічне здоров'я особистості.

Література

1. Hawkins, DI, Best, RJ & Coney, Ka (1992): *Consumer behavior. Implications for marketing strategy*. 5th ed. Boston. Irwin.
2. Stacey B. Economic socialization in the pre-adult years. *British Journal of Social Psychology*, 21. Pp.159
3. Webley P., Burgoyne C. B., Lea S. E. G., Young B. M., *The Economic Psychology of Everyday Life*. Psychology Press, Hove, UK, 2001.
4. Посьпанова О.С. Пб1 Социальная психология потребления: *Учебное пособие*. Калуга: Издво КГПУ, 2004. 260 с



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>