

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

РЕГИОН ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ

Межвузовский сборник научных работ студентов

ВЫПУСК 12

Под редакцией профессора *Н.В. Шахматовой* и
профессора *И.А. Бегининой*

Издательство «Научная книга»
2012

УДК 316.334.52(470.44)
ББК 60.59(235.54)243
P32

Редакционная коллегия:
*О.Г. Антонова (отв. редактор), С.Г. Ивченков, М.В. Калинин
Д.В. Покатов (отв. секретарь)*

Регион глазами студентов: Межвуз. сб. науч. работ студентов / Под
P32 ред. Н.В. Шахматовой, И.А. Бегининой. – Саратов: Изд-во «Научная
книга», 2012. – Вып. 12. – с. 183: ил.

ISSN 1682-5578

В сборнике представлены работы студентов социологического факультета Саратовского государственного университета, Саратовского государственного аграрного университета и учащихся школ и лицеев г. Саратова, посвященные анализу моделей властных отношений в регионе, особенностей и тенденций развития региональных социально - демографических процессов, специфике социально-трудовых процессов на региональном уровне, изучению повседневных стратегий саратовцев в условиях мирового кризиса, характеристике коммуникативного пространства социальной жизни регионального сообщества и др.

Для студентов, аспирантов, преподавателей вузов, средних специальных учебных заведений и школ, а также для всех интересующихся проблемами современного российского общества.

Рекомендовано к печати научно-методической комиссией социологического факультета Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского.

УДК 316.334.52(470.44)
ББК 60.59(235.54)243

ISSN 1682-5578

© Саратовский государственный
университет, 2012

ВОСПРИЯТИЕ РЕЛИГИИ МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДОЙ

З.С. Азизова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Социология религии является специальной социологической дисциплиной, формирующейся на стыке религиоведения, социологии религии, социологии молодежи и других дисциплин. Если религиозность населения в целом уже давно является предметом внимания российских социологов, особенно накануне и после 1000-летия крещения Руси [1], вопросы религии и молодежи начались совсем недавно [2].

Центральным понятием социологии религии в молодежной среде выступает «религиозность молодежи», которое предполагает, прежде всего, выявление степени приобщения молодежи к религиозным ценностям и системам. Данная проблема весьма значима в масштабе всего мирового пространства. Изучение религиозности молодежи необходимо в наши дни, ведь именно данная категория населения по своей социальной природе представляет «голографическое» отражение всех противоречий и возможностей социально-исторической и культурной динамики общества в рамках определенного масштаба социальной реальности. Именно молодежь выбирает траекторию исторического движения общества, что обуславливает внимание ученых социологов.

Сегодня на государственном уровне обсуждается проблема возрождения духовных ценностей и усвоения их подрастающим поколением, эта тема звучит в средствах массовой информации и среди педагогической общественности, поскольку процессы формирования духовности и социализации молодежи неразрывно связаны с религиозными ценностями всего общества.

Актуальность данной проблемы послужила причиной проведения социологического исследования молодежи в июле-августе 2011 годов городе Саратове. Исследования осуществлялось методом анкетирования по выборке, построенной на основе половозрастного критерия, объем которой составил 200 респондентов.

В ходе исследования религиозности молодежи был выстроен рейтинг ценностей современной саратовской молодежи, который позволит говорить о месте религии среди основных жизненных ценностей данной категории населения. Согласно полученным результатам, для каждого третьего

опрошенного (34%) семья является основной ценностью в жизни. Второе место в рейтинге занимают друзья (22,3%), а третье – любовь (20,2%). Работа преобладает над другими ценностями у 11,4% респондентов. Религия занимает лишь пятое место – она играет значительную роль для каждого десятого представителя молодежи.

Имея свободу вероисповедания, закрепленную законодательно в Конституции Российской Федерации, 35% современной саратовской молодежи считают себя верующими. Скорее верующих, чем неверующих 47,8%. 8,3% представителей молодежи считают себя скорее неверующими, чем верующими и 8,9% респондентов являются по собственному мнению неверующими. При этом, 32% респондентов религия необходима как верующим. Одновременно 32,5% опрошенных согласны с этим частично. Для 18,5% представителей молодежи религия не является показателем веры.

В данном исследовании одной из поставленных задач являлось выяснение значения понятия религии для саратовской молодежи. Согласно результатам, данное явление почти для каждого опрошенного имеет свое значение и понимается ими по-разному. Так, молодые люди и девушки, считающие себя верующими, считают, что религия представляет собой «веру в Бога» (47,6%), «все» (15,4%), «незаменимую часть жизни» (12,6%), «надежду» (8,4%), «традицию» (4,9%), «истину» (2,8%), «помощь в жизни» (1,4%), «моральные и нравственные нормы поведения» (1,4%), «социальный институт» (1,4%), «некий идол для успокоения души» (0,7%), «осознание себя частью православного мира» (0,7%), что подтверждает наличие широкого спектра мнений о данном понятии.

Определение религии сопряжено с приобретением "сущностных характеристик" каждый приобретает - свое, особенное. Для четверти респондентов (24%) религия является моральным и нравственным регулятором повседневной жизни, а для каждого пятого (22,1%) - утешением, облегчением душевных переживаний и боли верующего. Помимо того, представители верующей молодежи видят в религии способ очищения своей души, ее спасения, а также смысл жизни (21,6%, 14% и 10% соответственно). Данное явление помогает 4% респондентов примириться со смертью, при этом 3,5% опрошенных считает, что человек не обретает в религии ничего существенного, но и особо ничего не теряет. Совершенно ничего не обретают в религии менее одного процента опрошенной молодежи.

Большая часть респондентов (42%) считает, что религия заставляет задуматься о смысле жизни, о душе, о вечности. Скорее согласны с приведенным утверждением 27% участников опроса, а не согласны полностью 18,5% опрошенных.

При этом для 26,5% респондентов религия помогает быть терпеливым к людям и к их недостаткам, в то время как каждый третий (34,5%) согласен с этим лишь частично. 21,5% опрошенных не согласны.

Таким образом, для молодежи религия выполняет регулятивную и психотерапевтическую (компенсаторную) функции, совпадая с мнением респондентов о способствовании данного явления более терпеливому

отношению к людям и их недостаткам. В ходе исследования выявляется так же значение мировоззренческой функции религии - саратовская молодежь считает ее важным способом осознания смысла жизни.

Однако, выполняя регулятивную, компенсаторную и мировоззренческую функции, религия не входит в тройку основных жизненных ценностей, которые составляют семья, друзья любовь, и, по мнению молодежи, не является транслятором нравственных норм и ценностей в современном обществе.

Список литературы

1. *Ильясов Ф.Н.* Религиозное сознание и поведение// Социологические исследования. 1987. №3;

2. *Королев А. А.* Русская православная церковь и молодежь // Молодой человек в условиях кризиса. Материалы международной научно-практической конференции/ Научн. ред. и сост. В.К. Криво-рученко. М.; СПб. 1994.

РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ)

М.Ю. Алашкова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Высокая скорость политических, экономических и социальных изменений в 90-е годы оказали (и оказывают) влияние на положение и развитие российской молодежи. Сегодня, очевидно, что в молодежной среде преобладают процессы дифференциации. Причем дифференцирующие факторы проявляются более зримо, чем интегрирующие. Это связано, прежде всего, с тем, что в условиях радикального преобразования российского общества происходят глубокие изменения его социальной стратификации, одной из особенностей которой является социальная поляризация, основанная на имущественном расслоении.

В социальной структуре появились новые группы: предпринимателей, банкиров, мелких торговцев и "челноков", новых русских и новых бедных. Возникли новые тенденции в среде рабочих и крестьян, связанные с отношениями к той или иной форме собственности. Между слоями рабочего класса, крестьянства углубляются различия в доходах, экономических и политических интересах.

К каждой страте, социальной группе в большей или меньшей степени принадлежит молодежь. Именно поэтому фундаментальными критериями социальной дифференциации юношества выступают социальное происхождение и собственное социальное положение молодых людей. Обладая социальными признаками разных общностей, они различаются по материальным возможностям, ценностным ориентациям, образу и стилю

жизни. Анализ показывает, что важнейшей характеристикой современной российской молодежи является возросшее расслоение по социально-экономическим показателям.

Внутренняя дифференциация молодежи обуславливается не только социальными параметрами. Исследователи кроме стратификационного, выделяют такие типы дифференциации, как возрастной и субкультурный. Среди молодежи возникает необходимость изучения специфики групповых отношений, особенности формирования потребностей и целей, роли и места различных слоев юношества в становлении нового общества. Знание специфики - одно из важных условий разработки научного подхода к решению молодежных проблем, проведению социальной и молодежной политики [1].

Вместе с тем был и остается не менее актуальным ценностный подход к изучению всего многообразия общих связей и закономерностей молодого поколения, как органического субъекта развития общества. Именно такой подход отличает ряд крупных работ вышедших в 90-е годы. В них молодежь рассматривается как социально-демократическая группа с характерными для нее социальными, возрастными, психологическими свойствами и социальными ценностями, которые обуславливают уровень социально-экономического, культурного развития, особенностями социализации в российском обществе. Такой взгляд способствует более глубокому осмыслению молодежных проблем, дифференцированному подходу молодежи как внутренне неоднородной и вместе с тем специфически особой общественной группе.

Проблема вовлечения молодёжи в предпринимательскую деятельность в наше время очень актуальна. Вообще, предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность людей, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою ответственность.

Предпринимательство имеет большое значение для формирования конкурентной среды, без которой замедляется экономический рост, технический и социальный прогресс, создаёт новые рабочие места, способствует снижению уровня безработицы, росту доходов населения и, следовательно, повышению социальной стабильности в обществе. Таким образом, предпринимательство формирует средний класс общества, что характеризует успешность и процветание государства.

В наше время, для многих молодых людей эта деятельность является более привлекательной, чем работа по найму. Развитие предпринимательства просто невозможно без привлечения молодёжи в эту сферу деятельности.

За последние годы в стране и в регионе заметно активизировалось развитие малого и среднего бизнеса, но в настоящее время еще не сформирована комплексная система, позволяющая воспитывать предпринимателей нового поколения.

Согласно исследованиям Института комплексных стратегических исследований, от 46 до 63% наемных работников, уволенных за время

экономического кризиса – это молодые специалисты в возрасте до 30 лет. Создание новых ниш занятости в форме субъектов малого предпринимательства является важным инструментом преодоления последствий этой негативной тенденции. Однако молодежь не спешит создавать свой бизнес: только 3% опрошенных заявили, что ведут собственную предпринимательскую деятельность [2].

Активность молодежи сдерживают значительные трудности, с которыми сталкиваются молодые предприниматели при открытии своего дела. Они обусловлены как финансовыми проблемами, так и недостаточной образованностью молодых людей в предпринимательской сфере. Согласно исследованиям, основные трудности, с которыми сталкивается молодежь на старте занятий бизнесом, – отсутствие денег - 53% опрошенных, опыта - 16% и образования - 11%. Облегчить вхождение на рынок молодого предпринимателя в такой ситуации может государственная поддержка [3].

С целью решения задач по развитию малого и среднего предпринимательства, поставленных в стратегических документах Российской Федерации, в регионах РФ реализуются программы «вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность», призванные стимулировать работу по формированию нового поколения молодых предпринимателей, способных играть более активную роль в экономике, бизнесе и обществе. Развитие молодежного предпринимательства признано одним из наиболее эффективных инструментов, способных ускорить процесс перехода региональной экономики на инновационный путь развития. Требованиям времени являются качественно новые характеристики молодого предпринимательского сообщества: инициативность, инновационное мышление, умение «мыслить глобально – действовать локально». Однако социальная среда складывается так, что большинство молодых людей устойчиво отдает предпочтение работе в крупном бизнесе и органах государственной власти [4]. Переломить ситуацию должна комплексная система выявления потенциальных предпринимателей на ранних этапах (школа, вузы, ссузы), проведение молодых людей через мотивационные сессии и экспертное развивающее консультирование, площадки по формированию способностей к выработке бизнес-идей и переносу их в форматы бизнес-планирования и бизнес-проектирования, обеспечение включения молодежных проектов в инвестиционную и предпринимательскую инфраструктуру.

Направления работы по развитию молодежного предпринимательства включают в себя:

- 1) популяризация предпринимательской деятельности среди молодежи, формирование предпринимательской среды; (игры, конкурсы, информационная работа, встречи с успешными предпринимателями);

- 2) вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность; отбор (тестирование, анкетирование, конкурс бизнес – идей, конференции, форумы);

3) профильное обучение, приобретение молодыми людьми навыков ведения бизнеса; (дистанционное обучение, проведение мастер – классов, экспертных сессий, конкурс бизнес - проектов);

4) создание механизмов, позволяющих преодолевать высокие издержки выхода на рынок (ресурсное обеспечение реализации бизнес-проектов участников программы, участие в инвестфорумах);

5) сопровождение молодых людей, вовлеченных в предпринимательскую деятельность (создание сообществ, обеспечение участие в смене «Селигер»).

Список литературы

1. Экономика. / Под ред. Булатова А.С. Москва, 2008. С. 38-45
2. *Лецинская Г.* «Молодежный рынок труда». «Экономист», 2008г. С. 62-70.
3. Там же с. 75-79
4. *Косале Л.Я., Рывкина Р.В., Симагин Ю.А.* Рыночные реформы глазами разных поколений // Мировая экономика и международные отношения. 2008. С. 48

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАБОТЕ С ПОДРОСТКАМИ И ИХ СЕМЬЯМИ

В.В. Алишаускас

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

В подростковом возрасте ребенок избавляется от детской зависимости от родителей и переходит к отношениям, которые основаны на взаимном доверии, уважении и относительном, но неуклонно растущем равенстве. Во многих семьях процесс проходит болезненно, поведение подростка воспринимается как вызывающее.

Человек в переходном возрасте становится более агрессивным и вспыльчивым. Слишком жесткое обращение родителей к подростку приводит порой к побегу из дома или даже самоубийству.

Проблемы взаимоотношений семьям сложно решить самостоятельно, и здесь приходят на помощь психологи и социальные педагоги, которые с помощью социально-педагогических технологий помогают найти правильное решение.

Социально-педагогическая технология является обобщенной разновидностью социальной и педагогической технологий. Возможность разработки социально-педагогических технологий обусловлена тем, что социально-педагогическая деятельность, как и всякая другая разновидность социальной деятельности, имеет свою структуру, благодаря которой она может поэтапно расчленяться и последовательно реализовываться.

Цель социально-педагогической деятельности и ее конечные результаты зависят от того, насколько правильно определено содержание,

какие выбраны методы для ее достижения и формы организации этой деятельности [4].

Поэтому, изучая эту проблему, мы считаем актуальным показать необходимость и эффективность применения социально - педагогических технологий в работе с подростками и их семьями.

Методологической базой данной работы является работы известных ученых, таких как Выготский Л. С. [1,2], Ядов В.А. [6], Ушинский К.Д. [5], Селевко Г.К. [3]. Эмпирической базой являются результаты авторских исследований: количественное исследование на тему «Уровень удовлетворенности подростками их отношениями с членами семьи» и качественное исследование на тему «Особенности применения социально-педагогических технологий в работе с семьями учащихся».

Количественное исследование показало, что уровень удовлетворенности подростками их отношениями с членами семьи выше среднего. И главным образом зависит от климата в семье и от уровня понимания и доверия близких. Так же на уровень удовлетворенности влияет успеваемость ребенка: степень удовлетворенности выше у детей, которые учатся «хорошо», чем дети, которые обучаются на «отлично» и «удовлетворительно». Уровень ответственности перед родителями вероятно у отличников и троечников значительно выше, что в определенной степени определяет и высокий уровень тревожности. Это в свою очередь влияет и на уровень комфорта подростка в семье. Прямым показателем степени удовлетворенности является отношение к домашней работе, чем более охотно подросток выполняет дела по дому, тем больше он удовлетворен своими отношениями с членами семьи.

Но, даже не смотря на высокий уровень удовлетворенности, у подростков часто возникают конфликты с родителями, и в этих ситуациях необходима помощь социального педагога и психолога. Не стоит забывать и про тех, у кого уровень удовлетворенности низкий. Именно в семьях этих детей должны вести активную работу психологи и социальные педагоги.

В настоящее время существует много разнообразных технологий работы с подростками и их родителями: лекции, семинары, тренинги, психологическое консультирование, групповая тематическая дискуссия, беседа, игра, песочная терапия, арт-терапия, коллективно-творческие дела.

Проблема выбора технологии школьным психологом зависит главным образом от особенностей проблемной ситуации и предпочтений самого специалиста, а так же от материального оснащения школы. «Диагностику проводить можно на компьютере, для этого необходимы определенные программы», а так же кабинеты оснащенные компьютерами, чтобы «посадить весь класс». К сожалению, не каждая школа имеет необходимое оборудование.

Основными технологиями работы школьных психологов с родителями являются тренинги и индивидуальные консультации, а так же лекции, которые проходят с привлечением специалистов разных направлений: юристов, медиков, психологов и т.д. Из интервью мы выяснили, что на

практике лектории с родителями проводятся с элементами интерактивной беседы, в форме круглого стола, деловой игры. Активные формы психологического просвещения повышают интерес родителей к проблемам детей. В работе с подростками чаще применяется технология тренинга. Она направлена «на повышение уверенности в себе и на повышение самооценки детей», отрабатываются способы поведения в конфликтных ситуациях, в том числе с родителями, способы саморегуляции и самопомощи в стрессе и в условиях напряженного учебного труда. Если у подростка проблема индивидуального характера (например: проблемы в учебе, личная трагедия, неразделенная любовь и т.д.), то применяются индивидуальные консультации.

Для разрешения конфликтных ситуаций применяются совместные консультации родителей и детей.

Чаще всего родители обращаются к психологу с такими вопросами: отношение к учебе, отрицательное влияние компании, грубость, непослушание подростка.

