

**Ювакаева Ю.Р.**

**магистрант**

**Оренбургский государственный педагогический университет**

**Россия, Оренбург**

**Научный руководитель: Масловская С.В.**

**к.п.н., доцент кафедры непрерывного образования**

**Института непрерывного образования ФГБОУ ВО «ОГПУ»**

**МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ  
СУБЪЕКТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СИСТЕМЕ СРЕДНЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Аннотация:** *В данном исследовании описываются особенности модели формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования. В статье представлены процессная модель формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования и психолого–педагогические условия ее оптимального функционирования.*

**Ключевые слова:** *культура, потребительская культура, субъект, образовательные отношения, среднее профессиональное образование.*

Потребительская культура предполагает сознание в действии, которое справедливо накапливается лишь в целенаправленном организованном пространстве. Подготовка молодых людей к жизни в гражданском обществе и само его существование станут реальностью, если образовательный процесс организовать так, чтобы за годы учебы ученики не только получили знания о своих правах, свободах и обязанностях. Важно, чтобы они научились уважать права и свободы личности, проявлять национальную и религиозную

терпимость, уважительное отношение к языкам, традициям и культуре других народов. Смысл образования состоит в том, чтобы воспитать не только хорошо информированных людей, но и нравственных, ответственных, добропорядочных граждан [2].

Целостность потребительской культуры обучающегося как единства сознания и поведения обеспечивается благодаря развитой морально–волевой саморегуляции. Отношения личности обучающегося могут быть полярными (позитивными и негативными) или индифферентными; направленными на общество и коллектив или эгоистичными; устойчивыми и неустойчивыми; активными и пассивными.

Разработка модели формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования обусловлена новыми задачами, стоящими перед современной системой экономического образования граждан РФ. Понимание значимости потенциала государственных инициатив в области формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений, сопряженного с модернизационными процессами в образовании, определяют необходимость проектирования модели формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования [1].

Анализ теоретических концепций сущности проблемы формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в современном образовании, а также выделение особенностей управления инновациями в среднем профессиональном образовании дают возможность разработать модель управления инновациями в условиях образования, включающей следующие блоки: целевой, содержательный, технологический, результативно–рефлексивный.

Особо следует отметить, что большинство исследователей сходятся во мнении о том, что именно цели предопределяют процесс модернизации организационной структуры модели.

Целью разрабатываемой нами модели стало разработка и внедрение организационно–методических условий формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования [3].

Целевой блок содержит методологические подходы, принципы и механизмы формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования.

К основным принципам формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования мы относим принципы субъектности; деятельностной включенности; открытости; вариативности.

Принцип субъектности в процессе формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования предполагает, что в развитии личности обучающегося как субъекта образовательной деятельности ведущая роль принадлежит самому обучающемуся. Субъектность в процессе развития в широком смысле представляет собой трансформацию и синтез субъектных свойств личности в личностно значимые качества.

- В нашем исследовании принцип открытости мы рассматриваем с позиций
- информационной открытости;
  - нормативной открытости;
  - открытости образовательных достижений.

Принцип деятельностной включенности заключается в том, что обучающийся, включаясь в процесс формирования финансовой грамотности не получает знания, умения в готовом виде, а добывает их в совместной деятельности, осознавая при этом содержание и форму жизненных задач в сфере использования различных продуктов и услуг, понимая и принимая систему норм, правил, требований в отношении вопросов финансовой безопасности.

Принцип вариативности – предполагает формирование учащимися способностей к систематическому выбору вариантов и адекватному принятию решений в ситуациях выбора.

Основными методологическими подходами формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования стали системно–деятельностный и личностно–ориентированный подходы.

Системно–деятельностный подход (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Д.Б. Эльконин, П.Я. Гальперин) основывается на раскрытии психологических закономерностей процесса обучения и определении структуры учебной деятельности субъектов образовательных отношений с учётом закономерностей возрастного и индивидуального развития.

Личностно–ориентированный подход утверждает идеи уважения личности ребенка, партнерства, сотрудничества, диалога, индивидуализации образования.

Совокупность принципов (субъектности; деятельностной включенности; открытости; вариативности) и методологических подходов (системно–деятельностный, личностно–ориентированный) к процессу формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования дает возможность определить механизмы реализации модели – стимулирования; оперативного управления; самоконтроля.

Содержательный блок модели представлен организационно–методическими условиями формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования.

Организационно–методическими условиями формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования выступают:

1. создание нормативно–правового ресурса формирования финансовой грамотности субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования как основы реализации государственных инициатив в области финансового образования граждан Российской Федерации;

2. разработка программно–методического обеспечения формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования;

3. обеспечение целенаправленной работы по формированию потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования.

