

*I.V. Gorodnyak,
канд. соціол. наук*

*Iryna V. Gorodnyak,
Ph.D. in Sociology*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗУМІННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ УЧНІВСЬКОЮ МОЛОДДЮ ЕКОНОМІЧНИХ КАТЕГОРІЙ

Abstract. The results of a specific sociological interview of the pupils of 10-11th forms concerning their knowledge and comprehension of economic categories and the ability to use them are analyzed.

У сучасному суспільстві внаслідок інтенсивної динамічності життя, постійних і досить різких змін на всіх рівнях (політичному, економічному, матеріальному, геополітичному, освітньому та ін.) особливі вимоги висуваються до здатності людини бути адекватною щодо цих змін.

Теоретико-методологічні основи вивчення категорії „знання” закладені соціологією знання, зокрема в працях М. Вебера, П. Бергера, Т. Лукмана, українських дослідників В. Бурлачука, М. Наумова та ін., в яких розкривається зміст зазначеної категорії „знання” в соціологічному вимірі [1; 3; 2; 7; 8].

У здійсненні економічних перетворень важливе значення має розуміння людьми економічних закономірностей життя суспільства. Рівень соціально-економічних знань, розуміння економічних категорій багато в чому визначає ефективність упровадження даних перетворень. Особливе значення при цьому відіграють соціологічні опитування, які показують не лише розуміння населенням суті та необхідності соціально-економічного знання, а й фіксують динамічні сторони досліджуваного процесу.

Економічна підготовка молоді, зокрема шкільної, передбачає вироблення чіткої уяви про наукові закономірності розвитку економіки, особливості ринкових відносин, цілеспрямоване, систематичне формування соціально-економічних знань та вміння практично використовувати їх у практичній діяльності.

Особливість функціонування соціально-економічних знань, їх важливість та проблеми оволодіння досліджувалися нами в межах конкретно-соціологічного дослідження „Економіка та учнівська молодь”. *Основна мета дослідження* – вивчити оперування учнівською молоддю економічними категоріями.

Об'єктом даного дослідження виступили учні загальноосвітніх шкіл та шкіл місцевого підпорядкування (ліцеї, гімназії) м. Львова, а також слухачі Малої академії наук при Львівському національному університеті ім. І. Франка. Усього було опитано 590 учнів 10–11 класів, з них 340 – учні із загальноосвітніх шкіл м. Львова (СЗОШ), 215 – учні ліцеїв та гімназій (ШМП) і 35 – слухачі Малої академії наук (МАН), які мали намір вступати на економічний факультет Львівського національного університету ім. І. Франка. Час проведення опитування березень – квітень 2005 р. При проведенні соціологічного дослідження використана ймовірнісна багатоступенева вибірка, формування якої здійснювалося у кілька етапів за критерієм:

I етап передбачав поділ усіх шкіл м. Львова на загальноосвітні школи (СЗОШ) та школи місцевого підпорядкування (ШМП).

II етап – з усіх СЗОШ визначили вибіркочну сукупність (n) при генеральній сукупності $N=2267$ осіб і допустимій помилці 5%, тобто $D=0,05$. Таким чином, у СЗОШ потрібно було опитати 340 осіб.

За формулою (наведеною в додатку А) розраховувалася вибіркочна сукупність для ШМП, яка становила 215 осіб при $N=465$ та допустимій помилці 5%.

III етап – усі СЗОШ були розподілені по районах в залежності від місця їх розташування. Далі розраховувалося пропорційне відношення учнів кожного району до загальної кількості учнів, яких потрібно опитати.

IV етап – для того щоб вибірка по загальноосвітніх школах була репрезентативною, використовувався територіальний принцип відбору. За точку відліку було обрано місце знаходження районних адміністрацій м. Львова. Так, у кожному районі обирали школу, яка найближче розташована до районної адміністрації; школу, яка знаходиться на „окраїні” району, і ті школи, що територіально знаходяться посередині між „окраїною” і центром району. В обраних школах відбиралися 10-і та 11-і класи так, щоб їх кількість у кожному районі була приблизно однаковою.

Особливим завданням даного дослідження виступало вивчення уявлень молоді про те, чи всім людям сьогодні необхідні соціально-економічні знання. Згідно з результатами опитування, відповідь учнів була практично однозначною. 86,8% опитаних учнів зазначили, що такі знання є потрібними, натомість непотрібними їх вважають лише 7,0% учнів.

Основними джерелами отримання соціально-економічних знань для учнівської молоді виступають: розповіді вчителів на уроках, зокрема на уроках „Основи економічних знань” (89,4%), шкільні підручники (65,5%) та засоби масової інформації (телебачення, радіо, газети, журнали) (55,7%) (див. табл. 1).

Для слухачів Малої академії наук основним джерелом отримання соціально-економічних знань є відвідування курсів та занять в університеті (87,1% опитаних слухачів). Натомість, для учнів загальноосвітніх шкіл та шкіл місцевого підпорядкування основним джерелом знань є розповіді вчителів на уроках (відповідно 92,4 та 86,3%).

Таблиця 1

Основні джерела отримання учнями соціально-економічних знань, %*

Джерела	%
Розповіді вчителів на уроках	89,4
Шкільні підручники	65,5
Засоби масової інформації	55,7
Розмови з батьками	42,8
Додаткова література (книги, словники)	31,4
Розмови з друзями	30,5
INTERNET	24,6
Відвідування курсів та інших занять при МАН, ВУЗах	16,3
Заняття на факультативі	12,3

* Сума відсотків відповідей перевищує 100%, оскільки учні мали можливість вибрати усі можливі варіанти.