Подростки порой воспринимают воспитательные меры родителей за жестокое обращение. Психологи советуют родителям не читать нотации, наказывать и приказывать, а «учить жизни в совместном труде, постепенно возлагая на ребенка ответственность за те или иные действия», анализировать ситуации, говорить о своих чувствах и переживаниях, показывать пример решения собственных проблем.

Результатом применения комплекса или одной конкретной технологии является решение возникшей проблемы. Встречаются случаи, когда спустя какое-то время та же проблема вновь возникает, но в таких ситуациях подростки или их родители «уже знают, куда им обратиться» и снова вместе с психологом находят решение.

Работа с детьми может быть и диагностической. Она направлена на выявление личностных особенностей детей, их интересов и склонностей. После этого могут проводиться индивидуальные «коррекционные занятия, направленные на умение выйти из какой-то сложной ситуации».

Основными задачами социального педагога является выявление проблемных семей, помощь социально-незащищенным семьям и контроль за обстановкой в наблюдаемых семьях.

Проводя анализ качественного исследования, мы выявили и сформулировали несколько особенностей применения социально-педагогических технологий:

1. выбор технологии зависит от следующих параметров:
 - особенностей проблемной ситуации;
 - личностных особенностей подростка и его родителей;
 - профессиональных предпочтений специалиста;
 - материальной базы, которой специалист владеет.
2. Технологии могут применяться как отдельно каждая, так и в комплексе; элементы отдельной технологии могут применяться в составе другой технологии.

Таким образом, в ходе исследования мы выяснили, что потребность в помощи специалистов в решении проблем взаимоотношений подростков и их родителей существует, и применение социально-педагогических технологий дает положительный эффект при решении таких проблем.

Список литературы

1. *Выготский Л.С.* Педология подростка. М.-Л., 1931 г.
2. *Выготский Л.С.* Проблема возраста // Собр. соч. Т. 4. М., 1984.
3. *Селевко Г.К.* Современные образовательные технологии. М., 1998.
4. *Тутыхина М.В.* <http://nsportal.ru/vu/shkola/sotsialnaya-pedagogika/organizaciya-osnovnyh-napravleniy-socialno-pedagogicheskoy-lekciya> (дата обращения: 5.04.2011г.).
5. *Ушинский К.Д.* Человек как предмет воспитания. Опыт педагогической антропологии. // Собр. соч. Т.1. М., 1950.
6. *Ядов В.А.* Социологическое исследование: методология, программа, методы. - Самара: Изд-во «Самарский университет», 1995.- 331с.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЯЗАННОСТЕЙ В МОЛОДЫХ СЕМЬЯХ

Ю.Э. Андропова

Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского

Еще до свадьбы у каждого человека складываются представления о том, какой должна быть семейная жизнь, какие обязанности должны быть у супругов. Но ожидания часто не сбываются. Для того чтобы избежать размолвки по мелочам в молодых семьях, супруги четко с самого начала должны распределить обязанности в семье, кто за что отвечает [1].

С целью выявить особенности распределения обязанностей в современной молодой семье, был проведен авторский социологический опрос [2].

Среди опрошенных молодых людей 17% состоят в браке менее полугода, 40% - от полугода до года, 20% - от года до двух лет, 23% опрошенных – более двух лет.

Анализ реального распределения обязанностей в семье позволил выявить, что в современной семье супруга занимается домашней уборкой в 79% случаев, мытьем посуды - 53%, стиркой - 74%, приготовлением пищи - 67%, покупкой продуктов - 36%. Мелким ремонтом в 82% семей занимается супруг. Воспитывают детей в более 1/3 семьях респондентов оба супруга. Заметим, что мужчины выполняют существенно меньше обязанностей, чем женщины и не всегда помогают им. Немаловажным является и то, что домашние дела у женщины являются каждодневными, в то время как домашние обязанности мужчин носят эпизодический характер. В идеале же для более чем 1/3 респондентов практически каждую из ролей в семье супруги должны делить поровну. Так покупка продуктов, по мнению почти половины респондентов, - обязанность обоих супругов; приготовление пищи остается женской обязанностью для 67% опрошенных, как мытье посуды (43%) и

стирка (68,4%). Однако 39% молодых супругов считают, что также и мужчина может помочь своей жене в выполнении этих обязанностей. Таким образом видно, что реальное распределение обязанностей в семьях молодых людей значительно отличается от их идеального представления.

Кроме того, исследование показало, что несогласие с распределением обязанностей в семьях респондентов является основной причиной ссор и конфликтов между супругами. Так, более половины указали на то, что конфликты по вопросам ведения домашнего хозяйства редко, но возникают. В проведении свободного времени, по вопросам воспитания детей, по поводу жизненных планов, во взглядах на литературу и искусство у большинства расхождения интересов не возникает вообще.

В соответствии с представлениями респондентов о том, как должны быть в идеале распределены обязанности в семье, у каждого есть свое понимание идеальной семьи. Идеальная семья для 28% немыслима без любви. Кроме того, в некоторых семьях любовь заменяют и другие чувства. Указывались такие как: гармония, взаимоуважение, взаимопонимание и другие. Отрадно, что 15,5% опрошенных считают идеальной свою собственную семью. Не велик процент тех (2,1%), кто считает, что идеальной семьи в принципе существовать не может. На наш взгляд, не стоит выработать всеобщих канонов семейного благополучия, ведь есть разные типы людей, и то, что подходит одним, совершенно не подходит другим [3]. Каждый в любом случае ждет от своего брака положительные эмоции и изменения в своей жизни к лучшему [4].

Дальнейший анализ показал, что существенным фактором, влияющим на молодую семью, является связь с родителями. Результаты анкетирования показали, что 51% опрошенных супругов живут в одной квартире с родственниками. Совместное проживание оказывает влияние на молодую семью, как положительное, так и отрицательное. Так, родственники чрезмерно опекают молодых супругов и пытаются руководить ими у 2% респондентов. Родители, скорее, как опытные и мудрые люди, дают полезные советы, помогают в трудных ситуациях, на это указали 19% опрошенных. 16-ти% респондентов родственники помогают материально, в 5% семьях помогают молодым с воспитанием детей.

Итак, молодым супругам нужно заботиться друг о друге, помогать друг другу во всем, сочувствовать, сопереживать, сострадать, то есть «входить» в эмоциональный мир другого партнера, понимать его радости и горести, переживать неудачи, находить духовное единение для того, чтобы семья могла считаться благополучной и счастливой [5].

Каждому молодому человеку необходимо знать этику и психологию, педагогику супружеской жизни, уметь увидеть разницу между влюбленностью, любовью и страстью; учесть особенности психологии мужчины и женщины, чтобы не ошибаться или, по крайней мере, меньше ошибаться и страдать, чтобы уметь извлекать полезное из допущенных ошибок, исправлять их, и тем самым сберечь свою семью [6].

Список литературы

1. *Авсиевич М.Т.* Супружеские конфликты и пути их преодоления. М.: 1988, С.303
2. С мая по сентябрь 2011 года методом раздаточного анкетирования был проведен социологический опрос. В исследовании приняло участие 100 замужних (женатых)/состоящих в сожительстве молодых людей. Это были учащиеся девяти ВУЗов г. Саратова в возрасте от 18 до 31 года.
3. *Карцева Л.В.* Модель семьи в условиях трансформации российского общества// СОЦИС, 2007, С. 92 – 99.
4. *Харчев А.Г.* Современная семья и её проблемы М.: 2004. С. 305
5. *Ковалев С.В.* Психология современной семьи: Материалы к курсу «Этика и психология семейной жизни». М.: 1998. С. 146
6. *Юркевич Н.Г.* Этика и психология семейной жизни. - М.: 1993. С. 114

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В ПОЛЕ ПОДРОСТКОВОГО ОДИНОЧЕСТВА

Т.С. Анисимова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Современная ситуация в обществе характеризуется значительными изменениями в социальной, экономической и политической жизни, приводит к повышению напряженности в социальных отношениях и способствует социальной разобщенности людей. В этих условиях поиск путей конструктивного решения проблем одиночества приобретает особую актуальность.

Одиночество – это разрыв связей, в то время как наши ожидания ориентированы на сохранение этих связей. Одинокий человек чувствует отрыв от прошлого, а также свою ненужность в будущем.

«Потребность общения с другими зарождается на самых ранних стадиях возникновения сознания у индивида» [1]. В наибольшей мере изменения, происходящие в обществе, затрагивают пожилых людей и подростков как наименее социально защищенные группы, но особенно трудно приходится подросткам.

Подростковое одиночество является одной из серьезнейших проблем современности, когда взаимоотношения не складываются, не порождая, ни дружбы, ни любви, ни вражды, оставляя подростков равнодушными по отношению друг к другу. Предложить эффективные методы борьбы с чувством одиночества, и пути его профилактики – это большой шаг в установлении одинокими подростками нормальных межличностных отношений, помощи в социализации и подготовке подростка к благополучной взрослой жизни. Это и было одной из задач нашего лонгитюдного исследования [2].

Почти половина всех опрошенных нами подростков указали на то, что испытывали когда-либо чувство одиночества. Проведенный анализ показал, что проблема подросткового одиночества острее стоит у девушек в возрасте

14 и 17 лет. Чаще в момент одиночества они испытывали ощущение агрессии раздраженности и ненужности. 48,8% подростков чаще всего проводят свое свободное время с друзьями, 30% школьников с родными и близкими и 8,5% в одиночестве. Однако, как показал анализ, большинство из числа тех, кто хорошо проводит время с друзьями, делятся с ними лишь некоторыми своими проблемами, 3,2% опрошенных считают, что друзей их личные проблемы совершенно не касаются, более того, 3,2% респондентов друзей нет вообще. Из результатов исследования можно сделать вывод, что наличие друзей не всегда влияет на присутствие чувства одиночества, однако, полное отсутствие друзей абсолютно детерминирует появление чувства одиночества.

Большую часть времени подростки проводят в школе, и взаимоотношения с одноклассниками оказывают достаточно сильное влияние на психологический комфорт школьника. Так, большинство подростков (52,3%) отметили, что им очень комфортно в своем классе и со всеми одноклассниками хорошо общаются тогда, как 4,6% респондентов отметили, что никогда не будут чувствовать себя своим в классе, одноклассники их не принимают, и, как выяснилось, чем ниже уровень комфортности в классе, тем чаще подростки испытывают чувство одиночества. Также важным исследовательским моментом было выяснение понимания подростками «одиночества». У большинства (17,1%) сложилось мнение, что одиночество это когда ты один, чуть меньше (по 16,2%) школьников считают что одиночество – это «не с кем общаться» и «не с кем поговорить, поделится проблемами или счастьем, совсем никому не нужен»

Кроме того, было выявлено что подростки, проводящие свободное время в одиночестве в основном испытывают это чувство, а те кто проводят свободное время в кругу друзей, или родных, реже подвержены ощущению одиночества.

Большая часть подростков испытывавших когда-либо чувство одиночества даже не пытались бороться с ним (60,6%), при этом (66,7%) никому не рассказывали о своей проблеме. Из числа тех, кто все же делился ощущением одиночества доверялись друзьям, значительно реже учителям или психологам.

Определение одиночества Л. Симеоновой как нельзя лучше отражает положение вещей: «Одиночество – это не просто сложившаяся ситуация, когда ты проводишь время один. Это – чувство, что у тебя нет близкого человека, который смог бы тебя понять... это ощущение, что в твоих социальных связях что-то разрушилось или никогда не существовало» [3].

Ощущение подростком бессмысленности своего существования - одна из основных причин суицида. К сожалению, в последнее время растет число школьников, желающих покончить с жизнью. По уровню самоубийств среди подростков Россия находится на одном из первых мест в мире – средний показатель самоубийств среди населения подросткового возраста более чем в 3 раза превышает средний показатель в мире. По данным статистики за последние годы количество детских суицидов и попыток самоубийств

увеличилось на 35-37% . В России с 1990 по 2010 год было зарегистрировано около 800 тысяч самоубийств. Юноши гораздо чаще совершают самоубийства, чем девушки (32,8 случаев на 100 тысяч человек против 7,6) [4].

С подростковым одиночеством, которое может стать причиной намеренного ухода из жизни, необходимо бороться, и разрабатывать адекватные меры профилактики.

В борьбе и профилактике подросткового одиночества используются различные социально-педагогические технологии. Анализ литературы [5] позволил определить их основные типы: *непосредственные* - обеспечивают содействие и помощь в ситуациях, когда ребенок не может сам решить возникшую проблему (личная беседа с ребенком, с родителями, с другими специалистами - психотерапевтом; различные терапии); *прямые непосредственные* - система мер, осуществляемая педагогом путем открытого вмешательства в трудную или опасную для подростка ситуацию, когда создается угроза его жизни, здоровью и когда очевидна необходимость немедленной защиты прав и достоинства (личная беседа); *косвенные непосредственные* - система мер, осуществляемая педагогом без прямого вмешательства в возникшую ситуацию. Педагог не дает конкретных рецептов защиты, а раскрывает «веер» ее потенциальных способов, которые могут использоваться в любой ситуации, помогая выбрать наиболее подходящий конкретному ребенку в конкретной ситуации (коллективные игры); *опосредованные* - предполагают создание атмосферы защищенности в коллективе (классный час, игры в классе).

Анализ практической значимости и эффективности применения социально-педагогических технологий борьбы и профилактики подросткового одиночества свидетельствует о том, что круг используемых в работе технологий достаточно узок. Причем выбор конкретных технологий обусловлен уровнем компетентности педагога. Так чаще всего применяются личные беседы с подростками, беседы с родителями ребенка, коллективные игры (на определение личностных качеств, на лидерские способности, на взаимопомощь, на доверие), классные часы (в которых педагог совместно с подростками обсуждает планы на жизнь и т.д.). Именно эти техники, по мнению самих педагогов наиболее хорошо ими освоены и чаще всего имеют высокий уровень эффективности. Освоение и внедрение инновационных технологий требует достаточно больших ресурсов (время, оборудование, помещения, финансовые средства и т.д.). Профилактике подросткового одиночества уделяется недостаточно внимания, педагоги решают уже возникшие проблемы.

Одним из индикаторов эффективности применения конкретных технологий является успешный результат, примеров которого в практике опрошенных педагогов достаточно много. Приведем некоторые из них. Классный час под названием «Линия жизни», где педагог рисует линию, ассоциирующуюся с жизнью, и каждый из учеников отмечает на этой линии важные точки в своей жизни - прошлой, настоящей и будущей; затем

ученики обсуждают получившийся план. Различного рода терапии: сказка-терапия, арт-терапия, (арт-терапия – это когда подросток рисует, и по его картине можно оценить степень его внутреннего состояния, в последствии подросток совместно с педагогом дорисовывает в картине различные «недостающие» элементы). Такая методика помогает подростку выйти из сложной для него ситуации. Конкретным примером применения непосредственной технологии является социально-педагогический случай, когда одна из учениц школы нарисовала картину, на которой был изображен один синий цветок, растущий среди большого поля, на рисунке отсутствовали другие растения, заходило солнце. По рисунку психолог определил высокий уровень тревожности и депрессивный фон настроения подростка. Дальнейшая технология совместной доработки рисунка позволила педагогу найти способы решения проблемы девочки. Несмотря на то, что практика применения социально - педагогических технологий ненасыщенна с точки зрения разнообразия методов, применяемые дают очень высокий результат эффективности. Кроме того, выявлен достаточно распространенный индивидуальный подход в работе. Это обусловлено серьезной диагностикой различных типов детей в коллективе, с точки зрения особенностей их характера. Как показал опрос, педагоги различают несколько типов: лидеры, принятые, изгои. Технологии работы с указанными типами различны. Безусловно, и что на наш взгляд вполне логично, большее внимание уделяется работе с детьми типа «изгои», поскольку именно в этих случаях создается угроза жизни и здоровью ребенка. Педагогу необходимо быть очень осторожным даже в общении с таким подростком, т.к. одно неверное слово может серьезно навредить ребенку. С такими детьми проводится масса занятий, но не все зависит от психолога и социального педагога, огромную роль играет семья. И именно в семье может закрепиться результат, достигнутый колоссальным трудом педагогов.

Результаты применения социально - педагогических технологии в большей степени положительные. Классные часы и групповые игры, сплачивают школьный коллектив, способствует улучшению атмосферы в классе, среди учеников, подростки осознают значимость дружеских отношений, значимость жизни в целом, учатся планировать свою дальнейшую взрослую жизнь. Но, к сожалению, для детей-изгоев, испытывающих острое одиночество, и которые в большей степени подвержены психо-эмоциональной подавленности, необходима постоянная поддержка специалистов, занятия и тренинги полностью не «излечивают» подростка, и если ему постоянно не помогать, то в сложной ситуации он снова может сорваться и совершить много необдуманных поступков. Большее внимание должно уделяться работе именно с такими подростками, поскольку чаще всего в этих случаях создается угроза жизни и здоровью ребенка.

Итак, несмотря на огромное количество существующих технологий в теоретической литературе, на практике используются далеко не все. Однако положительный результат их применения свидетельствует о высокой

эффективности социально-педагогической работы в целом. Тем не менее, на наш взгляд, современным школам необходимо привлекать больший ресурс для создания базиса инновационных практик, поскольку проблема подросткового одиночества и как его следствие суицида нуждается не только в решении, но и активной профилактике. Кроме того, необходима разработка и внедрение программ «психологической поддержки детей» как на региональном, так и федеральном уровне.

