

УДК 372.2

ДЕЛОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО УСПЕШНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ШКОЛЬНИКОВ РОССИИ И США¹

Т.П. Грасс (Красноярск, Россия)

В.И. Петрищев (Красноярск, Россия)

О.В. Воронова (Красноярск, Россия)

Аннотация

Проблема и цель. В статье поднимается вопрос о роли деловой игры, которая обеспечивает успешную экономическую социализацию подрастающих поколений в двух экономически развитых странах: России и США. Деловая игра выступает эффективной технологией, обеспечивающей активные формы жизнедеятельности организма подрастающих поколений. Цель статьи – на основе практического анализа и обобщения научно-теоретических источников обосновать и доказать важность внедрения деловых игр в обучение школьников с целью обеспечить их экономическими знаниями и профессиональными навыками, что способствует быстрой и успешной экономической социализации обучающихся в современных рыночных условиях.

Методологию исследования составляют анализ и обобщение научно-исследовательских работ зарубежных и отечественных авторов, авторитет и научная репутация которых признаны научным сообществом. Кроме того, использовались обсервационные методы (прямое, косвенное, включенное наблюдение): наблюдение за ходом образовательного процесса и деятельностью обучающихся. Методы исследования определяются его целями, задачами конкретного этапа,

концептуальными подходами, реализованными в исследовании, что обеспечивает необходимую глубину проработки основных аспектов проблемы.

Результаты. В рамках исследования на основе рассмотрения истории и практики внедрения деловых игр в процесс школьного обучения проведен сравнительный анализ применения деловых игр в образовательном процессе России и США, который доказывает важность деловых игр в образовательном процессе подрастающего поколения для экономической социализации школьников. Деловые игры способствуют развитию инициативы, умения коллективной работы, навыков межличностного общения, что несомненно приводит к успешной профессиональной деятельности в будущем.

Заключение. Обосновывается целесообразность применения деловых игр в процессе школьного обучения, сущность которых заключается в формировании иного мышления, что приводит к успешной самореализации личности.

Ключевые слова: интерактивное обучение, экономическая социализация, подрастающее поколение, школьники, деловые игры, компьютерные деловые игры, деловая активность, предпринимательская деятельность.

Постановка проблемы. В современных рыночных условиях одним из центральных вопросов обучения подрастающего поколения является наиболее успешная социализация обучающихся в действующих условиях внешней среды на основе синтеза теории и практики. Одним из эффективных способов решения данной проблемы является применение в образовательном процессе методов интерактивного обучения.

Подготовка молодых поколений к жизни и успешной социализации – стратегический вопрос развития государства, отвечающий задачам, поставленным Национальной доктриной образования Российской Федерации на период до 2025 года. Однако российская школьная молодежь оказалась не совсем готовой к новому восприятию экономических явлений в обществе, поскольку в то время на успешность экономической

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Российским фондом фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках проекта № 17-06-00183.

социализации подрастающего поколения совершенно не обращали никакого внимания.

На протяжении ряда лет идут поиски фундаментального прорыва в организационном и содержательном аспектах при реформировании национальной системы образования, ориентированной на развитие личной инициативы школьной молодежи для создания педагогической среды, генерирующей новые знания, которые могли бы кардинально изменить природу школы, продукт которой (ее выпускники) эффективно мог бы использоваться на рынке труда. В этой связи делается акцент на экономической социализации подрастающих поколений. При этом современная школа выступает одним из основных агентов экономической социализации. По словам Е.Н. Землянской, экономическая социализация происходит в условиях образования и воспитания – целенаправленного, педагогически организованного процесса [Землянская, 2003]².

Под экономической социализацией молодежи Т.В. Дробышева понимает процесс и результат включения индивида в систему экономических отношений общества, в котором он живет, так как, усваивая экономический опыт общества, социальные и экономические ценности, нормы, модели экономического поведения и активно преобразуя их, он становится субъектом экономических отношений данного общества [Дробышева, 2013].

В конце прошлого века в России произошла очередная волна активности использования деловых игр в практике экономического образования в школе, которая позволила формировать положительный опыт экономического поведения школьников, давать молодым людям определенные экономические знания и прививать профессиональные навыки, помогать им быстрее и успешнее адаптироваться к рынку труда, всемерно способствовать развитию духа предприимчивости, предпринимательства и деловой активности. Такая политика привела к тому, что школы повсеместно стали внедрять интерак-

тивные формы, в том числе деловые игры, дала шанс школьной молодежи в России показать все свое творческое мастерство и способность к изобретательности. Деловая игра представляет собой некую модель реального производства. Обращаясь к данному виду игровой деятельности, школьник возлагает на себя определенную роль и принимает участие в игре в соответствии с определенными предписанными правилами.