Знання, які учні отримують на уроках „Основи економічних знань”, є для учнів (47,4%) корисними, необхідними (30,9%) та цікавими (17,1%). Лише 1,3% учнів зазначають, що ці соціально-економічні знання є для них непотрібними.

Важливим компонентом соціально-економічних знань населення, зокрема молоді, є економічні категорії. У межах даного дослідження ми намагалися визначити перелік категорій, які учні розуміють, використовують під час уроку та в повсякденному житті. До списку увійшли категорії, які, згідно з навчальними програмами, найбільш є вживаними на уроках економіки в школі (див. табл. 2).

Результати, наведені в таблиці, вказують на те, що найкраще учні розуміють такі категорії, як “безробіття”, “експорт”, “фірма”, “імпорт”, “економіка”, “конкуренція”, “інфляція” та “попит”. Найменш зрозумілі категорії: “акцизний збір”, “споживання”, “тіньова економіка” та “ринок праці”.

Під час уроку учні найчастіше використовують такі категорії та поняття: “економіка”, “пропозиція”, “попит”, “імпорт”, “експорт”, “конкуренція” та “інфляція”. Практично не використовують під час уроку такі категорії, як “валютний курс”, “реформи”, “безробіття”, “споживання”, “власність” та “акцизний збір”. Натомість перелік категорій, які реально використовуються учнями найчастіше у повсякденному житті, дещо відрізняється. До найбільш вживаних категорій у повсякденному житті увійшли: споживання, ринок, власність, податок, валютний курс, безробіття, конкуренція, економіка. У повсякденному житті учні практично не послуговуються поняттями: “акцизний збір”, “тіньова економіка”, “ринок праці”, “реформи”, “експорт” та “імпорт”.

Економічні категорії, які учні розуміють та використовують у навчанні та повсякденності

Категорія	Розумію		Використовую під час уроку		Використовую в повсякденності	
	%	Ранг	%	Ранг	%	Ранг
Акцизний збір	56,6	21	40,1	16	15,9	20
Безробіття	79,4	1	39,3	18	47,3	6
Бюджет	70,3	17	47,2	9	39,4	11
Валютний курс	70,3	16	35,6	20	60,1	5
Власність	71,2	13	39,6	17	58,9	3
Економіка	77,1	5	59,5	1	47,2	7
Експорт	79,2	2	50,8	5	30,3	16
Зайнятість	73,7	10	46,9	10	41,8	8
Імпорт	77,7	4	50,9	4	34,8	15
Інфляція	75,9	7	49,2	7	37,5	13
Конкуренція	76,1	6	50,6	6	47,2	7
Приватизація	70,8	15	41,5	15	41,7	9
Податок	74,2	9	43,9	13	57,0	4
Попит	74,6	8	53,0	3	40,7	10
Пропозиція	73,6	11	54,0	2	38,6	12
Ринок	71,2	14	42,0	14	60,6	2
Ринок праці	69,7	18	47,3	8	26,5	18
Реформи	72,5	12	38,6	19	29,1	17
Споживання	66,8	20	39,6	17	64,4	1
Тіньова економіка	67,6	19	45,3	12	23,5	19
Фірма	78,2	3	46,7	11	36,5	14

Отже, сприйняття економічних категорій учнівською молоддю є неоднозначним. З одного боку, у свідомості молоді акумульовано певні знання з економічної термінології, з іншого боку – не завжди вона використовується в реальній життєдіяльності. Особливо це стосується специфічних економічних категорій, які є вузькопрофільними, тобто такими, що потребують спеціальних знань для їх розуміння та використання. Одержані результати вказують на те, що учні сьогодні розуміють важливість набуття соціально-економічних знань, освоєння та розуміння економічних категорій, зазначають, що такі знання є

вкрай потрібними людині в сучасних економічних умовах. Основним джерелом набуття соціально-економічних знань для учнів сьогодні є предмет „Основи економічних знань”. Знання, отримані з цього предмету, визначаються учнями як корисні та необхідні. Окремі надії та сподівання на майбутнє, особливо щодо матеріального забезпечення, учні покладають на здобуття доброї освіти, вважаючи, що саме освіта та знання допоможуть їм впевненіше почувати себе на сучасному ринку праці.

-
1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
 2. Бурлачук В. Символічні системи і конституювання соціального смислу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004. – №3. – С. 147–155.
 3. Вебер М. Основные социологические понятия // Избр. произведения : Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
 4. Городняк І. В. Адаптаційні можливості молоді Львівщини до ринкових умов // Соціологія міста: наукові проблеми та соціальні технології : Зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2001. – С. 201–204.
 5. Городняк І. Соціально-економічні аспекти адаптації молоді до умов ринку // Соціальні виміри суспільства : Зб. наук. пр. – Вип. 6. – К.: Ін-т соціології НАН України. – 2003. – С. 342–348.
 6. Городняк І. В. Соціальна адаптація учнівської молоді в умовах суспільної трансформації (регіональний аспект) // Соціологічні дослідження : Зб. наук. пр. Східноукр. нац. ун-ту ім. Володимира Даля. – Луганськ. – 2003. – № 3. – С. 181–188.
 7. Наумова М. Ю. Коммуникативная природа социального знания // Соціологічна наука і освіта в Україні. – 2000. – Вип. 1. – С. 70–78.
 8. Наумова М. Ю. Соціальне знання: спроба концептуалізації // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1999. – № 2. – С. 106–116.