Список литературы

1. Б. Миюскович «Одиночество: междисциплинарный подход» // <http://vispir.narod.ru/mius.htm>
2. Авторское исследование было проведено в 2 этапа. На первом этапе в 2010 году, мы провели анкетный опрос подростков в возрасте 12-17 лет общеобразовательной школы г. Саратова, с целью определить особенности переживания одиночества подростками и его возможные последствия. На втором этапе в 2011 мы провели 2 глубинных интервью с психологом и социальным педагогом общеобразовательной школы г. Саратова. С целью выявить особенности применения социально-педагогических технологий в современной Российской школе.
3. Симеонова Л. Человек рядом. М., 1989.
4. Астахов П. // <http://ria.ru/spravka/20120220/570313334.html>
5. М.В.Шакурова Методика и технология работы социального педагога// учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений - М.: Издательский центр «Академия», 2007.- С 11.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

А.В. Антонова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

В условиях увеличения потоков информации вырабатываются новые приемы для привлечения и удержания внимания зрителя и читателя, новые способы определения именно своей аудитории. Современный человек находится в сложноорганизованном информационном пространстве, получить необходимые сведения теперь - не проблема, однако, с другой стороны, возникает проблема отсеивания лишнего, ненужного. Рассмотрим видоизменение таких приемов на примере телевидения.

Стоит отметить, что специфика телевизионных жанров связана с возможностью одновременности показа события и его восприятия. Специфична также сфера взаимодействия средства массовой коммуникации с аудиторией: от партнерской, субъект-субъектной до воздействующей, субъект-объектной.

Как известно, принято выделять три группы жанров: информационную, аналитическую и художественную. Для каждой группы характерны свои наборы приемов и методов подачи информации, сложившихся под влиянием

потребностей аудитории и политики государства в определенных исторических периодах нашей страны. Поэтому, стоит помнить, что застывшая жанровая схема будет несостоятельной по отношению к постоянно развивающейся системе форм деятельности телевидения. Диффузия жанров характерна для любой публицистики, однако на телевидении этот процесс протекает гораздо быстрее и нагляднее. Например, появление жанра ток-шоу, который берет свое начало от интервью и уже явно закрепившиеся в этом жанре элементы другого жанра – жанра журналистского расследования (примером такой передачи может быть «Пусть говорят»).

Особым, интересным явлением стало появление авторских программ, которые по сути своей стоят на стыке жанров. Главная особенность таких программ состоит в ориентации акцента на личность ведущего и его гостей, если они предполагаются (например, ряд программ Леонида Парфенова). В этом случае, аудиторию привлекает именно ведущий и создатель, его мнению и выбору тем передач зрители доверяют.

Такие программы можно разделить на несколько групп, в зависимости от главного акцента: на ведущем, на госте, на теме передачи и общественном мнении и, наконец, акцент на диалог ведущий-гость или гость-гость. Такие акценты жестко связаны с функциями и типами передач. Например, серьезная аналитическая программа использует приглашенную в студию звезду для привлечения аудитории к социально-важной теме. И, наоборот, развлекательная программа может заявить серьезную тему, но лишь для привлечения внимания к отдельному человеку или группе и установлению этой группы людей контакта с аудиторией. Такая передача также будет использовать информационные и аналитические жанры, и по своей структуре и подаче будет выглядеть, как информационно-аналитическая, однако, в сущности, останется развлекательной или информационно-развлекательной.

Вот, что о смешении жанров пишет В.Б.Шкловский: «Мне кажется, чистых жанров вообще не существует. Правда, иногда какое-нибудь жанровое явление закрепляется как классическое, то есть канонизируется». И хотя, исследователь говорит о газетной журналистике, смешение жанров нельзя не распознать и на телеэкране, например, использование репортажа в интервью, что добавляет в разговор эффект присутствия. В свою очередь, в репортаже, информационном жанре, мы часто можем увидеть художественные образы. На примере репортажа была разработана теория «гибридизации» В.В. Ученовой. Ее работа отмечает приближенность репортажа к аналитическим жанрам, таким как очерк. «Осознавая и творчески осваивая процесс развития жанров, важно не терять из виду, что за внешне наглядными метаморфозами жанров происходит многомерное сочетание, пересечение и взаимодействие методов журналистского познания, репортерского поиска, приемов исследования, и именно в этих, спрятанных в глубине строки, взаимодействиях обнаруживаются многие «секреты» эволюции традиционных жанровых форм» [1].

Но в современной жизни, быстрой и требующей постоянный доступ к информации, к понятному и краткому изложению событий, жанры изменяются дальше, соответствуя потребностям нашего времени. Все эти телевизионные жанры, когда-то пришедшие из радио, печати и кино, теперь заимствуются в Интернет.

Новым преобразованием современных СМИ становится процесс конвергенции. Целые сети, взаимодействуя, обретают способность передавать информацию в реальном времени. Здесь, в сети смешиваются элементы уже не только телевизионных жанров, но и печатных и радиальных. Любая газета может обзавестись своим сайтом и уже здесь, статья может быть дополнена видеоинтервью, а телевизионный репортаж может быть дополнительно разъяснен в рецензии. Радиостанции создают слайдкасты и подкасты. При этом, нельзя сказать, что только телевизионные жанры влияют на жанры Интернет-журналистики, где появляются репортажи, очерки, видеосюжеты. Нет, этот процесс двусторонний. Например, на телевидении стал популярен жанр фрагмента фильма или программы, что так популярно в Интернете, или те же слайдкасты стали появляться на экранах телевизора, хотя являются одним из самых распространенных видов творчества пользователей всемирной сети.

Перемещается в телевизионное пространство и характерная для Интернета полиоконность (дробление экрана более чем на два самостоятельных окна в информационных выпусках, обилие специальных полей для текстовой информации). Отмечается, что «интернетизация» в программировании, дизайне, жанровой структуре в большей степени характерна для телеканалов, рассчитанных на «интернетизированную» аудиторию (музыкальные, информационные, деловые каналы). Каналы «большой тройки» пока сохраняют «консервативный стиль» [2].

Однако, в связи с сильной диффузией жанров, чаще становятся известны случаи несоблюдения законов жанров, а иногда и имитация того или иного жанра, вследствие чего аудитория не получит необходимой информации, а только видимость интервью или репортажа. При всей видимости размытых границ такого понятия, как «жанр», тип таких произведений складывается исторически и объективно существует, независимо от мнений исследователей и практиков.

Список литературы

1. *Ученова В.В.* Метод и жанр: диалектика взаимодействия //Методы журналистского творчества. М., 1982. С. 89.
- 2 Современное состояние и тенденции развития жанров тележурналистики // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика, 2011.- № 1. С. 73-81.

ВЕСТЕРНИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

А.С. Ахметова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Процессы глобализации способствуют формирования единого информационного пространства, что отражается на международных масштабах современных коммуникаций. При этом одной из наиболее популярных форм является телевидение. В последнее время на характер отечественного телеконтента все большее влияние оказывает процесс вестернизации, что способствует массовому проникновению на российский медиарынок зарубежных телепроектов. На сегодняшний день лидером в данной сфере являются США, хотя немаловажно влияние европейских стран.

Современное телевидение тиражирует, распространяет и популяризирует массовую культуру, вытесняя культурно-просветительские передачи из эфира. Отмечается расцвет телевидения в качестве индустрии развлечения. Этому свидетельствует авторское исследование, проведенное среди школьников г.Саратова. Рассматривая предпочитаемые школьниками виды телепрограмм было выявлено, что 81,3% респондентов выбирают музыкально-развлекательные телепрограммы, 12% - информационные, образовательным отдадут предпочтение только 4% старшеклассников. Массовость телевидения обуславливает ориентацию учащихся на так называемые облегченные формы телепроектов. При этом большинство телепередач развлекательного контента являются не оригинальными телепроектами, а аналогами. Данный процесс получил в теории масс-медиа название «глокализация», т.е. адаптация глобальных телепроектов к особенностям медиарынка конкретной страны.

В настоящее на российском телевидении существует огромное количество отечественных аналогов популярных зарубежных телепроектов. Рассмотрим такие молодежные телеканалы, изобилующие глокальными телепроектами, как ТНТ, СТС, MTV Россия и Муз-Тв. Согласно полученным данным рейтинг популярности представленных телеканалов выглядит следующим образом: ТНТ – 80%, СТС - 72%, MTV - 59% и Муз Тв - 38 %.

При конкретизации передач, на телеканале ТНТ среди наиболее популярных были выявлены «Comedy Club» (34%) и «Наша Russia» (27%). Так, «Comedy Club» является аналогом шоу, имеющим широкую популярность в США. Российская адаптация сохраняет основную идею проекта - шутка может быть провокационной, оскорбительной, обидной, главное она должна быть смешной, а значит, привлекать аудиторию. При этом «Comedy Club» считается одним из самых прибыльных проектов на отечественном телевидении. Телепрограмма «Наша Russia» является аналогом британского скетч-сериала «Little Britain». Также как и оригинал «Наша Russia» - это зарисовки, отражающие особенности менталитета населения Великобритании и России. Образы героев шоу гиперболизированы и представлены в юмористическом ракурсе, всех персонажей играют только

два актера.

Из сериалов наиболее популярными на телеканале ТНТ становятся: «Универ» (68%), «Интерны» (55%), «Счастливы вместе» (42,7%). Телесериалы «Универ» и «Интерны» считаются оригинальными российскими телепродуктами. Хотя и здесь можно провести параллель с популярными западными телесериалами. Так, сериал «Универ» сравнивают американским комедийным телепроектом «Друзья». В сюжете не особо акцентируется внимание на месте работы или учебы главных персонажей, на первый план выступают взаимоотношения героев и т.д. Что касается телесериала «Интерны», то его можно сопоставить с такими американскими сериалами как «Доктор Хаус» и «Клиника. Комедийный ситком «Счастливы вместе» является явной российской адаптацией популярного американского телесериала «Женаты... с детьми». Данный жанр весьма популярен на Западе. Телесериалы не имеют строгой сюжетной линии и являются классической комедией положений.

Вторым по полярности среди старшеклассников становится телеканал СТС. На данном телеканале наиболее востребованной телепрограммой является «Галилео» (48%), представляющая собой синтез образовательной и развлекательной телепрограмм. Это российский вариант одноименной немецкой телепередачи «Galileo». Наиболее просматриваемые сериалы на СТС - «Воронины» (25,5%) и «Маргоша» (25%). Так, «Воронины» - аналог американского сериала «Все любят Рэймонда». Сюжет сериала трансформирован, хотя основа остается неизменной. Сериал «Маргоша» - ремейк аргентинского телесериала «Лалолола». Однако, начиная со 151-й серии «Маргоша» - оригинальный российский сериал.

Что касается телеканала Муз Тв, то здесь школьники выбирают хит-парад звезд «Звезды зажигают» (14%) и реалити-шоу «Топ-модель по-американски» (8,7%). Телепроекты имеют аналоги на российском телевидении, однако они менее популярны среди школьников. Наиболее просматриваемым сериалом на Муз ТВ является «Сплит. Тайна крови» (7%). Это молодежный сериал израильского производства, повествующий о сложных взаимоотношениях между вампирами и людьми. Данная тематика телесериалов и фильмов резко возросла после выхода трилогии «Сумерки».

Наиболее просматриваемыми телепрограммами на телеканале MTV являются американское танцевальное телешоу «Короли танцпола» (25,5%), реалити-шоу «Подиум» (19%). Оба проекта имеют невероятную популярность в мире, и в России в том числе. Среди сериалов на MTV наибольшей популярностью пользуются «Клиника» (31,5%) и «Южный парк» (22%). «Клиника» является одним из самых популярных среди школьников телесериалов американского производства. «Южный парк» - знаменитый американский мультсериал, позиционирует себя как мультфильм для взрослых.

Представленные данные свидетельствуют о преобладающем интересе школьников к телепроектам, созданных по западному образцу. Причем лидером в этой области являются США, также следует отметить такие

страны как Великобритания, страны Латинской Америки, Германия. Тем не менее, доминирующие позиции принадлежат Голливуду. Фабрика грез является активным пропагандистом ценностей глобализации: активность, мобильность, целеустремленность, творческое начало, личный успех, динамизм, а также прагматизм, соперничество, индивидуализм. Данные качества приветствуются и находят отклик среди молодежной аудитории. И способствует этому в немалой степени именно телевидение, превратившееся в средство массового развлечения, и пропаганды западного стиля жизни.

УРОВЕНЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ СТУДЕНТОВ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ

Бегина А.А.

Финансовый университет при правительстве РФ

Современные социокультурные изменения общества предъявляют новые требования к системе высшего образования. Провозглашенное основным социальным институтом, оно не только способствует становлению и развитию новой социокультурной реальности, но и постоянно трансформируется, изменяя свои функциональные, структурные, институциональные, организационные, идеологические, ценностные характеристики. Требования современного общества во всем мире вызвали масштабные процессы модернизации высшего образования, которые затрагивают мировую систему высшего образования в целом.

Особое внимание к экономическому образованию вызвано тем, что в значительной мере проблемы экономики сегодня связаны с проблемами экономического образования, финансовой культуры населения. Принято считать, что профессиональная деятельность экономиста связана с анализом конкретного фактического материала, цифр. Но если заглянуть глубже, то станет ясно, что профессионал-экономист должен видеть за анализируемой информацией людей, их взаимоотношения, конкретные события и действия. В силу этого проблемы образования без активного включения экономической, финансовой грамотности как части общего социокультурного капитала управленческого вузовского менеджмента, преподавателей, студентов решить невозможно. И начинать надо с новых образовательных программ развития финансовой культуры, в которых в качестве обязательных условий необходимо учесть взаимодействие экономического образования и социального развития. Это взаимодействие выражается в широкой гуманитаризации экономического образования и включения компонентов финансовой грамотности – в гуманитарное образование. Сама по себе рыночная экономика заинтересована в финансово образованных людях, без которых невозможно обойтись, если ориентироваться на устойчивое развитие экономики нашей страны.

Пласт проблем, связанных с необходимостью повышения экономической культуры и повышения финансовой грамотности студентов, представленных в работе, позволяет глубже понять потребности студентов и общества в данной области высшего образования. Степень интереса к получению новых знаний, причем по всем компонентам финансовой грамотности зависит от уже достигнутого уровня: чем больше студенты знают, тем чаще говорят, что хотели бы знать больше. Таким образом, нужно учитывать, что для программ, разрабатываемых для нулевого изначального уровня финансовой грамотности, необходимо в большей степени использовать методики, направленные на формирование и поддержание интереса к данной теме, нежели чем передаче большого объема знаний и информации. Знания и информация будут чаще востребованы на более продвинутых уровнях финансового ликбеза.

Согласно результатам всероссийского опроса «Финансовая грамотность студентов российских вузов», который был проведен в 2010 году группой компаний Центра финансовых технологий по заказу Всемирного банка методом группового анкетирования (Было опрошено 4794 студента в 7 федеральных округах) за введение отдельного предмета по финансовой грамотности высказалась треть студентов, 57% предпочли бы обучаться финансовой грамотности в рамках существующих предметов или на факультативных занятиях. Только 7% студентов полагают, что финансовое просвещение в вузах вообще не нужно.

Интерес к финансовой тематике со стороны студентов весьма высок - по всем предложенным темам более половины студентов в той или иной степени заинтересованы в получении дополнительной информации. При этом в наибольшей степени востребована информация, касающаяся защиты прав потребителей финансовых услуг и защиты от рисков при их пользовании. На втором месте оказалась группа тем, связанная со знанием того, как и где искать информацию о финансовых услугах и как ее отличить от рекламы, какими налогами облагаются доходы граждан. В этой же группе оказались темы, отражающие довольно высокий интерес студентов к страхованию, налоговой системе, пенсионной системе и фондовому рынку. В конце же списка оказались формулировки, связанные с описаниями таких услуг, как банковские счета и вклады, потребительский кредит, кредитные карты, а также кредитные бюро. Таким образом, предмет финансовой грамотности (в виде отдельного курса или факультатива) в вузах должен носить проблемно ориентированный, а не описательный характер.

Важной установкой, препятствующей развитию финансовой активности молодежи, является недоверие населения финансовым институтам. Преодоление такого отношения необходимо через убеждение в том, что существование данных институтов является нормой для любого современного общества, неотъемлемым и функциональным элементом рынка. Поэтому в ходе экономической социализации важно сосредоточиться в первую очередь на формировании установок и базисных знаний и навыков на финансовом рынке, финансового минимума, причем делать это через

информирование о моделях поведения, рассчитанных на удовлетворение определенной потребности. Необходимые знания должны включать: понятие риска и доходности, дисконтирования, инфляции, понимание различий между реальным и номинальным измерениями, наличными и безналичными платежами, принципы и схемы функционирования финансового рынка, понимание природы и функций финансовых институтов, инструментов, азы юридической и налоговой грамотности, понимание границ ответственности финансовых институтов перед клиентами и клиентов перед финансовыми институтами, владение минимальным финансовым словарем и т.п.

Необходимые навыки: умение искать и находить информацию о рынке, привычка следить за основными показателями рынка, умение читать договор и понимать содержащуюся в нем информацию, сравнивать между собой предложения различных компаний, умение подавать претензию или жалобу в том случае, если его права нарушены и т.п. Необходимо сформировать привычку следить за событиями на финансовом рынке, например, за уровнем процентных ставок по кредитам и депозитам, стоимостью страховых продуктов и т.п., развивать навык чтения договоров и понимания смысла написанного.

Государство помимо выработки целей программы и способов их достижения призвано стать организатором публичной дискуссии по этой теме; следить за тем, чтобы программы повышения финансовой грамотности не свелись к рекламным и маркетинговым действиям по продвижению продуктов и привлечению клиентов; наладить сбор и анализ информации, например, по тем жалобам от населения, которые поступают в организации, контролирующие и регулирующие финансовые рынки; совершенствовать законодательную базу для того, чтобы недобросовестные участники не имели возможности предоставлять финансовые услуги населению; проводить политику повышения прозрачности работы финансовых институтов: раскрытие информации, унификация договоров. Повышение финансовой грамотности обязательно должно сопровождаться как повышением прозрачности финансовых институтов, так и доступности информации об их услугах, сравнимости условий по различным продуктам. Необходим закон о финансовых услугах, который бы определил правила поведения любой компании, предлагающей товары и услуги населению с предоплатой.

РОЛЬ ЛИЧНЫХ ФАКТОРОВ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Н.И. Безверхова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

К личным факторам относятся внешние характеристики индивидов, такие как возраст, род занятий, экономическое положение, тип личности [1]. С изменением этих факторов (человек взрослеет, меняет свой характер, положение в обществе и т.д.) изменяются и его потребности.