Интерактивное обучение, в отличие от традиционного, это способ познания, характеризующийся тесным взаимодействием всех участников образовательного процесса, он нацелен не только на повышение уровня знаний, умений, навыков обучающихся, но и на развитие творческих способностей и возможностей. В современном образовательном процессе используются различные формы интерактивного обучения – дискуссия, презентация, мозговая атака, деловые и ролевые игры, метод круглого стола, тренинги, проектирование бизнес-планов, моделирование производственных ситуаций, кейсы и т.д. Одной из наиболее эффективных форм интерактивного обучения является деловая игра.

Основной целью применения метода деловой игры в образовательном процессе в школе является активизация обучаемых, что способствует дальнейшему их профессиональному самоопределению.

Существует ряд деловых интерактивных (онлайн) игр. Одна из них – «Учись зарабатывать» – предназначена для старшеклассников, которые, используя реальные деньги, претворяют свою бизнес-идею в жизнь. Тем самым они зарабатывают капитал, формируя практические навыки управления собственными деньгами-финансами. В игре «Команда» принимают участие школьники, которые имеют проблемы в обучении, но хотят открыть свой бизнес. Им предлагается ряд возможностей для осуществления виртуальной торговли в торговых центрах и на рынках. На протяжении всей игры ею руководит профессиональный бизнес-советник, который поддерживает и консультирует ребят. Через игру школьники знакомятся с отношениями между людьми, различными профессия-

² Землянская Е.Н. Экономическая подготовка как средство социализации младших школьников: автореф. дис. ... д-ра пед. наук. М.: Академия, 2003. 36 с.

ми, пробуют себя в разных социальных ролях. Происходит профессиональное самоопределение, имеющее огромное значение, т.к. это процесс формирования личностного отношения к профессионально-трудовой деятельности и способ самореализации, согласования индивидуально- и социально-профессиональных потребностей. Профессиональное самоопределение жизненно необходимо для каждого человека. Поскольку «мир труда и профессий» одна из основных сфер взаимодействия человека и общества, профессиональное самоопределение – это необходимое условие личностного и жизненного самоопределения [Чистякова, 2012]. Многие российские школы взяли на вооружение хорошо известную деловую игру, которая широко реализуется в зарубежных школах под названием «Школьная компания». Она представляет собой одну из наиболее необычных и привлекательных частей «Прикладной экономики», демонстрирующей настоящий взрослый бизнес, только в очень скромных масштабах. Используя полученные на уроках экономики знания, обучающиеся создают собственную фирму. Основным принципом работы участников школьной компании является принцип «Все делают всё». Все члены компании, включая и управленческий аппарат, принимают участие как в процессе производства, так и в реализации продукции. Школьники проходят все стадии формирования акционерного общества: проводят учредительное собрание, готовят учредительные документы, выпускают и распространяют акции, занимаются управлением и производством, сбытом продукции и распределением дивидендов. Исследуя рынок, члены компании выпускают только ту продукцию, которая пользуется спросом и обеспечивает гарантированный успех в деятельности, т.е. прибыль [Кудинов, 2005]³.

В ряде школ существуют такие виды деловых игр, как, например, деловая игра «Рынок». Учащиеся были разделены на две конкурирующие фирмы. Администрация (летний трудовой

отряд – ЛТО) выступает в качестве работодателей. Игровая цель работников – заработать как можно больше игровых денег и затем истратить их в игровом магазине, на аукционе, в лотерею. Игра начинается с презентации фирм, которая заключается в защите устава и показе рекламного ролика. Директор фирмы выбирается путем голосования ее членов. В его задачи входят организация работы, отчет на планерке в конце рабочего дня. Л.С. Выготский считал, что за игрой стоят изменения потребностей и сознания более общего характера. Игра – источник развития и создает зону ближайшего развития. Действие в воображаемом поле, в мнимой ситуации, создание произвольного намерения, образование жизненного плана, волевых мотивов – все это возникает в игре и ставит ее на высший уровень развития [Выготский, 2004].

Школьник, принимая на себя какую-либо роль, упражняется в выстраивании модели делового поведения, соответствующего тем правилам, которые она предписывает. В ходе игры каждый становится ее активным участником, обогащая свой опыт разными вариантами межличностного взаимодействия, навыками принятия коллективного решения и его анализа с точки зрения экономической целесообразности. Игры на уроках экономики зачастую делают их уроками жизни для школьника, у которого появляется возможность для самореализации в условиях, приближенных к реальным, а также углубляется понимание экономических понятий, осуществляется практическое использование их в реальной задаче, в выборе решения и определении модели рационального поведения по законам деловой этики [Кудинов, 2005]⁴.

Таким образом, получается, что деловая игра становится особым методом стимулирования активности школьников. Более того, практически во всех деловых играх содержится элемент соревнования, борьбы за личное, нередко и командное первенство. При этом побеждает здесь тот, кто лучше других сможет проявить находчивость, сообразительность, эрудицию, творческие спо-

³ Кудинов В.В. Экономическое воспитание учащихся старших классов в информационной среде школы: дис. ... канд. пед. наук. М.: 2005. С. 91–95.

