**Формирование компетенций экономической коммуникации у старших школьников.**

*Семерник Е.Ю. методист*

Почему для школьников важно изучение экономики? Экономика – это наука, которая на протяжении многих лет вызывает большой интерес у научной общественности. Она играет огромную роль в жизни общества и обеспечивает людей материальными условиями существования. Присутствует в каждом дне и каждом решении. Эти знания позволяют юному гражданину правильно расставить приоритеты, оценить необходимость обучения и важность выбора будущей профессии.

Экономика в переводе означает «наука о ведении хозяйства». Формирование у младших школьников начальных экономических представлений способствует развитию социально-активной личности, соответствующей изменяющимся современным экономическим процессам, способной самостоятельно и творчески принимать экономические решения, быть полноценным членом массовой социальной коммуникации.

Знание основ экономики позволяет школьникам понять причины появления великих экономических кризисов, безработицы, инфляции. Помогает разобраться в функционировании фондовых рынков, а также в причинах, из-за которых некоторые страны находятся в бедности, в то время, как другие настолько успешны.

Компетенции в области экономической коммуникации – являются важными в жизни подростка и взрослого человека. Она является одной из основных направлений массовой социальной коммуникации. Знания основ экономической коммуникации понадобится школьникам в освоении таких профессий, как менеджер, экономист, маркетолог, smm-специалист, it-специалист, предприниматель, продавец и в многих других. Компетенции в экономической коммуникации полезны и в бытовой жизни.

Экономическая коммуникация обеспечивает выстраивание и функционирование **системы взаимосвязанных ролей**. В социологии социальная роль рассматривается как нормативно одобренный, относительно устойчивый образец поведения (включая действия, мысли и чувства), воспроизводимый индивидом в зависимости от социального статуса или позиции в обществе. Очевидно, массовая экономическая коммуникация помогает и способствует человеку в его выборе поведения в той или иной социально-экономической роли.

**Экономические роли в семье** (семейные экономические роли). Экономическая массовая коммуникация выполняет функции по воспитанию члена семьи (жена, муж, ребенок), информированию членов семей о практике экономического поведения человека в той или иной роли члена семьи разных культур и т.д. Некоторые из этих ролей предписаны человеку от рождения (определены его полом, возрастом, социальным происхождением и т.п.), другие приобретаются путем личных усилий человека. Баланс между ролями может смещаться в ту или иную сторону. Так, с изменением традиционной семьи (мать, отец, дети, бабушки, дедушки) и традиционных ролей в семье женщине чаще приходится играть роли «добытчика», главного финансиста и т.д.

Экономические роли в малых трудовых коллективах – микроэкономические роли. Роли в паре «руководитель – подчиненный» (отношения субординации); роли, которые принимают или не принимают на себя работники в процессе извлечения  и максимизации прибыли в коллективе; роли, предусматривающие ту или иную меру ответственности и компетентности в производственной, управленческой, организационной, маркетинговой и пр. деятельности коллектива. Массовая экономическая коммуникация может непосредственно влиять на качество выполнения той или иной роли либо косвенным образом, предписывая медиаконтентом (воспитывая, информируя, убеждая) важность той или иной роли и «правильность» ее выполнения.

Экономические роли в государстве – макроэкономические роли. Человек самоидентифицируется и отождествляет себя как гражданин государства и играет в нем определенные экономические роли. Например, роли участника макроэкономических процессов (отвечая своим поведением на изменения макроэкономических регуляторов – изменения ставки рефинансирования, ставок налогов и т.д.), инвестора, собственника, налогоплательщика. В этой связи экономическая массовая коммуникация создает информационную среду, в которой индивиду «предписываются» те или иные роли – либо в соответствии с его полом (гендерные), возрастом, социальным происхождением, либо «достижительные» роли, приобретаемые в результате его личных усилий – образование, занимаемая должность. Очевидно, экономические роли в государстве тем значимее, чем выше занимаемая должность и уровень доходов. Лица, принимающие решения, исполняют более значимые роли на государственном уровне. Одним из факторов, оказывающим влияние на исполнение такой роли, являются определенные типы СМИ – качественная общественно-политическая и деловая пресса.

Обсуждение, налаживание диалога и обеспечение экономической массовой коммуникацией общественного дискурса для **выстраивания модели норм и ценностей, регулирующих экономическую деятельность в конкретном обществе,**– еще одна особенная функция экономической коммуникации. Вообще социальные нормы – общепризнанные правила, образцы поведения, стандарты деятельности, обеспечивающие упорядоченность, устойчивость и стабильность социального взаимодействия индивидов и групп. Моральные социальные нормы – нравственные императивы; требования определенного поведения, основанные на принятых в обществе представлениях о добре и зле, либо о социально приемлемом и непозволительном. Моральные нормы регулируют внутреннее поведение человека, диктуют безусловное требование поступать в конкретной ситуации так, а не иначе. Совокупность общественных норм составляет целостную систему, различные элементы которой взаимообусловлены. Эта система предполагает наличие определенных общественно значимых стимулов деятельности (выступающих в качестве целей, идеалов, ценностей), образцов или правил «нормального» для данной группы поведения и санкций за уклонение от социальных норм. Экономическая коммуникация играет важную роль в каждом из указанных моментов. Так, она способна помогать человеку в поиске экономических целей, стимулов; подсказывать, определять правила поведения, а также распространять информацию о возможных санкциях и практике их применения в случаях отклонений поведения от социальных норм. Таким образом, экономическая коммуникация выполняет функцию социального контроля в обществе. Она не только должна являться простым отображением реального положения вещей, но и фиксировать оптимальные стандарты деятельности. Необходимое условие действенности социальных норм – их обоснованность с точки зрения соответствия их принятым в данном обществе ценностям и идеалам. Задачи массовой экономической коммуникации:

* общественное обсуждение, выработка и обогащение универсальных, относящихся в равной степени к каждому индивиду в данном обществе, норм, связанных с экономической деятельностью;
* выработка общественной позиции по поводу возможности существования и границ действия частных норм;
* контроль за соблюдением универсальных и частных норм.

Таким образом, экономическая коммуникация выполняет функцию экономического воспитания, освоения человеком социально-экономических стандартов, приобщения его к экономической действительности, формирования модели экономического поведения. Социальные нормы предполагают наличие общественно значимых стимулов, в качестве которых выступают, в частности, социальные ценности. В процессе выбора человеком индивидуальных ценностей функциями экономической массовой коммуникации должны являться следующие: экономическая массовая коммуникация должна объяснять, каким образом экономическая деятельность взаимосвязана с общими социальными ценностями (безопасность и права личности, безопасность общества, право, демократия, плюрализм, гласность, мир, культура и образование, ответственность и др.), государства (суверенитет, правовое государство, территориальная целостность, стабильность, благополучие, общественный порядок и др.) и индивида (безопасность, истина, добро, красота, благосостояние, свободы, личные права, мир, среда обитания, здоровье и др.).