Технологический блок модели представлен ресурсами (кадровый; мотивационный; нормативно–правовой; информационный; научно–методический; мотивационный; материально–технический) и технологиями (Case study; проектного обучения; сторителлинг; делового общения).

**ЦЕЛЕВОЙ БЛОК** Цель: формирование потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования.

*Теоретические основы:*  
*подходы:* системно–деятельностный, лично–ориентированный  
*принципы:* субъектности, вариативности, открытости, деятельностной включенности.  
*Механизмы:* стимулирования, оперативного управления, контроля.

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ БЛОК:**

*Ресурсы:* кадровый, нормативно–правовой, информационный, научно–методический, материально–технический. *Технологии:* Case study, обучение в сотрудничестве, проектное обучение, сторителлинг



**СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ БЛОК**

*Педагогические условия:*

1. создание нормативно–правового ресурса формирования финансовой грамотности субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования как основы реализации государственных инициатив в области финансового образования граждан Российской Федерации;
2. разработка программно–методического обеспечения формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования;
3. обеспечение целенаправленной работы по формированию потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования.



**РЕЗУЛЬТАТИВНО–РЕФЛЕКСИВНЫЙ БЛОК**

*Уровни:* адаптивный, нормативный, продуктивный.

*Критерии:* знаниевый, мотивационный, деятельностный.

*Оценочный механизм:* анализ, оценка, коррекция.



*Результат:* повышение уровня формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования.

Рисунок 1 – Модель формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования

Результативно–рефлексивный блок модели формирования потребительской культуры субъектов образовательных отношений в системе среднего профессионального образования описывает критерии сформированности финансовой грамотности субъектов образовательных отношений (знаниевый, мотивационный, деятельностный), уровни сформированности финансовой грамотности (адаптивный, нормативный, продуктивный) и оценочный механизм (анализ; оценка; коррекция).

Разработанная нами модель потребительской культуры обучающегося включает, по нашему мнению, совокупность элементов, характеризующих

степень и характер его развития, определенный уровень правосознания, реализующегося в профессиональной деятельности и повседневной жизни. Они представлены идеологией, мировоззрением, ценностями, сознанием, психологией, поведением.

Указанные элементы представляют в разработанной нами модели потребительской культуры ее основные компоненты по функциональным сферам. Так, потребительскую культуру личности можно представить как органическое единство следующих компонентов: когнитивного (знание и понимание потребления, мировоззрение); эмоционально–мотивационного (ценности, идеология, вера); деятельностного (поведение).

Формирование потребительской культуры возможно лишь в прямом взаимодействии субъектов–участников образовательного процесса. А это говорит о необходимости обозначения компонентов потребительской культуры, отражающихся в показателях как у обучающегося, так и у педагога.

Компонентами потребительской культуры обучающегося и педагога нами выделены находящиеся в тесном взаимодействии когнитивный, эмоционально–мотивационный и деятельностный. Целостность потребительской культуры личности обучающегося как единства сознания и поведения обеспечивается благодаря развитой морально–волевой саморегуляции.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что составляющими потребительской культуры обучающегося являются находящиеся в единстве когнитивный, эмоционально–психологический, мотивационно–ценностный, поведенческий компоненты.

Потребительская культура обучающегося – это качество, формирующееся на основе имеющихся знаний, представлений, взглядов, убеждений, интересов и идеалов, потребностей, мотивов, выражающееся в отношениях учащегося к обществу, к коллективу, морально–волевым качеств, умений, навыков и привычек и к другому человеку, к себе самому.

Таким образом, изучив разные подходы к определению потребительская культура, а также изучив ее компоненты и факторы, оказывающие влияние на

развитие потребительской культуры, нами были выделены составные части потребительской культуры обучающегося, а также сформулировано понятие потребительская культура обучающегося.

### **Список использованной литературы**

1. Болотов, В.А. Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе / В.А. Болотов, В.В. Сериков. // Педагогика. – 2013. – № 10. – С. 8–14.

2. Козлова А.Г., Туманова Т.Ю. Воспитание культуры потребления у младших обучающихся в современных экономических условиях // Научные изыскания магистрантов. ОПОП «Духовно–нравственное воспитание»: коллективная монография – Санкт–Петербург, 2017 – Выпуск 2. – С. 133–139. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29010396> (дата обращения 06.06.2022).

3. Хуторской, А.В. Ключевые компетенции и образовательные стандарты / А.В. Хуторской // Интернет–журнал «Эйдос». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eidos.ru/journal/2012/0423.htm> (дата доступа: 06.06.2022)