⁴ Там же. С. 105–106.

собности и т.д. Известно, что конкуренция оживляет и стимулирует бизнес, повышая его эффективность, поэтому в США стала распространенной практика конкурентной борьбы между школьниками и школами по выдвижению какой-нибудь инновационной идеи, которую бизнесмены могли бы сразу реализовать. Бизнес и правительство поддерживают разработку новой продукции и технологий прямым финансированием, оплатой консалтинговых услуг и т.п.

Не случайно голландский историк и культуролог профессор Йохан Хёйзинга подчеркивал, что игра есть борьба за что-нибудь или же представление чего-нибудь. Обе эти функции без труда объясняются таким образом, что игра «представляет» борьбу за что-то либо является состязанием в том, кто лучше других что-то представит. Из этих аспектов и вытекают содержание и смысл игры [Хёйзинга, 1997]. В этой связи определенный интерес для отечественных исследователей представляет опыт США, поскольку здесь практика формирования культуры предпринимательства у подрастающих поколений имеет довольно глубокие корни, сложился методологический и технологический потенциал, разработаны способы, формы и методы организации практической деятельности по формированию культуры предпринимательства у школьников. Изучение этого опыта будет способствовать развитию теории и практики формирования культуры предпринимательства у подрастающих поколений в России.

Джон Дьюи обращал внимание на то, что школа имеет огромный потенциал и «она может создать в проекте такой тип общества, который нам бы хотелось осуществить. Влияя на умы в этом направлении, мы постепенно изменили бы характер взрослого общества. Будучи важной, активной составляющей общественной среды, школа, несомненно, способствует социализации индивида» [Dewey, 2010]. Важнейшим понятием, по Дьюи, выступает «опыт», который включает все переживания человека: ощущения и мысли, невежество и знание. Чувства, привычки, потребности, интересы. Любовь и ненависть. Опыт он считает единственным реальным миром под-

линных ценностей. Поэтому социальное становление личности, по Дьюи, это не что иное, как постоянная «реконструкция» ее опыта. Вхождение личности в жизнь общества в качестве активного субъекта достигается путем постепенного, осуществляемого с детства шаг за шагом решения отдельных частных социальных проблем в рамках существующего общества. Он отмечает, что опыт – это не плавный, спокойный поток событий, а всегда серия неожиданных ситуаций.

В последние годы в США получило распространение достаточно большое количество компьютерных деловых игр. Наиболее популярны игры, которые используются в учебном процессе при подготовке школьников к предпринимательской деятельности.

Некоторые деловые игры взяты из реальной жизни. Например, деловая симуляционная игра «Лимонадный киоск». Лимонадный напиток распространен в Северной Америке, он готовится в домашних условиях, а дети и подростки всегда продают его на различных вечеринках, ярмарках и т.п. Продажа этого напитка осуществляется через киоск, который дети сами собирают из простых подручных материалов (например, из досок и фанеры). Хотя формально такие лимонадные киоски представляют собой форму незаконной предпринимательской деятельности, нарушая сразу несколько законов (дети-продавцы не получают на этот «бизнес» какой-либо лицензии, не платят налогов, а при производстве лимонада могут не соблюдать санитарных норм), тем не менее на практике полиция или санитарная инспекция крайне редко закрывают подобные точки, а информация о подобных событиях попадает в газеты. Один такой случай закрытия точки имел общественный резонанс.

По словам корреспондента CBS NEWS, одному из высокопоставленных чиновников в графстве Малтнома (Орегон) пришлось извиниться за то, что санитарный инспектор закрыл лимонадный киоск, который функционировал на ярмарке по продаже картин в одной из американских общин. В нем собственноручно изготовленным лимонадом торговала семилетняя девочка, продавая стаканчик с лимонадом за 50 цен-

тов. Торговля шла бойко, но санитарная инспекция потребовала у девочки лицензию на продажу напитка, которой у нее, естественно, не оказалось. Инспекция пригрозила штрафом в 500 американских долларов. Девочка расплакалась. Известно, что лимонадный ларек – это символ детского бизнеса в США, т.е. своеобразная классическая школа приобщения американского ребенка к бизнесу, которую прошли многие американцы. Поскольку закрытие лимонадного киоска приобрело общественный резонанс, представитель администрации графства выступил на стороне девочки. Чиновник сказал, что он не хочет быть тем человеком, который закрывает этот бизнес, являющийся символом детского предпринимательства. Он признался, что, будучи ребенком, сам продавал лимонад, этим же занимались и его дети [Hayes, 2010].