Личные качества, которые присущи только конкретному человеку, определяют его склонности, мотивы и особенности поведения в разных ситуациях. Основными качествами (элементами) личности считаются направленность, способности, психологический темперамент, характер. Эти качества находятся под влиянием индивидуальных особенностей людей, положения человека в окружении, специфики отношений с руководителями и подчиненными, а так же, что немаловажно, от принадлежности к мужскому или женскому полу. Работники-мужчины и работники-женщины существенно отличаются друг от друга. Так, например, у них разные способы преодоления тех или иных препятствий: работники-мужчины чаще всего используют в трудных ситуациях свой интеллект и силу, женщины же опираются на свою хитрость и ловкость. Если мужчина склонен строить долгосрочные планы, рассчитывать на долгосрочную перспективу, то женщина предпочитает конкретно гарантированный результат, «здесь и сейчас» [2].

В управлении персоналом так же необходимо учитывать личные факторы того или иного кадра. Управление персоналом - это одна из важнейших составляющих частей современного менеджмента; это система идей и приемов эффективного построения и управления организациями и проектами. Поэтому еще при приеме на работу работодатель должен выявить у потенциального сотрудника его личные качества и склонности. Существуют 3 метода сбора информации, которая требуется для принятия решения при отборе персонала:

1. Испытания.

Разработано много видов различных испытаний, помогающие предсказать, насколько эффективно кандидат сможет выполнять конкретную работу, предусмотреть оценку психологических характеристик, таких как уровень интеллекта, заинтересованность, энергичность, откровенность, уверенность в себе, эмоциональная устойчивость.

2. Центры оценки.

В центрах оценивают способность к выполнению связанных с работой задач методами моделирования. Один из методов, так называемое упражнение «в корзине для бумаг», ставит кандидата на роль управляющего. Он должен принимать решения, обращаться в письменной форме с подчиненными, наделять полномочиями, проводить совещания. Кандидатов оценивают по таким характеристикам, как умение выступать, настойчивость, навыки межличностных отношений.

3. Собеседование.

Собеседование, на сегодняшний день, является самым широко применяемым методом отбора кадров. Даже работников неуправленческого состава редко принимают на работу без хотя бы одного собеседования. Подбор руководителя высокого ранга может потребовать несколько собеседований, которые могут занимать несколько месяцев [3]. Вместе с тем, существует ряд проблем, снижающих эффективность собеседований, такие как принятие решения о кандидате на основе первого впечатления без учета сказанного в остальной части собеседования, а так же оценивание кандидата

в сравнении с лицом, с которым проводилось собеседование непосредственно перед этим [4].

Таким образом, чтобы сделать труд принятого работника как можно более производительным, ему нужна профессиональная ориентация и социальная адаптация в коллективе. Если руководство заинтересованно в успехе работника на новом рабочем месте, оно должно всегда помнить и не забывать о том, что организация – это общественная система, а каждый работник – это личность. Когда новый человек приходит в новую для него организацию, он приносит с собой ранее приобретенные опыт и взгляды, которые вписываются или не вписываются в новые рамки. Если руководитель не прилагает активных усилий для организации адаптации новых подчиненных, последние могут разочароваться из-за несбыточности своих надежд и могут посчитать, что в поведении следует руководствоваться опытом, приобретенным на прежней работе, или прийти к другим неправильным заключениям о своей работе. Например, если последний босс нового работника предпочитал общаться только путем переписки, работник будет продолжать считать, что ему лучше послать бумагу, чем рассказать о чем-то по телефону, хотя его новый босс на самом деле предпочитает устное общение.

Наставления со стороны старших по должности представляют собой дополнительные методы адаптации работников в коллективе. В ходе неофициального общения новые работники могут узнать неписанные правила организации, то есть, кто обладает реальной властью, каковы реальные шансы на продвижение по службе и рост вознаграждения, какой уровень производительности считают достаточным коллеги по работе [5].

Исходя из вышеизложенного, следует вывод: к каждому работнику нужен свой собственный подход, ведь не существует определенной разработанной стратегии поведения работодателя, которая подходит к каждому человеку. Необходимо учитывать их личные характеристики, присутствие или отсутствие лидерских качеств, психологический темперамент, склонности, скорость адаптирования к коллективу и др. Этим нехитрым способом и повышается эффективность работы персонала.

Список литературы

1. Панова Л.А. «Маркетинг» http://fmi.asf.ru/Library/Book/Panova/G8_2.html
2. Статья «Женщины на рынке труда», журнал "Новые рынки" № 3, 2002,
3. Шекшня С.В. Управление человеческими ресурсами в России и СНГ: сегодня и завтра//Управление персоналом, 2008;
4. Аксенова Е.А. Управление персоналом., 1998
5. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента; Дело, 1999 г.

ФАКТОРЫ РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДОЙ ЛИЧНОСТИ

В.Г. Бирючева

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

В настоящее время каждый человек, так или иначе, стремится выделиться из толпы, каждый хочет подчеркнуть свою индивидуальность и неповторимость. Среди нас есть такие люди, которые достигают этого за счет своего творческого потенциала. Творческий потенциал может рассматриваться как имеющиеся у человека способности или как творческая характеристика личности. Проблема реализации творческого потенциала молодой личности очень важна и актуальна в наше время. От ее изучения зависит понимание механизмов развития, как человека, так и всего общества. Ведь творчество – одна из важнейших форм обновления мира, а воплощение в жизнь человеческих способностей – залог успешного развития общества. В свете этой значимости становится все более очевидным, что данная проблема еще недостаточно изучена.

Изучением творческого потенциала личности занимались в различных сферах науки: психологической [1], педагогической [2], культурологической [3] и даже нейрофизиологической [4]. Однако социальная сторона творческого потенциала, а именно его реализации в обществе, изучена недостаточно.

Стремление к индивидуальности – главный фактор, определяющий источник творческой активности человека, его силу и особенности. Не последнее место в культивировании этого источника имеют социокультурные условия (семья, ближайшее окружение, школа, конкретный социум, престиж профессии). Каждый человек стремится реализовать себя в жизни, выбрать тот путь, на котором ему будет комфортно не только духовно, но и материально. Такой выбор стоит перед каждым молодым человеком. Однако людям, имеющим творческий потенциал, к примеру, художественные или писательские способности, подобный выбор дается тяжелее. Ведь реализация данных талантов редко имеет достойную оплату. Поэтому зачастую приходится выбирать между самовыражением в творческой деятельности и хорошо оплачиваемой работой. Выбор зависит в первую очередь от личностных характеристик человека и от влияния каких-либо внешних условий (например, денежной необходимости).

Рассмотрим тот вариант, при котором человек обладает исключительным даром и воспринимает его как смысл жизни. В таком случае, если он предпочитает материальное благополучие самореализации в творческой деятельности, то это может негативно отразиться не только на качестве его работы, но и привести к неудовлетворенности жизнью в целом. Неудовлетворенность жизнью – это потеря жизненных целей, утрата ценностей и как следствие – девиантное поведение. Иными словами,

неправильно сделанный выбор влечет за собой отрицательные последствия не только для самого человека, но и для общества.

Поэтому изучение данной проблемы не только весьма важно и актуально в настоящее время, но и необходимо. Также существует необходимость проведения социологического исследования с целью выявления факторов, влияющих на реализацию творческого потенциала. Для прогрессивного развития современного общества нужно, чтобы каждый его член был занят своим делом, чтобы каждый воплотил в жизнь заложенный в нем потенциал.

Список литературы

1. *Богоявленская Д.Б.* Психология творческих способностей: Учебное пособие для студентов ВУЗов. - М., Академия, 2002
2. *Лук А.Н.* Мышление и творчество. М., Педагогика, 1976
3. *Иконникова С.Н.* История культурологии: идеи и судьбы.- СПб., 1996.
4. *Симонов П.В.* Созидающий мозг. Нейробиологические основы творчества. М., 1993.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СТЕПЕНЬ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СТУДЕНТОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА, СВОИМ ОБРАЗОВАНИЕМ

А.Н. Бисамбиева

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Во все времена актуальным среди студенческой молодежи был вопрос о трудоустройстве специалистов с высшим образованием, более остро эта проблема затрагивает студентов, получающих высшее гуманитарное образование. Т.е. гуманитарий, выходя за пределы родного и любимого учебного корпуса, вдруг понимает «А для чего же я здесь учился?», после этого начинается поиск путей решения данной проблемной ситуации. Путь первый – возвращение в привычный и до боли знакомый корпус, для продолжения научной деятельности, либо преподавательской деятельности. Путь второй – поиск не самой достойной профессии для человека с высшим образованием. Путь третий – работа, совершенно-несвязанная с квалификацией, прописанной в дипломе, и т.д. Что и послужило причиной для изучения мнения студентов социологического факультета, которые являются непосредственными представителями гуманитарной стези, о перспективах социологического образования.

Исследование проводилось среди студентов социологического факультета СГУ им. Н.Г. Чернышевского 1-4 курсов, обучающихся на дневном отделении, в мае 2011. Выборочная совокупность составляет 100 респондентов. Также в исследовании приняли участие представители всех специальностей, выпускаемых на факультете, а именно: Социология – 28,2%,

Государственное и муниципальное управление (в дальнейшем ГМУ) – 15,4%, Регионоведение – 19,2%, Организация и работа с молодежью (в дальнейшем ОРМ) – 21,8% и Прикладная информатика в социологии (в дальнейшем ПИВС) – 15,4%.

Итак, следует начать с причин, подтолкнувших студентов-социологов к выбору ими данного факультета. Основными причинами стали: совет родственников/знакомых (38,5%), специальности, выпускаемые на факультете, престижны (21,8%), выбор родителей (12,8%); менее популярные ответы: наличие целевого направления и единственное место, куда прошел по конкурсу (по 7,7%), а также мечта со «школьной скамьи» (5,1%). Из этого следует, что на мнение выпускников при выборе будущей профессии в большей мере влияют внешние факторы (социальное окружение, престижность профессии).

При выяснении мнения респондентов о востребованности специальностей, выпускаемых на факультете, были получены следующие данные. Студентов, считающих, что их специальность сейчас востребована, в исследовании приняло участие 2,6%. 35,9% респондентов придерживаются мнения о том, что найти работу возможно, но приложив небольшие усилия. Участников исследования, которые считают, что это сложно, 39,7% принявших участие в опросе. 10,3% студентов оказались совершенными пессимистами, которые ответили, что специальности совершенно не востребованы. 11,5% респондентов затруднились с ответом на данный вопрос.

Причем данное мнение различается в зависимости от курса респондента. Так, студенты-первокурсники считают, что работу можно найти, но приложив небольшие усилия (64,3%). Второкурсники менее позитивно настроены и для них найти работу по специальности сложная задача (66,7%). 40,7% студентов третьего курса считают, что работу найти сложно. Четверокурсники разделяют их мнение о востребованности профессии на рынке труда, их 40% из числа опрошенных. Исходя из полученных данных можно утверждать о том, что чем старше курс респондента, тем пессимистичнее мнение о трудоустройстве после окончания ВУЗа.

На мнение студентов оказывает влияние не только курс обучения, но и специальность. Исходя из этого, большинство представителей специальности социология (45,5%) считают, что работу найти возможно, но приложив усилия. Управленцы (ГМУ) разделились на два лагеря с одинаковым процентным соотношением (по 33,3%) одни разделяют мнение социологов, другие - считают, что работу найти сложно. Регионоведы полностью солидарны с управленцами, также по 33,3% на два лагеря. Для большинства представителей ОРМ (58,8%) найти работу будет сложным испытанием. Представители ПИВСа (41,7%) считают, что устроиться на работу можно, если приложить небольшие усилия. Таким образом мнение специалистов-социологов об их трудоустройстве является самым оптимистичным, а самым пессимистичными являются представители ОРМ.

Итак, исходя из полученных данных, можно утверждать о том, что студенты социологического факультета видят свое профессиональное будущее не в радужных тонах и если взглянуть на эту ситуацию здраво, то социологам на рынке труда приходится нелегко. На это влияет их неосознанность при выборе специальности, т.к. выбор остается за социальным окружением и, к сожалению, осмысленность выбора приходит только на старших курсах.

РОЛЬ СЕТИ ИНТЕРНЕТ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ ПОКОЛЕНИЙ

Е.А. Близникова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Так как интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни, то проблема вреда или же необходимости интернета в жизни общества становится довольно острой на сегодняшний день. Поэтому, пока не выяснится как именно интернет влияет на общество, сложно говорить о полном раскрытии его возможностей. Первоначально, сеть Интернет(ARPANET) была создана для военных целей для надежного обмена информацией между отдаленными компьютерами. Но со временем эти технологии, как и многие другие военные разработки, стали доступны и остальной части общества. Однако у Всемирной сети есть как положительные качества, которые внесли неоценимый вклад в развитие общества, так и негативные черты. На данную тему было проведено исследование [1] о проблеме интернет-аддикции в современном обществе, которое показало, что в 2011 году Россия, по числу пользователей интернета заняла первое место в Европе (50,81 млн чел.), далее следуют Германия(50,14 млн чел) и Франция(42,35 млн чел). Растущая аудитория Сети параллельно сопровождается и ростом интернет-зависимых. В Южной Корее даже были зафиксированы случаи смертельных исходов в следствие интернет-зависимости, помимо этого, 12,4% подростков и 5,8% взрослого населения этой страны страдают различными степенями данного заболевания [2]. По данным российских исследователей 34,7% опрошенных тратят на интернет в день от двух и более четырех часов, что подтверждается результатами исследований [3]. Это ведет, по мнению исследователей, и мы разделяем их позицию, к повышению уровня нейротизма [4]). Не менее отталкивающими чертами интернета являются реклама(63,5%) и спам (52,7%).

Целью авторского исследования было выявление особенностей использования сети Интернет представителями младшего и старшего поколений [5]. Мы выяснили, что больше половины респондентов, являющихся пользователями интернета, считают Глобальную сеть не самым значимым ресурсом в жизни. Как показали результаты анкетирования, 53% опрошенных, при отключении интернета с легкостью найдут другое дело,

причем таких большинство в обеих группах респондентов. Что говорит о низкой вероятности развития интернет зависимости.

Не смотря на относительно давнее проникновение сети интернет в нашу жизнь, чуть больше половины респондентов не готовы отнести себя к продвинутым пользователям. Лишь треть опрошенных владеют профессиональными навыками.

Большинство респондентов считают доступность почти любого типа информации полезным приобретением для нашей эпохи. Так же, к положительным чертам интернета, респондентами были отнесены быстрый поиск работы(14,5%), возможность поиска людей(23,7%), возможность приобрести эксклюзивные товары(9,2%), развитие логически правильного мышления(14,5%), возможность приобрести дешевые товары(1,3%) и глобализация как возможность связаться по спутнику практически с любой точкой Мира(1,3%).

Выдвинутая нами гипотеза о том, что самым популярным устройством для выхода в интернет является персональный компьютер, подтвердилась. Им пользуются 76,6% респондентов, а более современными устройствами пользуется лишь малая часть опрошенных.

Сеть интернет, как для представителей младшего, так старшего поколений, является достаточно востребованным и популярным ресурсом. Причем и те и другие отмечают как негативные, так и позитивные стороны его использования. К числу самых важных достоинств относят доступность любого типа информации и возможность коммуникации на больших расстояниях. А самой опасной негативной чертой является высокая степень зависимости от сети Интернет, что в последствии может отрицательно сказаться на здоровье.

Мы солидарны с позициями большинства наших респондентов и считаем, что не смотря на все преимущества интернета, нельзя пренебрегать существующими опасностями, здесь, как и во всем, нужно знать меру!

Список литературы

1. Исследование студентки Тульского государственного педагогического университета им. Л.Н.Толстого Бакаловой К.А. «Проблема интернет-аддикции в современном обществе»

2. <http://www.infomaniya.ru/news/2099.html>

3. «Исследование влияния социальных интернет-сетей на личностную изменчивость в юношеском возрасте в условиях полиэтничного региона» Белашева Ирина Валерьевна, Чернова Анна Александровна Кандидат психологических наук, доцент кафедры клинической психологии; студентка 5 курса факультета психологии специальности «клиническая психология» ГОУ ВПО «Ставропольский государственный университет», факультет психологии, г.Ставрополь, Россия.

4. <http://vocabulary.ru/dictionary/16/word/neirotizm> (свойство человека, характеризующееся его повышенной возбудимостью, импульсивностью и тревожностью)

5. В рамках исследования было опрошено 50 респондентов пенсионного возраста (от 55 лет женщины и от 60 мужчины) и 50 человек от 18 и до 30 лет методом анкетирования.

ИНТЕРНЕТ-УБИЙЦА

М.В.Богославская, Ю.М.Журбина

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова

Известно, что не так уж давно всех шокировала новость о детских смертях, и не просто смертях, а суицидах. Много говорилось об этом на телевидении, в газетах. И сейчас большинство уверено в том, что причиной этому служат социальные сети. Мы бы хотели разобраться в этом и выявить насколько интернет отрицательно сказывается на жизни молодежи и подростков.

Несомненно, вред от интернет-сервисов социальных сетей есть. К этому выводу уже пришли все, кто только можно: психологи, ученые исследователи, аналитики, маркетологи и т.д.

Выделим некоторые из недостатков интернета.

Потеря времени. Некоторые одаренные индивидуумы умудряются тратить все свободное время на социальные сети. Время, которое можно было направить в более продуктивное русло, чем просиживание штанов за просмотром чужих фотографий, комментированием видео и фанатичным обновлением страницы, в надежде на то, что кто-нибудь написал вам сообщение или откомментировал вашу фотографию. А не лучше бы встретиться поговорить или же, на крайний случай, позвонить. Время, проведенное в социальных сетях, будет безвозвратно и бесполезно утрачено.

