

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАКСИМА ТАНКА»

Институт психологии
Кафедра общей и организационной психологии

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ
МОЛОДЕЖИ

Дипломная работа
студентки 44 группы
4 курса специальности
«Психология» со специализацией
Психология предпринимательской
деятельности
дневной формы
получения образования
Алеси Островцовой
Алеси Леонидовны

Научный руководитель –
кандидат психологических наук,
доцент
Н.В. Азарёнок Н.В. Азарёнок

Заведующий кафедрой Д. Г. Дьяков
Протокол № 11 от 12/05 2017 г.
Защищена 15.04 2017 г.
С отметкой «✓»

Минск, 2017

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	7
ГЛАВА 1. ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	10
1.1 Основные направления исследований потребительской социализации в современной психологии	6
1.2 Молодежь как особая социальная группа в современной психологии	11
ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ	32
2.1 Организация, методология и методы исследования	32
2.2 Анализ результатов исследования потребительской социализации молодежи	36
2.3 Анализ различий потребительской социализации молодежи с различными социально-демографическими характеристиками.....	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	61
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	66
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	70
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	72
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	73
ПРИЛОЖЕНИЕ 4	74
ПРИЛОЖЕНИЕ 5	75
ПРИЛОЖЕНИЕ 6	76
ПРИЛОЖЕНИЕ 7	77
ПРИЛОЖЕНИЕ 8	78
ПРИЛОЖЕНИЕ 9	79
ПРИЛОЖЕНИЕ 10	80

ВВЕДЕНИЕ

Актуализация исследований потребительской социализации объясняется тем, что особую роль здесь занимает изучение процесса приобретения умений, знаний и развитие отношений, затрагивающих функционирование на рынке в качестве потребителей. В процессе потребительской социализации происходит накопление потребительского опыта и расширение потребительского репертуара, именно в этом заключается исключительная значимость изучения потребительской социализации.

Рассмотрение потребительской социализации неотделимо от рассмотрения её как подвида экономической социализации.

А. В. Овруцкий отмечает, что потребительская социализация есть одна из главных частей экономической социализации и описывает её как процесс социализации потребностей и социализации конкретных способов их удовлетворения. Исследователь полагает, что в отличие от иных видов социализации, потребительская происходит практически постоянно [34].

Согласно И.В. Алешиной, потребительская социализация – «процесс приобретения молодыми людьми умений, знаний и отношений, затрагивающих их функционирование на рынке в качестве потребителей. Потребительская социализация проходит как передача культурных ценностей от одного поколения к другому (чаще от родителей к детям) и предполагает формирование устойчивых, социально-одобряемых потребительских предпочтений» [1, с. 144].

Феноменология потребительской социализации не часто разъясняется в научных исследованиях. Однако исследования представлений о потребительской социализации имеют свою историю.

Изучение потребительской социализации ведётся в контексте изучения потребительского поведения. Современные исследования данной области представлены работами И.В. Алешиной, В.И. Ильина, Я.М. Рощиной и другими. Чаще всего учеными рассматриваются различные факторы, оказывающие влияние на формирование стилей потребления конкретных социальных групп. Среди таких факторов часто указываются референтные группы, за которыми признается способность оказания воздействия на поведение потребителей.

Также изучение потребительской социализации идёт на основе основных её структурных компонентов, таких как потребительская активность, потребительская культура, потребительское поведение и объективные факторы, влияющие на потребительскую социализацию. Данные компоненты выделены О. В. Дядиченко [14].

Гипотеза исследования: потребительская социализация современной молодежи как процесс усвоения, воспроизводства и создания уникального потребительского опыта имеет свою специфику, обусловленную социально-демографическими характеристиками.

Предмет исследования: потребительская социализация молодежи с различными социально-демографическими характеристиками.

Объектом исследования является потребительская социализация молодежи.

Цель исследования: изучить потребительскую социализацию современной молодежи в зависимости от их социально-демографических характеристик.

Данное исследование ставило следующие задачи:

1. Проанализировать и обобщить теоретический и эмпирический опыт исследований в области потребительской социализации с целью операционализации данного понятия;

2. Обобщить теоретический и эмпирический опыт исследования потребительской социализации с целью определения основных экономических категорий, служащих индикаторами усвоения индивидом социально-экономического опыта в области потребительского поведения, т.е. потребительской социализации;

3. Изучить специфику представлений молодежи об определенных потребительских феноменах, являющихся результатом усвоения, воспроизводства и создания уникального потребительского опыта.

4. Выявить и описать различия потребительской социализации молодежи с различными социально-демографическими характеристиками.

Методологическую основу исследования составили:

1. Изучение потребительской социализации как частного случая общей социализации, определяющей его содержание как процесс приобретения молодыми людьми умений, знаний и отношений, затрагивающих их функционирование на рынке в качестве потребителей. (И.В. Алешина, О.С. Посыпанова, А.В. Мудрик и др.)

2. Модель потребительской социализации, предложенная О.В. Дидиченко, включающая в себя компоненты потребительскую активность, потребительскую культуру, потребительское поведение и объективные факторы, воздействующие на потребительскую социализацию;

3. Идеи исследований А. М. Гржибовского, Ю. Р. Теддер, А. А. Баранова, Л. О. Бигрен, А. В. Шперлинь, Е. А. Лазуковой, Ю. П. Лежниной и др., согласно которым социально-демографическими характеристиками считают: пол, возраст, уровень образования, семейное

положение, профессиональная структура, территориальный и экономический критерии.

Методы исследования: аналитический (теоретический анализ научной психологической литературы), диагностический, а также метод статистической обработки.

Структура дипломной работы: Введение, включающее общую характеристику работы; основная часть, представленная теоретико-аналитической и эмпирической главами; заключение; список использованных источников; приложения.

Математико-статистическая обработка осуществлялась с помощью прикладных программ на ПЭВМ (профессиональный пакет для обработки и анализа статистической информации Statistica 10, Excel 2013).