На основе конкретного опыта детского предпринимательства компанией «Apple» еще в 1970 году была создана деловая игра «Лимонадный киоск», пользующаяся большой популярностью у американских школьников. Игра представляет собой модель реального бизнеса, развивает смекалку и учит предпринимательским понятиям и конкретной прибыльности.

Процедура деловой игры включает нескольких этапов.

Первый этап связан с подготовкой школьников. Определяется режим работы, формулируется цель занятия, обосновывается постановка проблемы.

Второй этап – изучение ситуации и сбор дополнительной информации.

Третий этап – непосредственное проведение игры.

Четвертый, или финальный, этап включает анализ, обсуждение и оценки результатов игры,

обмен мнениями, защиту учащимися своих решений и выводов; каждый школьник высказывается по итогам игры. В заключение ментор констатирует достигнутые результаты, отмечает ошибки, формулирует окончательный итог проведенного занятия и награждает победителей.

Анализируя проведение деловых игр в России и США среди подрастающих поколений, следует отметить, что в обеих странах деловые игры являются методом обучения (в России они скорее представляют собой теоретическое обучение, а в США имеют более практическую направленность).

Участвуя в данном виде игр, школьники стараются развить инициативу, способность брать на себя риски, осуществлять руководство, приобретать навыки сотрудничества, мотивацию к достижению успеха и самореализации личности. В каждой стране это происходит по-разному.

Библиографический список

1. Выготский Л.С. Психология развития ребенка. М.: Смысл, 2004. С. 220.
2. Дробышева Т.В. Экономическая социализация личности. М., 2013. С. 10.
3. Хейзинга Й. *Homo Ludens*. Человек играющий / пер., сост., вступ. ст. Д.В. Сильвестрова; ком. Д.Э. Харитоновича. М.: Прогресс – Традиция, 1997. 416 с.
4. Чистякова С.Н., Родичев Н.Ф. От учебы к профессиональной карьере: учеб. пособие. М.: Академия, 2012. С. 8.
5. Dewey J. *Democracy and education: an introduction to the philosophy of education*. Harv. Univ. Press (MA). 2010. P. 21–22.
6. Hayes K. *Lemonade stand shut down by food inspectors* // CBS NEWS. 2010. August 6.

BUSINESS GAME AS A MEANS OF SUCCESSFUL ECONOMIC SOCIALIZATION OF RUSSIAN AND US SCHOOLCHILDREN

T.P. Grass (Krasnoyarsk, Russia)

V.I. Petrishchev (Krasnoyarsk, Russia)

O.V. Voronova (Krasnoyarsk, Russia)

Abstract

Problem and purpose. The article raises the question about the role of a business game providing successful economic socialization of younger generations in two economically developed countries: in Russia and the USA. The business game becomes an effective technology providing active forms of vital activity of younger generations. The purpose of the article is to justify and prove the effectiveness of the implementation of business games in the education of schoolchildren on the basis of a practical analysis and synthesis of scientific and theoretical sources to ensure their economic knowledge and professional skills, which contributes to their rapid and successful adaptation to current market conditions.

The research methodology is the analysis and generalization of scientific and research works of foreign and Russian authors, whose authority and scientific reputation are recognized by the scientific community. We also used observation methods (direct, indirect, participant observation), namely, the observation of the educational process and students' activities. The methods of research are determined by its goals, objectives, specific

stage's tasks, conceptual approaches implemented in the research, which provides the necessary depth of examining the main aspects of the problem.

Results. Based on a review of the history and practice of the implementation of business games in the process of schooling, the study has conducted a comparative analysis of the use of business games in the educational process of Russia and the USA, which proves the importance of business games in the educational process of the younger generation for the economic socialization of students. Business games contribute to the development of initiative, teamwork ability, interpersonal skills and management of development, which undoubtedly leads to a successful career in the future.

Conclusion. The article proves the expediency of the use of business games in the process of schooling, the essence of which is the formation of creative thinking, which leads to successful self-realization.

Keywords: interactive learning, economic socialization, younger generation, schoolchildren, business games, computer business games, business activity, entrepreneurial activity.

References

1. Vygotsky L.S. (2004). Psychology of child development. Moscow, Smysl, 220.
2. Drobysheva T. V. (2013). Economic socialization of the personality. Moscow, 10.
3. Heizinga I. Homoludens. (1997). A person who plays / Ed., comp. and joined by the article of D.V. Sil'vestrov; Commented by D.E. Kharitonovich. Moscow, Progress – Traditsiia, 416.
4. Chistiakova S.N. (2012). From school to professional career: a study guide / S.N. Chistiakova, N.F. Rodichev. Moscow, Academy, 8.
5. Dewey J. (2010). Democracy and education: an introduction to the philosophy of education. Hard Press (MA), 21–22.
6. Hayes K. (August 6, 2010). Lemonade stand shut down by food inspectors, CBS NEWS.