Потеря денег. Некоторые умудряются тратить деньги на всякую чушь, типа подарков, голосов и прочего бреда в социальных сетях. Проводя много времени в социальных сетях, мы теряем и потенциальный доход. Чем зарабатывать в играх виртуальные деньги, можно делать работу, которая принесет реальные деньги.

Деградация. Если раньше говорили, что телевизор отупляет, то теперь-то же можно сказать и про интернет: многие люди, с гордостью заявляющие что не смотрят телевизор, оказываются, например, жертвами “Одноклассников”, “Вконтакте”, и т.п. соцсетей.

Поиск информации в Интернет снижает степень необходимости применения человеком творческого мышления, не заставляет его размышлять над искомой проблемой. Все очень просто, достаточно рассмотреть процесс написания рефератов школьниками в школах в 80-х годах и сегодня. Раньше школьники писали рефераты от руки, на белых листах бумаги, проводили анализ литературы, отбор материала, решали, что стоит включить в реферат, а что будет излишним. В процессе написания реферата проводилась серьезная работа, включающая в себя умственный процесс – школьник делал определенные умозаключения. А сейчас зачастую многие ученики даже не считают необходимым проверить наличие грамматических ошибок, сдавая скачанный и распечатанный реферат.

Компромат, досье. С развитием социальных сетей, можно собрать досье практически на любого человека. Посмотрите, что многие пишут в

личную информацию: место работы, место учебы, телефон, кто-то даже умудряется написать адрес, но это надо вообще быть сверхнаивным человеком. Причем такую информацию можно использовать в самых разных целях, как вы понимаете.

Знакомства через социальные сети. В чем вред знакомства через социальные сети? В общем, вреда особого нет. Разве что есть вариант нарваться на насильника, мошенника, маньяка или педофила.

Вред от мошенников в социальных сетях. От работодателей до продавцов несуществующих товаров – все категории мошенников есть в социальных сетях. Люди, пытаясь сэкономить свое время, заказывают товары по интернету, а тем самым, попадаясь на уловки мошенников, тратят свои деньги! Вместо того, чтобы лежать на диване и ждать доставки 2-3 дня, можно просто не полениться, сходить в магазин и выбрать то, что тебе нужно.

Влияние на здоровье человека. Данное негативное влияние оказывает не только интернет, но и непосредственно работа на компьютере. Чрезмерное пребывание у компьютерного монитора может вызвать у человека разнообразные болезни органов зрения. Когда человек долго находится у монитора компьютера, он моргает гораздо реже. Это может послужить причиной усиливающейся за время работы сухости глаз, что послужит ухудшению четкости зрения. Также нарушается функциональность опорно-двигательного аппарата.

Хотелось бы закончить тем, с чего начали. Что, прежде всего, социальные сети вредят психологическому здоровью! Все эти статусы, картинки, видео с намеками на самоубийство, заставляют детей задуматься. Они начинают накручивать себя... Вспоминают свои проблемы и думают, что выхода нет... Это подталкивает их на решение проблемы более проще – суицидом. «ВКонтакте» даже есть группы, в которых подростки, думающие о самоубийстве, объединяются для обмена информацией. Они обсуждают способы суицида, обсуждают свои проблемы, но самое шокирующее то, что они знакомятся для того, чтобы умереть вместе [1].

Основная причина детских самоубийств – это изменение социальных ценностей. В советское время при всех минусах тоталитарного коммунистического режима государство заботилось о детях с малых лет. Были октябрята, были пионеры, был комсомол. И какая бы ни была идеология, дети были вовлечены в какую-то творческую созидательную деятельность доступную им по возрасту. Различные клубы были, дворцы пионеров [2].

Даже взять наше детство: мы в возрасте 11-15 лет даже не знали о понятии «суицид». У нас были другие увлечения, большее время проводили на улице: играли, гуляли, зимой ходили на горки, летом – на речку. И нам было это интересно! А что самое главное – полезно для растущего организма. Поэтому стоит задуматься, что лучше: просидеть за компьютером все свое свободное время, прочитать кучу грустных, депрессивных статусов, или же

провести это время в пользу себе – погулять, встретиться с друзьями, порадоваться. И прежде всего мы сами должны об этом задумываться!

Список литературы

1. Телепередача «Пусть говорят» от 22.02.2012г.
2. Цитата Главы Центра правовой и психологической помощи в экстремальной ситуации Михаила Виноградова на сайте интернет-газеты «ДНИ.РУ».

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

М.В. Богославская, А.А. Хамова

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова

Каждый из нас – объект воздействия. Многомиллиардные вложения в рекламу и «паблик рилейшн» имеют единственную цель: воздействовать на решение потребителя отдать деньги за тот или иной товар. Как ни избегаем мы навязчивых торговцев, как ни стараемся выключить телевизор или отойти от экрана во время рекламных вставок, факты неумолимы: если деньги продолжают вкладывать, значит, они работают. Попробуем хотя бы частично разобраться, как именно.

Многообразие психологических средств воздействия можно условно свести к двум формам: прямое и косвенное. Прямое воздействие использует в основном рациональные аргументы; оно эффективно для заинтересованной аудитории или потребителя, который склонен потратить время и силы на анализ представленных ему соображений, и для достаточно важной информации.

Косвенное воздействие используется для незаинтересованной аудитории или потребителя, не склонных обращать особое внимание на представленную ему информацию и аргументы.

Приемы манипулирования особенно эффективны при личном контакте с потенциальным покупателем. Вот лишь несколько из популярных манипуляций, используемых для их обработки [1].

Манипуляция благодарностью - основана на естественном стремлении человека как-то отплатить за то хорошее, что ему предоставляют.

Манипуляция социальным приемом - основана на нашей склонности поступать так, как другие люди.

Манипуляция благорасположением - основана на тенденции соглашаться с теми, кто нам нравится.

Манипуляция упущенной возможностью- связана с тем, что ценность предлагаемого увеличивается, если оно оказывается или может оказаться недоступным.

Примеры подобных манипуляций можно множить и множить.

Основной принцип эмоционального воздействия рекламы заключается в том, чтобы создать ассоциативную связь между рекламируемым товаром и положительными эмоциями; связь оказывается действенной, даже если на уровне логики и рассуждений она абсурдна – для «логики эмоций» это несущественно. Рассмотрим основные варианты ее создания [2].

1. Создание ассоциации между рекламируемым товаром и значимыми ценностями. Приведем примеры ценностей, которые чаще всего «эксплуатируются» в рекламе.

- Успех у противоположного пола, появление сексуально привлекательного человека,
- Престиж и статус,
- Семейное благополучие, счастье близких, особенно детей,
- Привлекательная внешность, мужественность/женственность,
- Успешная карьера,
- Веселье, радость, развлечения,
- Успех у знакомых и сверстников,
- Удача, везение,
- Психологический и физический комфорт, удовольствие.

2. Создание ассоциации между рекламируемым товаром и возможностью избавления от боли, отрицательных эмоций, неприятностей. Этот прием, применяемый в рекламе лекарств и косметических средств, встречается и в других случаях.

3. Создание положительных эмоций самим сюжетом рекламного ролика. В рекламе данного типа, в отличие от первого, рекламируемый товар может стать источником неприятностей (например, нападение разъяренного быка или попадание на арену с тиграми), казусов и т.п. Основой для позитивного отношения к товару является удовольствие от самого процесса просмотра рекламы.

Менее всего реклама бывает действенной, когда она подается в качестве только информативного средства. Например, сколько бы не предупреждал Минздрав о вреде курения, помещая сообщения об этом на пачках сигарет, написанные даже крупным шрифтом, это мало влияет на курильщиков, среди которых много врачей, лучше других осведомленных о пагубном воздействии табакокурения на организм человека.

Успешной будет такая реклама, которая предполагает воздействие на эмоциональную сферу покупателя, способствуя появлению у него положительных эмоциональных ассоциаций. Но просто позитивного настроения как такового, вызванного интересной привлекательной рекламой не достаточно, чтобы бренд стал популярен и востребован необходимо, чтобы эти приятные эмоции потенциального потребителя напрямую ассоциировались с конкретным продуктом, который предлагается рекламой. Например, грамотный подход к позиционированию российского шоколада «Вдохновение» теперь у многих людей вызывает ассоциации этого шоколада с миром искусства.

Собрав и изучив всю необходимую информацию о потребителе, рекламист определяет для воздействия так называемые мишени. Мишенями могут быть избраны чувство достоинства человека, материальная выгода, получение удовольствия, стремление к здоровью и так далее. То есть, нечто такое, что потребитель определит как значимое для себя. Сверхзадача разрабатываемого сюжета рекламы основывается на избранной мишени, показывая в привлекательной форме достоинства товара, способного удовлетворить потребность покупателя. Когда удовлетворение нужды ассоциируется в сознании человека с рекламируемым товаром, тогда появляется высокая степень вероятности того, что он купит такой товар.

В настоящее время реклама заняла серьезную нишу в сознании людей и развитии общества в целом. Появившись в нашей стране сравнительно недавно, она развивается мощными темпами, заполняя собой все пространство, начиная от всевозможных СМИ и встречаясь так же повсюду в магазинах, транспорте, на улицах. Постоянно растет профессионализм специалистов в области рекламы.

Владеющая свойством мощно влиять на подсознание людей, реклама желательна в позитивном ключе. Позитивная реклама способна заметно повлиять на улучшение качества жизни общества в целом.

Говоря об искусстве рекламы, непревзойденный мастер в этой области Д. Огилви отмечал, что к покупателю следует относиться как к жене с нежностью, заботой и любовью, потому, что он не идиот. Лишь в этом случае можно рассчитывать на ответный отклик.

Список литературы

1. *А.Н. Лебедев-Любимов* «Психология рекламы» 2-е издание 2007 г.
2. *В.И. Шувалов* «Психология рекламы» 2003 г.

СОЦИАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР ФУНКЦИЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ САМОДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ВУЗЕ

Г.И. Болотов

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Художественная самодеятельность - одна из форм творчества, которая включает в себя создание и исполнение художественных произведений силами любителей, выступающих коллективно (кружки, студии, театры и др.) или в одиночку (певцы, чтецы, музыканты, танцоры, акробаты и др.).

На базе самодеятельности выросли многие профессиональные драматические и музыкальные театры, ансамбли. За счёт талантливых участников художественной самодеятельности пополняются крупнейшие профессиональные коллективы. Художественная самодеятельность играет большую роль в деле эстетического воспитания. Без номеров

художественной самодеятельности не обходится ни один концерт районного, городского, областного и даже российского масштаба.

Употребляя понятие «художественная самодеятельность», мы имеем в виду не все народное творчество, а только ту его часть, которая имеет устойчивые специфические очертания и отличается и от фольклора, и от традиционного прикладного и изобразительного искусства, и от любительского творчества.

Художественная самодеятельность как явление, родившееся в определенной исторической ситуации и отражающее запросы этой ситуации, несет на себе заданную историческую и эстетическую программность. Можно говорить, что ее зарождение, формирование, развитие и расцвет связаны с определенными условиями в жизни общества.

В процессе культурного строительства большое место занимает художественное творчество масс – один из важнейших факторов социальных преобразований. Современное представление о нем чаще всего связано с той формой, которая получила определенный общественный статус и более всего организована художественной самодеятельностью. Она является мощным массовым социально-художественным движением.

Рассмотрим некоторые аспекты художественной самодеятельности студентов, в частности на примере студенческой самодеятельности в Саратовском государственном университете имени Н.Г.Чернышевского.

Художественная самодеятельность в СГУ – не замкнутая организация, существующая для самих участников или узкого круга лиц. Это сложное, разнообразное явление, развивающееся по своим внутренним законам, но в общем контексте развития культуры и истории в целом.

Студенческий клуб СГУ – это место развития художественной самодеятельности студентов. Его полувековая история включает в себя динамичное развитие культуры студентов, рост творческого потенциала и стремление к новым ступеням своего развития. В 2011 году студенческий клуб СГУ отметил свой 50-летний юбилей. Студенческий клуб – это кузница талантов. Так в чем же секрет этой «кузницы»? Ответ на этот вопрос можно получить, рассмотрев социальные функции художественной самодеятельности.

На наш взгляд, можно назвать несколько основных функций художественной самодеятельности, среди которых: обучающая, развивающая, досуговая, коммуникативная, стимулирующая и др.

Помимо учебных занятий студенты могут обучаться творческим навыкам – это одна из основных функций художественной самодеятельности. Для развития творческого потенциала студентов, предусмотрены многопрофильные и разноплановые виды художественной самодеятельности. В студенческом клубе СГУ существует большое количество ансамблей, коллективов и студий, отвечающих всем направлениям творчества. Каждый студент может найти для себя занятие по желанию и обучится навыкам того или иного вида творчества.

Если студент до университета занимался каким-либо из видов художественной самодеятельности, то для него открывается возможность продолжать развивать в себе творческие качества, но уже на новом уровне – это и есть развивающая функция художественной самодеятельности.

Внеучебная работа в университете открывает для студентов большое поле для занятия времени интересным и развивающим делом, что позволяет развивать в себе новые качества и таланты и тем самым занимать досуг студента полезным для него делом.

Конечно же, занятия в художественной самодеятельности дают множества преимуществ и навыков в развитии человека, главным из них можно выделить коммуникативные качества. Общение, новые знакомства, работа на публику дают неоценимый вклад в развитии будущего профессионала любого направления деятельности.

В программу развития культуры входит стимулирование студенческого творчества, развитие художественной самодеятельности. Студенты, наиболее активно и ярко проявившие себя удостоиваются чести представлять университет на разнообразных конкурсах и фестивалях. Так же поощряется не только морально, но и материально, в виде стипендий, премий, грантов.

Завершая анализ можно прийти к выводу, что художественная самодеятельность в Саратовском государственном университете имени Н.Г.Чернышевского, занимает очень важное место в жизни студенческого сообщества, а следовательно и в будущей культуре нашей страны. Необходимо ее дальнейшее развитие, т.е. нужно создавать условия для дальнейшего творческого развития студентов.

ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА МОЛОДЕЖНУЮ АУДИТОРИЮ

М.Н. Бондаренко

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Актуальность темы исследования определяется необходимостью анализа еще недостаточно изученного направления - специфики воздействия современного телевидения как средства массовой информации на формирование культурных ориентаций и духовных взглядов молодежи в обществе. Информационные взаимодействия и средства передачи и обработки массовой информации играют все большую роль в социализации молодежной аудитории, преемственности социально-культурных и духовных ценностей и традиций. Становится актуальным изучение различных взаимодействий между телевидением и одной из его самых распространенных групп потребления - молодежью.

Телевидение, пригодное для массового производства появилось в конце 30-х годов прошлого столетия, и по сей день занимает видное место в обществе. Постепенно оно внедрилось в повседневную жизнь человечества и охватило большую часть досуга, стало универсальным общедоступным

источником получения информации об окружающем нас мире, именно на арене телевидения теперь сходятся социально-политические, культурные, духовные, образовательные интересы аудитории.

В свою очередь телевидение представляет собой признанный институт массовой информации, оно охватывает все слои населения, особенно те, что остаются за рамками влияния других СМИ. Так же телевидение это компонент сложной системы, которая выполняет множество разнообразных функций: информационная функция – удовлетворение потребностей общества в получении информации о себе (социальная, экономическая, политическая и духовная сферы); культурно-просветительская функция – приобщение человека к культуре общества (демонстрация ценностных ориентаций, морали, стиля общения, трансляция культурных мероприятий, упрощение некоторых сегментов элитарной культуры для восприятия и приобщения к ним представителей массовой аудитории); интегративная функция – заключается в поддержании нормального функционирования общества, усиление ценностных установок, приоритетных для общества, формирование ощущения сопричастности, противодействие деструктивным для общества тенденциям; управленческая функция – прямое воздействие на население, пропаганда определенного образа жизни с определенным набором политических, моральных и духовных ценностей; рекреативная функция – организация отдыха в соответствии с осознанными, либо формируемыми предпочтениями аудитории [1].

В условиях информационного общества телевидение лишь укрепляет свои позиции и остается приоритетным источником получения информации, даже не смотря на популярность интернета. Большая часть исследований телевидения посвящена таким проблемам как влияние на предрасположенность к совершению преступлений, эффекты массовых коммуникаций, роль телевидения в политической жизни. Рассмотрение телевидения как социального института восходит к традиции структурно-функционального анализа [2].

Однако, влияние телевидения на процесс социализации молодежи не изучен полностью, исходя из этого важно выявить какую роль играет воздействие на мнение, взгляды и поведение молодежи, формирование ценностных ориентаций, моделей действий в условиях современного общества.

Исключением являются исследования молодежной аудитории телевидения Ковалева. У молодежи (группа от 15 до 24 лет), как и у любой социально-демографической группы можно выявить особенности и определенные характеристики, отличающие их образ телепотребления: среднее время просмотра телевидения у молодежи меньше, чем у других возрастных групп, основной целью просмотра телевидения является развлечение и релаксация (64% телезрителей), получение информации важно лишь для 16%. По данным Ковалева: самой большой популярностью у молодежной аудитории пользуются такие каналы как ТНТ, СТС, РЕН-ТВ, МТВ, МУЗ-ТВ. Причем канал ТНТ в два раза популярней остальных. Среди

жанровых предпочтений реалити-шоу, музыкальные, юмористические программы, зарубежные сериалы [3].

Информационную функцию постепенно перенимает интернет, молодежь предпочитает получать информацию в просторах сети, так как телевидение стремится привлечь максимальное количество зрителей акцентируя их внимание на развлекательные программы. В погоне за аудиторией постепенно теряет свое значение культурно-просветительская функция [4]. Телевидение все больше обращает внимание молодежи к потребительским ценностям (деньги, одежда, новомодные гаджеты), что свидетельствует о тесной связи с интересами рыночной экономики, зритель вызывает гораздо больший интерес к себе как потребитель.

Особенно важно исследовать тенденции развития молодежной аудитории в условиях современного общества из-за того что формирование и развитие ценностей испытывает большую зависимость от внешних информационных факторов. Так же молодежь представляет интерес как поколение, которое в недалеком будущем займет место основной производительной и социальной силы общества, ее ценности будут во многом определять духовную культуру всего общества. Это вызывает необходимость постоянного социологического мониторинга влияния телевидения на молодежную аудиторию, в том числе и в городе Саратове.

Список литературы

1. *Климов И.А.*, Телевидение: модальности существования // Журнал "Социологические исследования", № 1, 2005-С.94
2. *Гидденс Э.* Социология. - М.: Эдиториал УРСС. 1999 - С. 316-320
3. *Ковалев П.А.* Молодежная аудитория телевидения // Знание. Понимание. Умение. – 2006. - № 1. – С. 178-181
4. *Костина А.В.* Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М., 2005-С.121

МОТИВАЦИЯ К ЧТЕНИЮ САРАТОВСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В.В. Бондарь

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

За последние двадцать лет страна претерпела значительные изменения, которые не могли не отразиться на обществе. Известно, что население России стало намного меньше читать [1]. Обилие разнородной информации, повышенная значимость времени, трансформация системы образования и повышение требований к уровню квалификации, интенсивное развитие медиакультуры - это и многое другое в совокупности приводит к изменению мотивов чтения, что сказывается на выборе литературы и видов читательских ресурсов. В целом, само чтение меняет свою функциональную характеристику: становится более функциональным, инструментальным и

прагматичным. По отношению к чтению четко выявляются две основных тенденции: процесс чтения либо используется преимущественно для получения конкретных сведений или самообразования, либо приобретает все более «легкий» характер, становится средством приятного времяпровождения; в то же время мировоззренческая функция чтения уходит на второй план, что проявляется в виде падения интереса к классической литературе [2].

В.В. Путин на съезде Российского книжного Союза также отметил проблему увеличения числа россиян, не читающих книги - ее решение он считает общенациональной задачей. По его мнению, наполненный смыслом потенциал и культура нации зависят не только от объемов чтения, но и тех нравственных, духовных ценностей, которые держатся в книгах. «По данным социологов, растет цифра людей, которые вообще не читают книг - ни бумажных, ни электронных, никаких ... в интересах страны, ее будущего мы будем возрождать надобность людей в книге... » [3].

На сегодняшний день книге трудно выдержать конкуренцию с видео, компьютерными играми, Интернетом. Основные источники приобретения печатных читательских ресурсов, такие как библиотеки и книжные магазины, не отражают в своей деятельности происходящих изменений. Однако интерес к чтению в целом не приходит в упадок - его поддерживает использование ряда других источников: газет, журналов, комиксов и проч. [4]. Свой вклад вносят возникшие с развитием Интернета их электронные издания, а также новостные ленты, блоги и т.д. Однако мотивы приобретения данных ресурсов, и, главное, их использования, различны - а данные мотивы, в свою очередь, определяют читательские предпочтения. Налицо противоречие в изменении структуры читательских предпочтений, что требует социологического изучения.

Проведенное социологическое исследование данной проблемы в городе Саратове в августе 2011 года (квотно-стратифицированная выборка объемом в 200 респондентов по следующим критериям: пол, возраст, район проживания) методом анкетирования показало, что саратовская молодежь характеризуется узким перечнем досуговых предпочтений – преимущественно, это встречи с друзьями, спорт и шоппинг. Видимо, это обусловлено уровнем занятости современных молодых людей, а также их основным родом занятий – учеба или работа. При этом чтение не является значимым видом деятельности для них, так как лишь каждый десятый опрошенный проводит время за книгой или другими читательскими ресурсами.

Чаще всего респонденты читают с целью получения конкретной информации (25,7%), обращаясь к учебной или научной категориям литературы, а также к литературе, касающейся их профессиональной деятельности, хобби, или к новостям. Причем отношение к чтению является также прагматическим, для большинства молодежи оно значимо лишь как источник информации (41,1%).

Что касается гендерных различий, то нужно отметить, что мужчины чаще всего читают для получения конкретной информации (57,1%). Этот показатель на 20,4% превышает следующую по распространенности цель использования читательских ресурсов - занять свободное время (36,7%). Меньше всего они, как и женщины, читают для внутреннего развития (2% и 1% соответственно). Причем среди женщин больше распространено чтение как средство получения удовольствия (48%) или чтобы занять свободное время (42,2%).

Таким образом, мужчины делают акцент на функциональную и инструментальную стороны данного процесса, хотя рекреационная функция также играет значимую роль в их мотивации. Для слабого пола развлечение является преобладающей целью использования читательских ресурсов.

Происходит вытеснение рекреационного мотива чтения за счет более прагматичного, утилитарного отношения к литературе. Современная динамичность жизни саратовской молодежи и рост требований к уровню обучения и квалификации работников обуславливает использование литературы преимущественно для получения конкретного знания, что влечет за собой широкое использование учебной, научной и профессиональной литературы.

В связи с интенсификацией деятельности молодежи, провоцирующей физическое и интеллектуальное напряжение, и с очень ограниченным количеством свободного времени, логично предположить, что использование этого времени преимущественно направлено на расслабление. Это говорило бы о преобладании развлекательной функции чтения, становлении данного процесса лишь средством приятного времяпровождения, особенно в связи с распространением «легкой» литературы - любовных романов, женских детективов и проч. Однако, это неверно. Наиболее популярная литература, используемая молодежью в рамках рекреационного мотива чтения, - глянцево-журнальные издания - вместе с разного рода развлекательной литературой распространены лишь среди десятой части респондентов (6,7% и 4,2% соответственно).

Устойчивый интерес отмечается по отношению к художественной литературе, которая входит в круг наиболее часто читаемых категорий литературы почти для пятой части респондентов (18,8%). Самыми популярными жанрами являются классика и фантастика/фэнтези, что говорит о сохранении мировоззренческой и рекреационной функций чтения.

На основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что из двух основных тенденций по отношению к чтению, наметившихся в стране, среди саратовской молодежи доминирует одна - высокая значимость его познавательной функции. На втором месте находится мировоззренческая функция, и далее с большим отрывом - рекреационная, причем важно отметить, что приобретение чтением «легкого» характера и низкий интерес к классической литературе, отмеченных на всероссийском уровне, по результатам исследования не выявилось.

Список литературы

1. ИТАР-ТАСС. Россияне стали меньше читать книги, 35% опрошенных вообще их не читает. <http://www.bigbook.ru/>. 17.06.2009.
2. *Корешкова Л.Д.* Читательские предпочтения молодежи Томской области. По результатам исследования ТОДЮБ. http://odub.tomsk.ru/image/pdf/read_yan.pdf. 13.11.2008.
3. Interfax. Путина тревожит рост числа россиян, не читающих книги. <http://interfax.ru/>. 28.09.2011.
4. ВЦИОМ. Читающая Россия. <http://gm-dar.livejournal.com/>. 03.02.2010.

СМЕРТНАЯ КАЗНЬ В РОССИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

С.А.Полякова, Л.А. Воеводина

Лицей № 15 г. Саратова

Актуальность изучения смертной казни в России, а также отношение к этому виду наказания в современном обществе очевидна. Ответы на вопросы о том, является ли смертная казнь нарушением прав человека или средством правопорядка, применять ли ее в современный период или отказаться, волнуют современных исследователей и сегодня.

В летописях сохранились упоминания о казне разбойников по указанию Владимира Мономаха. Были случаи казней в 1071 и 1157 годах за «порицание веры», за «причинение мятежа и разделение в народе». В качестве наиболее сурового наказания допускалась кровная месть, Вместе с тем кровная месть могла быть заменена вирой (штрафом) в 40 гривен. Система наказаний по Судебникам 1497 и 1550 гг. носит более суровый характер, на основании ст.8 Судебника 1497 г. «Смертная казнь могла быть применена за душегубство, разбой, кражу или ложный донос» [1]. Продолжалась традиция Русской Правды, которая предписывала сурово относиться к ворам. Казнь назначалась также за убийство своего господина, государственную измену, заговор, восстание и иные действия против власти. Процесс исполнения смертной казни представлял собой жестокий публичный спектакль, призванный оказать психологическое воздействие на присутствующих, вызвать у них устойчивый страх, препятствующий совершению новых преступлений. В Соборном Уложении, по которому более шестидесяти разновидностей преступных деяний могли быть наказаны смертной казнью, чтобы усилить устрашающий эффект, предусматривались не только простые ее виды (повешение, отсечение головы), но и квалифицированные (сожжение, заливание в горло расплавленного металла, закапывание в землю до наступления смерти и т.д.). Воинские Артикулы 1715 г. - более ста видов преступных деяний влекли смертную казнь, которая могла быть простой либо квалифицированной. Свод законов 1832 г. предусматривал смертную казнь за тяжкие виды государственных и некоторых других преступлений. В то же время применялись такие меры, как

наказание кнутом и шпицрутенами, которые, хотя и не считались смертной казнью, но часто заканчивались смертью осужденного.

Развитием идей демократии и гуманизма стало Уголовное Уложение, принятое 22 марта 1903 г. Смертная казнь сохранялась за достаточно узкий круг политических преступлений. Но это наказание не применялось к лицам моложе 21 года и старше 70 лет, а женщинам могло назначаться только за посягательство на императора, его семью и его власть. 12 марта 1917 г. Временное правительство отменило смертную казнь, но уже в июле того же года она была восстановлена. Смертная казнь как наказание существует практически на протяжении всей истории Советского государства, но носила временный характер. На протяжении истории Советского государства трижды предпринимались попытки отказаться от этой меры. Так, 26 октября 1917 г. Декретом II Всероссийского съезда Советов было объявлено об отмене смертной казни. Однако уже 21 февраля 1918 г. декретом СНК «Социалистическое отечество в опасности» было разрешено применение расстрела, причем даже без суда – на месте. Вторая попытка отмены смертной казни была предпринята 17 января 1920 г. в Постановлении ВЦИК и СНК РСФСР «Об отмене применения высшей меры наказания (расстрела)» [2].

Однако смертная казнь была восстановлена очень быстро - буквально через несколько месяцев - Постановлением ВЦИК и СТО от 11 мая 1920 г. «Об объявлении некоторых губерний на военном положении» и декретом от 28 мая 1920 г. Третья попытка отказаться от смертной казни была предпринята Указом Президиума Верховного Совета СССР от 26 мая 1947 г. «Об отмене смертной казни», который предложил вместо нее применять лишение свободы сроком на 25 лет. Вскоре после этого, в 1949 г. Советский Союз внес предложение об отмене смертной казни во всех государствах. Однако в то время оно поддержано не было. Уголовный кодекс РСФСР 1960 г., сохранил применение смертной казни. Более того, перечень преступлений, влекущих смертную казнь, был существенно расширен за счет включения в него новых преступлений. В Декларации прав и свобод человека и гражданина, принятой Верховным Советом РФ 22 ноября 1991 года, смертная казнь допускается в качестве исключительной меры наказания за особо тяжкие преступления. В Конституции РФ 1993 года ч. 2 ст. 20 «Сфера применения смертной казни еще более сужена и ограничена особо тяжкими преступлениями «против жизни» [3]. В Китае за перевозку или сбыт свыше пятидесяти граммов героина приговаривают к публичному расстрелу. Стоит ли после этого удивляться, что в этой стране хотя и существует армия наркоманов примерно в шестьсот тысяч человек, но она всё время уменьшается, в то время как в РФ уровень людей употребляющих наркотики растет, достигнув, по неофициальной статистике, уже двух миллионов человек. И это при населении в девять раз меньше китайского!

Каково же отношения к смертной казни сегодня, поддерживать ли мораторий на смертную казнь и отказаться от нее как в странах Европы или обратить внимание на восточные государства и восстановить смертную

казнь, как это было испокон веков в России. Мнение людей зрелого возраста по этому вопросу чаще зависит от событий, которые происходят у нас в государстве, но особенно интересно мнение современной молодежи. Проведившейся социологический опрос среди юношей и девушек возраста 15-18 лет, с целью выявления отношения современной молодежи к вопросу сохранения или отмены смертной казни в РФ как высшей меры наказания за преступные действия, имел интересные результаты. Принимавшие участие в опросе очень активно высказывали свое мнение. На вопросы: нужна ли смертная казнь в современной России, почему необходимо ее сохранить, за какие преступления установить, почему ее необходимо отменить, какими мерами наказания можно заменить - были даны неоднозначные ответы.

Большинство современных подростков негативно относятся к смертной казни как к нарушению одного из главных прав человека, права на жизнь, но есть и такие кто выступает за смертную казнь в современной России или не имеют четкой позиции по данному вопросу. Было опрошено более двухсот подростков в возрасте от 15 до 18 лет. За сохранение смертной казни высказались 46 % учащихся, против - 52%, не имеют четкой позиции по данному вопросу - 2%. Подростки, выступающие за смертную казнь, предлагают установить смертную казнь за особо тяжкие деяния: терроризм, серийные убийства, торговлю наркотиками, мотивируя свое желание стремлением к уменьшению преступности, к росту уровня ответственности за поступки. Главное, по мнению большинства современной молодежи - снизить преступность и исключить саму возможность преступления, путем правового воспитания и просвещения и тогда осознанный отказ от смертной казни будет восприниматься одинаково необходимым для всего общества, общества высоко организованного и готового жить в правовом государстве, уважая свои права и права рядом находящихся людей.

Список литературы

1. Жильцов С.В. Смертная казнь в истории России. М., 2002. С.14-16.
2. Гернет М.Н. Смертная казнь. М., 1993.С.21.
3. Конституция Российской Федерации. М., 1993. С. 20.

ЛЮБОВЬ КАК НРАВСТВЕННЫЙ РЕГУЛЯТОР

Е.С. Гангало

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Все индивиды полагают, что достаточно много знают о себе и об обществе, в котором живут, хорошо понимают, почему действуют так, а не иначе, и не нуждаются в подсказках социологов. И в некоторой степени это верно. Многие поступки, совершаемые нами в повседневной жизни, вызваны нашим собственным пониманием имеющихся социальных соглашений. И все

же существуют определенные границы подобного самопознания, и одна из главных задач социологии - показать, что они есть.

Люди совершают много поступков основывающихся на здравом смысле суждений, касающихся их самих и других людей, и оказывающихся неверными, неполными или являющимися следствием плохой осведомленности.

Если обратиться к истории философской, и социологической мысли, то можно увидеть, что в сложной системе общественных отношений, социальных связей, мыслители пытались выделить главные определяющие. По Гегелю, главным определяющими были правовые отношения, именно они соединяли все виды связей в единое целое. По Канту, такую роль играли нравственные отношения. По Марксу - глубинные экономические. Собственник и непосредственный производитель не могут существовать друг без друга. Отношения, складывающиеся в процессе производства материальных благ, определяют все иные виды отношений, т.е. целостность обществу придает определенная иерархичность взаимосвязей. М. Вебер считал главным фактором целостности типичные убеждения, выражающие потребности, интересы. Э. Дюркгейм - коллективное сознание. По мнению Э. Дюркгейма, именно ослабление общих верований и чувств означает ослабление социальных связей и грозит дезинтеграцией общества [1].

Трудно поспорить с каждым из этих ученых, но остановимся подробнее на нравственных отношениях, а именно на нравственных регуляторах. Что заставляет нас задуматься, остановиться перед принятием какого-либо решения, что властвует над нами, когда мы стоим перед трудным выбором, что влияет на наше поведение? Долг, совесть, страх, стыд, мораль – вот несколько из обширного количества нравственных регуляторов, которые предписывают поведение человека. А если рассматривать подробнее такое нравственное чувство как любовь, то что можно выделить здесь? И как будет отличаться любовь поколений, а точнее не любовь, а те поступки, которые люди совершают, будучи представителями молодежи, или взрослыми, или пожилыми, руководствуясь любовью?

Любовь – непосредственное, интимное и глубокое чувство, предметом которого выступает человек или другие объекты, имеющие для него особую жизненную ценность. Любовью отмечена вся человеческая деятельность во всех ее проявлениях: любовь к Родине, к труду, к удовольствиям и т.п. Любовь может быть побудительницей этой деятельности, ее стимулом, источником энергии или средством разрушения, если любовь не может себя реализовать, если она отвергнута.

Сразу на ум приходят слова Апостола: «Любовь долго терпит, милосердствует, любовь не завидует, любовь не превозносится, не гордится, не безчинствует, не ищет своего, не раздражается, не мыслит зла, не радуется неправде, а порадуется истине; всё покрывает, всему верит, всего надеется, всё переносит» [2].

В данной проблеме сразу хотелось бы выявить, если любовь – это чувство, которое проходит через пространство и время, может ли оно,

трансформируясь и меняясь, сохранять свою значимость для человека в разные моменты его жизни и на протяжении всей жизни в целом.

Нравственная природа любви выявляется в ее устремленности не просто на существо другого пола, что характерно для непосредственного чувственного влечения, а на личность с ее индивидуальной неповторимостью. Эстетическая сторона любви проявляется в том, что любимый человек вызывает удивительный подъем жизненных сил, игру воображения, заостренное чувство восхищения длительной радости, муки сомнения, страдания и вообще весь внутренне противоречивый, а в целом красочный букет эмоциональных переживаний, что главным образом отражается в поступках человека. Эта тема актуальна во все времена и для всего мира.

Общество создаёт "формулы любви". Но чаще всего люди, если и догадываются о том, из чего "складывается" любовь, либо не хотят, либо не способны воплотить её правила в своих отношениях: в них присутствует сложное взаимодействие между правилами образцов и тем, как люди "изменяют" эти требования, созидая свою личность. По этой причине любовь существует как тенденция, которая, проявляя свою социальную природу, может развиваться в устойчивый феномен, или угаснуть, едва возникнув.

Список литературы

1. Якуба Е.А. Социология. Учебное пособие для студентов, Харьков: Издательство "Константа", 1996.
2. Новый завет М.: Издательство Сретенского монастыря, 2005.

ЯВЛЕНИЕ ФЛАНЕРСТВА В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ СТРУКТУРАЦИИ

М.А. Герасимова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

В начале XIX века в Европе начинает формироваться новый элемент социальной реальности – фланерство. Фланирование, или привычка к бесцельным прогулкам, являлось обязательным атрибутом жизни парижской творческой элиты. Можно сказать, что социальное фланерство актуально и в наши дни, оно требует внимания социологов в плане изучения теории и практики.

Сегодня проблема социального фланерства молодежи активно изучается французскими и испанскими социологами, в России этой теме посвящено мало работ, особенно не уделено внимание фланерству студенческой молодежи. Феномен фланерства недостаточно полно описан в современной научной литературе и требует более глубокого теоретического осмысления. С целью приращения научного знания по данной проблеме мы

решили рассмотреть явление социального фланерства с точки зрения теории структуризации английского социолога Э. Гидденса.

В настоящее время существует несколько определений фланерства. Мы солидарны с мнением английского социолога З.Баумана, который определял фланера как человека, занимающего позицию между «видимостью» и реальностью, стремящегося избежать идентичности, являющегося мастером имитации своей деятельности и времени [1].

Для описания явления фланерства в саратовском регионе, летом 2011 года было проведено авторское социологическое исследование, целью которого стало установление форм действий и взаимодействий, а также изучение того, как они объясняются и понимаются самими участниками. Было проведено включенное наблюдение и глубинные интервью.

Как отмечалось ранее, явление фланерства относительно новое. Для его более глубокого осмысления и изучения мы обратились к теории структуризации Э. Гидденса. Рассмотрим основополагающие принципы данной теории:

1. *Общество создано активной деятельностью субъектов, рефлексивной по своей природе.* Анализ данных, полученных в ходе исследования, показал, что результатом активной деятельности современных фланеров является конструирование новой реальности. Заметим, что в своей теории Э. Гидденс большое значение придавал понятию «интенция». Примечательно, что большинство действий респондентов в нашем исследовании носили интенциональный характер и совершались на уровне практического сознания.

2. *Индивиды своей деятельностью не только преобразуют общество, но одновременно изменяют и самих себя.* Этот принцип подтверждается выводами, сделанными нами после проведения анализа глубинных интервью, во время которых респонденты неоднократно говорили об определенных изменениях, произошедших с ними, в результате осуществления практики социального фланерства.

3. *Возможности и границы социального участия индивидов исторически обусловлены и ограничены.* Результаты авторского исследования показали, что такое социальное явление как фланерство возникло неслучайно и обусловлено рядом факторов, характерных для эпохи постмодерна: отсутствие идеологического воспитания и нарушение процесса социализации; массовая культура навязывает населению, молодежи в частности, стандартизированный, шаблонный досуг; современное состояние экономики и формирование рыночных отношений способствуют превращению времени в товар; большинство россиян находится в состоянии виртуального потребления.

4. *Структуры оказывают не только ограничивающее влияние, но и создают возможности для человеческой деятельности.* Под структурами Э. Гидденс понимает генеративные правила и средства – «виртуальный порядок элементов» [2].

5. *Производство и воспроизводство структур есть результат рутинной (повседневной) практики.* В своей работе «Устройство общества: очерк теории структуризации» Э. Гидденс обосновывает значимость изучения повседневных практик. По его мнению, именно социальные практики, «упорядоченные в пространстве и во времени», должны стать предметом социальных наук.

Фланеры своей деятельностью конструируют новый сегмент социальной реальности. Но они создают его не по собственному выбору и не в соответствии с намеченным планом, а «в контексте влияния неосознаваемых условий действия и его непредвиденных последствий» [3].

Также серьезное влияние на этот процесс оказывает наложение диспозиций, которое французский социолог П. Бурдьё определял как габитус. Он дает следующее определение: габитус есть «продукт истории, который производит индивидуальные и коллективные практики» и помогает ориентироваться в социальном пространстве [4].

Изменения в обществе, произошедшие в нашей стране за последние 20 лет, подвели часть современной молодежи к определенному (отличному от других групп) габитусу. Согласно одному из принципов теории структуризации, под влиянием этого измененного габитуса фланеры совершают социальные практики. Непреднамеренные последствия их деятельности становятся условиями для последующих действий. Таким образом, формируется новая социальная реальность, имеющая тенденцию к упрочнению и разрастанию, которая продолжает функционировать и влиять на габитус фланера. Это не может не вызывать опасений, потому как ведет к возрастанию числа фланеров в обществе, а следовательно к увеличению нестабильности в обществе, повышению неопределенности.

Теория структуризации Э. Гидденса обогащает методологическую базу нашей работы в плане более глубокого теоретического понимания феномена фланерства и процесса конструирования социальной реальности.

Список литературы

1. Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. 1995. №4.
2. Гидденс Э. Устройство общества: очерк теории структуризации. М.: Академический проект, 2005.
3. Климов И.А. Социологическая концепция Э. Гидденса. // URL: <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00klim.html>
4. Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. Новосибирск, 2000.

ЖИЗНЕННЫЕ СТРАТЕГИИ ПОКОЛЕНИЙ

Е.С. Головина

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Каждый из нас в определенный момент своей жизни задумывается над тем, что есть жизнь и в чем ее смысл. Для большинства людей этот вопрос связан, прежде всего, со способом существования: как прожить жизнь счастливо, достойно, красиво, радостно, хорошо? Мы стремимся к хорошей жизни, находя все новые и новые способы достижения этой цели. Однако тот потребительский способ существования, который сегодня чаще всего выбирают люди, начинает работать против человека: нерациональное использование природных ресурсов делает невыносимой среду его обитания, обладание вещами, становясь самоцелью, значительно обедняет его духовную жизнь и является основной причиной межличностных конфликтов. Это ставит человека перед необходимостью переосмыслить свои взгляды на жизнь, свое отношение друг к другу, окружающему миру.

Переосмыслить человек должен и веру в себя, в свои собственные возможности, потому как без этого, большинство людей, жалуясь на нынешнюю власть, которая, по их мнению, не обеспечивает им "хорошей" жизни, даже не задумываются над тем, что отсутствие "хорошей" власти это и есть результат отсутствия веры в себя. Чтобы почувствовать свою жизненную силу, человек должен принять ответственность за каждое свое действие, ощутив себя хозяином собственной жизни. Таким образом, под стратегией жизни понимается такой способ бытия, систему ценностей и целей, реализация которых, согласно представлениям человека, позволяет сделать его жизнь наиболее эффективной. Другими словами, это искусство ведения собственной жизни, главной целью которой является поиск и осуществление своего уникального смысла.

Проблема стратегии жизни тесно связана с вечной проблемой смысла жизни, и если первая отвечает на вопрос как жить, то вторая - ради чего жить. На протяжении веков проблему смысла жизни стремились решить философы и писатели. Эпикурейцы видели смысл жизни в наслаждении ее благами, в достижении счастья; сторонники аскетизма выступали за подавление плотских желаний, чувств; стоики переносили цель жизни в область логических построений, оторванных от жизненных страстей. Особенность этих интерпретаций заключалась в том, что человек либо сливался с природой, наслаждаясь ее благами, либо отказывался от этих благ.

Внешне стратегия жизни выражается как предметно-чувственная характеристика поведения человека. Под образом жизни понимают ее эмоционально окрашенную картину всех сфер жизнедеятельности личности, социальной группы, общности, под смыслом — сущностное, целостное и своеобразное представление о предназначении и фундаментальных основах жизни. Жизненные ценности представляют собой систему основополагающих идей, убеждений и верований личности,

сформированных под влиянием социокультурных традиций, образцов и идеалов. Это совокупность представлений человека о значимых, желаемых параметрах жизни [2].

Жизненные нормы - экспериментально установленные требования к содержанию и качеству жизни, стандарты оценки жизненных событий. Жизненные стратегии также ориентируют человека, но на перспективные жизненные цели. Они характеризуют способности личности подниматься над уровнем конкретных жизненных ситуаций и удерживать целостное представление о реальной действительности [2].

Различные типологии жизненных стратегий можно обнаружить в социальных теориях, которые на основе общественной жизни личности выявляют различные способы жизнеосуществления. Выделяют три основных типа стратегий жизни: стратегия благополучия, стратегия жизненного успеха и стратегия самореализации. Эти типы основаны на более обобщенных представлениях о том, к чему, как правило, стремятся в жизни люди. Содержание этих стратегий определяется характером социальной активности личности.

Стратегии жизни позволяют человеку:

- определить систему социокультурных представлений о своей личности, о собственной жизни и своем месте в мире;
- дает возможность выявить и объяснить его взаимосвязи с окружающей действительностью;
- сформулировать модель собственной жизни, спроектировать будущее и осуществить свой жизненный проект;
- высветить в перспективе траекторию движения во времени и пространстве, наиболее значимые ориентиры и приоритет;
- согласовать в представлении образ, смысл жизни и реалии действительности;
- обосновать нормы, стандарты, ценности и установки, существующие в обществе в процессе социализации;
- соотнести свой образ жизни с образом жизни окружающих людей.

Основной определяющей жизненной стратегии человека являются принятие ответственности за свою жизнь, осмысленность жизни, наличие выстроенной системы ценностей и жизненных целей. Жизненные цели и систему ценностей, на основе которой выстраиваются эти цели, можно отнести к качественным характеристикам жизненной стратегии, поскольку они отражают ее содержание - то, к чему стремится человек.

Стратегии жизни выбирают исходя из миссии, целей, сложившейся ситуации и оценки обстановки по достижению жизненных целей.

По теме «стратегии в жизни человека» проводилось достаточно много исследований, а вопрос выбора и изменения стратегий с течением жизни, исследовался, напротив, очень мало. Поэтому именно по теме «жизненные стратегии поколений» важно проводить социологический мониторинг.

Список литературы

1. Магун В.С., Руднев М.Г. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами // Вестник общественного мнения, январь-февраль 2008, № 1 (93).

2. Горшков М.К., Тихонова Н.Е., Шереги Ф.Э. Жизненные планы, ценностные ориентации и моральный облик российской молодежи// Вестник РАН, 1998, т. 68, №6.

HR-БРЕНДИНГ

С.Д. Доронкина, М.С Куряева

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И.Вавилова

В последнее время набрать и удержать персонал становится все дороже. Зарплаты сотрудников растут со значительным опережением как инфляции, так и производительности труда, но это не сильно прибавляет лояльности у работников к своему работодателю. Поэтому сильный HR-департамент становится все более необходим, а искусство привлечь и удержать сотрудников порой можно приравнять к высокому искусству. При таких условиях, на ведущую роль выходит такой инструмент, как HR-брендинг.

Проблемная область HR-брендинга находится на пересечении маркетинга как позиционирования и рекрутмента. Ситуация выбора специалистом будущего места работы сходна с выбором покупателем из нескольких товаров с идентичными свойствами и качеством. Известно, что именно здесь начинает работать бренд – т.е. субъективная оценка – на уровне симпатий и предпочтений каждого.

Задачи HR-бренда состоят в следующем:

- **Привлечь** - Формирование позитивного имиджа компании – работодателя на рынке труда;
- **Вовлечь** - Повышение уровня доверия сотрудников к компании;
- **Удержать** - Создание у сотрудников четкого представления об их возможностях в компании и способах их реализации.

Единая стратегия HR-бренда формируется за счет 4 фундаментов:

1. Цели (что хотим), 2. Целевая аудитория (на кого направлено), 3. Методы (что используем), 4. Рабочая группа (кто осуществляет)

При создании плана коммуникации HR-бренда необходимо учитывать ряд рекомендаций:

- **Исследуйте** - Рекомендуются проводить исследования внутренних и внешних потребителей, чтобы определить, как ваш HR-бренд воспринимается целевой аудиторией и соответствует ли он образам и ассоциациям, которые вы используете для построения бренда работодателя.

- **Развивайте** - Развивайте креативные концепции для вашего бренда, которые включают логотипы, слоганы, тональность, стилистику и пр.

- **Будьте доступны** - Задумайтесь о каналах коммуникации, обеспечивающих наибольшую доступность. Будьте всюду, но соблюдайте логичность и последовательность. Определите, где вы получаете наибольшую отдачу от затрат на подбор персонала, и соответственно вкладывайте туда ресурсы, а также отслеживайте эффективность вложений.

- **Обновляйте** - Регулярно обновляйте сообщения HR-бренда вашей целевой аудитории. При этом избегайте тактики, когда массированная информационная кампания сменяется периодом молчания.

- **Общайтесь** - Обеспечьте ресурсы для полноценной двусторонней коммуникации с вашей целевой аудиторией, особенно в социальных сетях. Помните, что не всякий разговор обязательно закончится наймом сотрудника, поэтому лучше занять долгосрочную позицию.

Построение сильного HR-бренда идет и на материальном, и на нематериальном уровне. Именно поэтому креативные усилия должны быть направлены на построение и поддержание надежных и постоянных ассоциаций, которые ваша компания должна создавать у сотрудников. Именно поэтому стратегия должна строиться на доступности и расширении коммуникации с целевой аудиторией путем использования самых эффективных внутренних и внешних каналов.

АКТУАЛЬНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНИРОВАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Е.О. Забродина

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Экономическое районирование - это разделение территории страны на экономические районы. Служит важным инструментом регулирования территориального развития, усовершенствования производственных отношений, получения наибольшего эффекта от рационального использования природно-ресурсного потенциала определенных территорий и его экономических преимуществ.

Современный экономический район - это целостная территориальная часть народного хозяйства страны, имеющая свою производственную специализацию, прочные внутренние экономические связи [1]. Границы современных экономических районов конституционно не закреплены. Образование экономических районов является объективным процессом, выраженным развитием территориального разделения труда. В основе этого процесса лежат следующие принципы.

1. Экономический принцип. Согласно этому принципу специализацию района должны определять такие отрасли, в которых затраты труда, средств на производство продукции и ее доставку потребителю по сравнению с другими районами будут наименьшими. Экономическое развитие является процессом, различающимся от места к месту, а это

означает, что на одних территориях он проходит более интенсивно, а на других менее.

2. Национальный принцип учитывает национальный состав населения района, его исторически сложившиеся особенности труда, быта и культуры.

3. Административный принцип определяет единство экономического районирования и территориального политико-административного устройства страны. Этот принцип создает условия для эффективного самостоятельного развития районов и укрепления их роли в территориальном разделении труда России. Суть его заключается в том, что никаких новых районов не создается, а используется существующая система административно-территориального деления. Это наиболее простой и удобный для многих стран тип районирования [2].

Современное экономическое районирование России включает три основных звена (таксономические единицы):

- крупные экономические районы (8 федеральных округов);
- районы среднего звена – края, области, республики;
- низовые районы – административно-хозяйственные районы, городские и сельские районы [3].

Каждый вид экономического районирования отвечает определенным задачам территориального развития. Высшее звено районирования - крупные экономические районы - это четко специализированные и относительно завершённые территориальные хозяйственные комплексы, играющие важную роль в общероссийском разделении труда. Чем больше территория крупного экономического района, тем шире его производственный профиль, сложнее хозяйственный комплекс.

Среднее звено районирования используется для руководства некоторыми отраслями хозяйства в пределах области, края, республики. Велика его роль в руководстве сельским хозяйством и сферой услуг. Областные районы имеют свои экономические признаки. Своеобразная форма комплексного развития областей, объединение сельскохозяйственных районов вокруг промышленных центров обеспечивают ведущее место города.

Низовые экономические районы представляют собой первичные звенья в таксономии экономического районирования. На их основе образуются начальные специализированные территориальные производственные комплексы. Низовые районы играют важную роль в разработке и выполнении перспективных и годовых программ развития районного хозяйства и социально-культурного строительства, в размещении и специализации предприятий по производству и переработке сельскохозяйственной продукции, местной промышленности, бытового обслуживания, торговли и общественного питания.

Экономические районы могут объединяться в макрорегионы, или экономические зоны - Западная (Европейская часть России и Урал) и Восточная (Сибирь и Дальний Восток), отличающиеся общими природными условиями, чертами экономики, тенденциями дальнейшего развития.

Сегодня в условиях развития рынка можно выделить три типа регионов России:

1. Трудоемкие - республики Северного Кавказа, Ставропольский и Краснодарский края. Ростовская область.
2. Оборонно-промышленные - Санкт-Петербург, Москва, Нижегородская область, Урал, промышленные узлы юга Сибири.
3. Многоотраслевые и депрессивные - значительная часть зоны Севера [4].

Существует отраслевое разделение районов: *фермерские регионы* со значительной долей частной собственности; *регионы*, где сосредоточены крупные коллективные хоз-ва с фермерскими; *горные регионы*; *регионы отгонно-пастбищного животноводства*; *слабо освоенные территории* с очаговым развитием земледелия и особым режимом землепользования.

Список литературы

1. Большая советская энциклопедия. М, 2001, С.705
2. Сысенко В.И. Экономическое районирование. М. 2007, С.88.
3. Завадский С. Основы регионального планирования. М, 1973, С.30.
4. Гасанов М. Региональные проблемы инфраструктуры экономики //

ДЕТСКИЙ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ЛАГЕРЬ В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ У ПОДРОСТКОВ

М.С. Ерохина

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

В современном социуме большое значение имеет организации системы отдыха детей и подростков. Это не особая педагогическая система или методика – но, прежде всего неотъемлемая составляющая всей жизнедеятельности ребёнка, где гармонично сочетаются духовно-эстетические, рационально-познавательные, идейно-нравственные начала, это освоение жизни ребёнком самым непосредственным, естественным образом.

Существуют различные формы детского отдыха: организованный и неорганизованный, коллективный и индивидуальный, с родителями и родственниками, и без них, оздоровительный, санаторный и профильный, и отдых в условиях города и загородный отдых, отдых за рубежом и внутри страны и т.п.

Одной из наиболее распространенных форм отдыха детей, подростков и юношества являются оздоровительные лагеря. Летний лагерь является, с одной стороны, формой организации свободного времени детей разного возраста, пола и уровня развития, с другой – пространством для оздоровления, развития художественного, технического, социального творчества ребенка. К ним относятся загородные лагеря, лагеря с дневным

пребыванием, профильные и оборонно-спортивные лагеря, палаточные лагеря и др.

Детские оздоровительные лагеря сегодня являются учреждениями дополнительного образования. Они имеют свою специфику, дающую ему определенные преимущества перед другими формами и средствами работы. Прежде всего они в том, что обстановка сильно отличается от привычной домашней обстановки. Это выражается, во-первых, в совместном проживании детей. Во-вторых, именно здесь ребята более тесно взаимодействуют со своими взрослыми наставниками, между ними быстрее возникает «зона доверия». В-третьих, дети приобщаются к здоровому и безопасному образу жизни – в естественных условиях социальной и природной среды. В-четвертых, ребята активно общаются с природой, что способствует укреплению их здоровья и повышению уровня экологической культуры. В-пятых, отдых, развлечения и всевозможные хобби детей дают им возможность восстановить свои физические и душевные силы, заняться интересным делом. Все это помогает развить новые навыки, раскрыть потенциал своей личности [1].

На протяжении длительного периода в психолого-педагогической литературе обсуждались различные аспекты внешкольного воспитания детей и подростков. У истоков становления и развития деятельности детских лагерей в России стояли такие известные педагоги, как К.К.Крупская, А.В.Луначарский, А.С.Макаренко, С.Т.Шацкий. Теоретические и методические основы деятельности внешкольных учреждений рассматривали М.Б.Коваль, Т.Е.Конникова, В.В.Лебединский, К.Д.Радина и др [2]. Наиболее полно сущность деятельности пионерских лагерей была раскрыта в исследованиях К.Н.Волкова, О.С.Газмана, Л.С.Ждановой, Л.К.Кленевской, Е.М.Рыбинского, С.А.Шмакова [3]. Большинство исследований было посвящено отдельным направлениям воспитания в условиях пионерского лагеря (М.И.Журавлев, А.В.Мудрик, С.И.Панченко, Л.В.Рогаленкова и др.) [4]. В них рассматривались вопросы истории, развития и типологии пионерских лагерей, формирования детских коллективов, преимуществ и особенностей различных форм, методов работы, общения, формирования взаимоотношений, педагогического руководства и др. Однако большинство перечисленных работ было выполнено в советский период развития нашего государства, когда существовала жестко централизованная программа деятельности пионерских лагерей, определяющая цели и задачи этой деятельности, соответствующие методы и формы работы; были созданы определенные экономические возможности реализации этой программы.

На сегодняшний день существует большое разнообразие лагерей как по имущественной принадлежности, юридическому статусу, организационной структуре, так и по содержанию деятельности, обеспечивающие каждому право выбора собственной стратегии дополнительного образования. Наличие достаточно большого числа видов деятельности, возможность их свободного выбора и составление индивидуальной программы в сочетании с четким определением количества обязательных занятий и распорядка их посещения

создают удачную комбинацию индивидуального и коллективного подхода в организации образовательно-воспитательного процесса.

Ориентация на интересы ребенка, сегодня одна из важных черт детского оздоровительного лагеря. Детский лагерь создает благоприятные условия для самосовершенствования и самореализации личности. Все большой вес и влияние на деятельность детских загородных лагерей, как учреждений дополнительного образования страны, приобретает гуманистическая психология. Уважение к личности ребенка, к его внутреннему миру, признание его права быть самим собой, создание условий для развития его способностей, удовлетворения индивидуальных нужд и потребностей, самореализации – все это характеризует детский оздоровительный лагерь гуманистической ориентации. Такой лагерь предоставляет выбор направления и темпа развития каждому подростку и путей удовлетворения его новых актуализирующихся потребностей.

При правильно организованной деятельности детский оздоровительный лагерь располагает благоприятной атмосферой для самопознания и самовоспитания, что обусловлено рядом особенностей. В условиях лагеря могут быть организованы все ведущие виды деятельности (коммуникативная, спортивная, трудовая, познавательная, эстетическая, художественно-творческая, образовательная и т.п.). Взаимодействие детей в лагере носит нетрадиционный характер по содержанию и форме включения их в те или иные сферы деятельности, что способствует проявлению инициативы и субъектной активности. Происходит постоянный самоанализ происходящего в лагере, в том числе и участия каждого ребенка в его жизни.

Должна быть создана обстановка, при которой каждый ребенок ощущает сопричастность к решению задач, стоящих перед коллективом. Развитие самоуправления помогает почувствовать всю сложность социальных отношений, способствует формированию социальной активности, развитию лидерства.

Создание условий для развития самоуправления предполагает включение ребят в сложные взаимоотношения, складывающиеся в коллективе. Через свое участие в решении проблем отряда, лагеря дети вырабатывают у себя качества, необходимые для преодоления сложностей социальной жизни. От отношения детей к целям совместной деятельности зависит их позиция в решении управленческих проблем.

Характер развития и степень оздоровления детей в значительной мере зависят от уровня профессионализма и специальной компетентности взрослых, которые организуют жизнедеятельность ребенка в лагере в течение всей смены и каждого дня.

Таким образом, детский оздоровительный лагерь на сегодняшний день является учреждением, которое не только осуществляет оздоровление и отдых детей, но и выполняет образовательную и воспитательную функцию.

Безусловно, не возможно полностью изолировать детей от окружающего мира, часто грозящего психическими, физическими и

нравственными травмами, но, тем не менее, жизнь в лагере в течение трёх недель даёт свои результаты.

В детском оздоровительном лагере вместе с отдыхом продолжается расширение кругозора учащихся, развитие их активности, творчества и воображения, формирование у них элементарных представлений об обществе в целом и их «малом» сообществе в частности.

Список литературы

1. *Сысоева М.Е.* Основы вожатского мастерства// М.Е. Сысоева, С.С. Хансова. - М.: Центр гуманитарной литературы «РОН», 2002. - 128 с.
2. *Коваль М.* Подготовка вожатых и педагогов к работе с детьми // Народное образование. – 2001. - № 3. - С. 74-82
3. *Газман О.С., Матвеев В.Ф.* Педагогика в пионерском лагере. - М., 1982.- 156 с.; Газман О.С., Матвеев В.Ф. Пионерское лето в вопросах и ответах. - М.,1984. - 124 с.; Детство (краткий словарь-справочник) / Под общ. ред. А.А.Лиханова, Е.М.Рыбинского. - М.: Дом, 1996. - 135 с.; Шмаков С.А. Дети на отдыхе: Прикладная «энциклопедия»: Учителю, воспитателю, вожатому. - М, 2001. -175 с. и др.
4. *Мудрик А.В.* Социальная педагогика: Учеб. для студ. пед. вузов / Под ред. В.А.Сластенина. - М.: Академия, 2000. - 192 с.; Организация летнего отдыха детей и подростков (Сборник нормативных документов) / Сост. С.В.Баранов, Л.М.Бузырева, Т.Д.Дианова, М.И.Журавлев. - М., 1997. - 344 с. и др.

ВЛИЯНИЕ ЭТАЛОНОВ КРАСОТЫ НА КОНСТРУИРОВАНИЕ ТЕЛА НА ПРИМЕРЕ ЖИТЕЛЕЙ Г. САРАТОВА

Д.И. Захарова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Отношение к собственному телу, сталкиваясь с характером человека, выливается в практику по уходу за собой. Популярный интерес к изучению представлений о теле обозначен многомиллионными отраслями сервиса, разрабатывающими курсы упражнений и снижения веса, расцветом терапий самопомощи и нетрадиционной медицины, а также отношением к телу как к выражению индивидуальности. Посредством телесной активности человек проявляет свою принадлежность к определенному социальному классу, индивидуальный стиль жизни со свойственными ему ценностями, и, что не менее важно, вступает во взаимодействие с различными аспектами социального окружения и изменяет их [1].

Эталоны женской и мужской красоты формируются чаще всего под влиянием образцов, тиражируемых ТВ [2]. Представление об идеальной внешности нередко порождает в человеческом сознании желание соответствовать признанным стандартам и эталонам, что оказывает непосредственное влияние на самооценку. 33% мужчин и 70% женщин оценивают свое реальное тело как очень далекое от идеала. Известно, что за последние 50 лет число женщин, не удовлетворенных телом, «драматически

увеличилось». Они недовольны своим телом, волосами, зубами, весом, размером груди и ростом [3].

Противоречия между представлениями индивида о должном и реальном виде своего тела порождают, с одной стороны, неудовлетворенность собой, а с другой – либо слабые пожелания, мечтания, либо твердую решимость, готовность к работе над собой с целью разрешения этих противоречий путем подгонки своего тела под приемлемый для индивида эталон. Налицо противоречие между отношением к собственному облику и реальным поведением населения, что требует социологического анализа данной ситуации.

Социологическое исследование с целью изучения проблемы конструирования тела в представлении саратовцев было проведено в июле-августе 2011г. (Было опрошено 48% мужчин и 52% женщин). Обработка и анализ результатов опроса осуществлялся с помощью компьютерной программы SPSS-19.

В результате опроса выяснилось, что почти половина населения г. Саратова оценивает свое тело и физическую форму в целом как хорошую, а каждый пятый вовсе не видит в себе изъянов.

Достаточно типична высокая оценка мужчинами своего тела. Следует отметить, что мнение жителей г. Саратова мужского пола о собственной внешности отличается большей степенью позитивности. Для женщин, так же как и для мужчин, характерна высокая степень удовлетворенности своей внешностью. Но нужно сказать, что доля женщин, недовольных собственным телом выше, чем доля мужчин.

Среди имеющихся недостатков саратовцы главным образом выделили лишний вес и проблемы со здоровьем. Интересно так же, что 23,7% недовольны длиной своих ресниц.

Нередко, чтобы избавиться от недостатков, мы прибегаем к различным способам конструирования тела. По данным, полученным в ходе исследования, чуть меньше половины жителей г. Саратова занимаются спортом (44%), треть горожан считает диеты залогом красоты и здоровья (31%), и почти каждый шестой житель города пользуется услугами косметолога (15,6%).

Также вопреки представлению о том, что привлекательный мужчина не обязательно должен иметь правильные черты лица и фигуру атлета, а главным образом быть ухоженным и уметь «держаться» [4], треть опрошенных считает эталоном внешность античного типа, с пропорциональным телосложением и хорошо развитой мускулатурой. Другая треть предпочитает образ современного мужчины, для которого характерно тело с четко прорисованными мышцами, без растительности и лишнего веса.

Несмотря на устоявшуюся моду на женскую худобу, больше половины опрошенных считают эталонами красоты внешность Мэрилин Монро, Бриджит Бордо и Одри Хепберн. Пухлые губы, изящная талия, соблазнительные бедра, стройные точеные ножки и роскошный бюст

привлекают современных горожан больше, чем чрезвычайно худая, высокая фигура с очень узкими бедрами и длинными ногами.

Несмотря на наличие в сознании горожан четко прорисованных эталонов красоты и указанных ими собственных несовершенств, больше половины саратовцев не стремятся достичь своего идеала посредством физической активности. И лишь каждый десятый саратовец, все же занимающийся спортом, готов посещать фитнес - клубы премиум класса, невзирая на невысокий уровень дохода.

Так же жители г. Саратова отрицательно относятся к пластической хирургии. Даже те, кто считают ее эффективным способом устранения недостатков внешности, сами категорически отказываются пользоваться подобными услугами. Следует отметить также, что большая часть горожан не применяют на себе элементы боди-арта, не ходят в солярий и к косметологу. Достичь совершенства саратовцы пытаются в салонах красоты в основном с помощью стрижки и маникюра.

Следует отметить, что население г. Саратова, имея определенные эталоны красоты, не стремится достичь своего идеала, что может быть связано с удовлетворенностью собой, недостатком времени или средств.

Полученные результаты свидетельствуют о расширении поля двойного стандарта. Данное явление объясняется тем, что западные эталоны и социокультурные ценности становятся виртуальными. С одной стороны, они позитивно воспринимаются россиянами, вызывают положительные эмоции, а с другой, не поддерживаются на практике в силу объективных и субъективных обстоятельств.

Список литературы

1. *Гофман Э.* Представление себя другим в повседневной жизни. - М.: КАНОН-ПРЕСС, 2000.
2. Новый регион [Электронный ресурс]/. - Электрон.дан. - 2011. - Режим доступа:<http://nr2.ru/свободный>. - Загл. с экрана.
3. *Улыбина Е.В.* Связь отношения к телу с гендерными характеристиками в юношеском возрасте. «Информрегистр», 2011. № 4 (18) .
4. РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс] /. - Электрон.дан. - 2008. - Режим доступа: <http://www.rbc.ru/свободный>. - Загл. с экрана.

НЕБЛАГОПОЛУЧИЕ В «БЛАГОПОЛУЧНОЙ» СЕМЬЕ

К.Р. Зырянова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

В современной России семья является важнейшей социальной ячейкой общества, обеспечивающая воспроизводство населения, воспитание и социализацию подрастающего поколения, в том числе является истоком человеческой культуры. Семья - первичный и наиважнейший агент

социализации личности. Именно в семье формируется культура поведения, в семье человек получает первоначальное представление об обществе, о взаимоотношениях между людьми и многое другое.

Государственная политика на сегодняшний день направлена на формирование и развитие благополучной семьи, основными индикаторами благополучия которой в соответствии с «Концепцией государственной политики в отношении молодой семьи» являются юридическая оформленность, экономическая обеспеченность, полнота и детность семьи, а также социальная активность и направленность.

Таким образом, государственным эталоном является полная семья, включающая супружескую пару (родителей), состоящую в зарегистрированном браке, и детей, количество которых обеспечивает расширенное воспроизводство населения по данному региону. В идеале среднедушевой доход благополучной семьи должен быть не ниже среднего душевого дохода в целом по региону, что позволит самостоятельно решать свои проблемы при получении законодательно закрепленной ее государственной поддержки [1].

Однако, даже в нормативно - правовых актах Российской Федерации, регулирующих семейные отношения, не упоминается о благополучии в контексте отношений родителей и детей, в то время как в каждой третьей российской семье имеют место факты насилия над детьми [2].

Именно в рамках изучения данной проблемы в июле-августе 2011 года среди жителей города Саратова, воспитывающих детей до 14 лет было проведено авторское социологическое исследование. В ходе анализа полученной информации были выделены три типа поведения родителей по отношению к наказанию своих детей в современной семье: вербальный, ограничительный, агрессивный.

Вербальному типу поведения родителей свойственно наказание детей путем ругани словами, а также убеждение ребенка в его неправоте без применения физического или иного рода наказаний. «Ограничительного» типа поведения придерживаются родители, применяющие для наказания ограничения ребенка в пространстве или в материальных ресурсах. И наконец, самым опасным для здоровья и психологического развития ребенка является «агрессивный» тип поведения родителей, характеризующийся применением родителями физической силы для наказания ребенка. Так, быют своих детей 52% всех саратовских родителей.

Причем результаты исследования доказывают, что применяют физическое насилие к собственным детям не только малообразованные родители с небольшим доходом, но и материально обеспеченные люди с высшим образованием. Так, 67,2% «агрессивных» отцов и матерей имеют высшее образование, причем их уровень дохода колеблется от 7 до 15 тысяч рублей на одного члена семьи (68,8% данной категории).

В то же время нормативно закрепленная идеальная модель благополучной семьи в реалиях жизни становится «неблагополучной», так

как среди родителей применяющих физические наказания 79,7% состоят в зарегистрированном браке и 42,2% из них воспитывают 2 или трех детей.

При этом, большинство (56,3%) бьют детей для улучшения дисциплины. Каждый пятый родитель (20,3%) применяющий физическую силу по отношению к своему ребенку пытается тем самым сделать его сильнее. Осознают тяжелые последствия физического насилия 21,8% родителей, считающих что наносят психологическую травму ребенку и провоцируют тем самым его на жестокость.

Такое хроническое враждебное поведение со стороны родителей к собственным детям, причиняет достаточно сильный урон физическому и эмоциональному благополучию ребенка. Следствием избиения ребенка становится болезненная робость, пугливость, раздражительность, грубость. Эти формы реагирования являются тотальными, подобным образом ребенок ведет себя во всех ситуациях, он распространяет свой страх или протест против всех, даже вовсе на безобидных людей. Избиение детей в научной психологической литературе часто называют феноменом «убийством души».

Подобные моменты воспитания в странах Европы и США являются уголовно наказуемыми, попадая в разряд «жестокости обращения с детьми». Однако в нашей стране до сих пор замалчиваются глобальные масштабы данной проблемы и не разработан законопроект по защите детей от насилия в семье.

Вместе с тем, необходимо пересмотреть интерпретационные позиции понятия «благополучной семьи», включив в них не только перечисленные выше, но и такой показатель как «психологический климат в семье», позволяющий делать выводы о взаимоотношениях родителей и детей.

Список литературы

1. Концепцией государственной политики в отношении молодой семьи. М., 2007.
2. Министерство здравоохранения. Национальный доклад о насилии и здоровье. М., 2006.

ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ОСУЖДЕННЫХ К ЛИШЕНИЮ СВОБОДЫ

О.П. Иванова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

В настоящее время существует тенденция обесценивания культурных, духовных ценностей, народных традиций и смены идеологических устоев общества. В нашей стране уже давно наметился кризис системы ценностей. Об этом свидетельствует снижение значимости морально-нравственных норм, отсутствие эффективного механизма формирования и способа воздействия на сознание и поведение личности.

В числе проблемных зон, определяющих благополучие нашей страны, значительное место занимает борьба с преступностью. Распространение криминального сознания и поведения захватило широкие слои населения, оказывая воздействие на нравственные и духовные ориентиры граждан. Также постоянное влияние социальных, политических, экономических, духовно-культурных процессов приводит к движению ценностной системы.

В открытом социальном пространстве личностные установки и ценностные ориентации человека строятся под воздействием социальной среды и социального окружения. С изменениями условий жизни и деятельности людей меняется и их психологический облик. То же самое и происходит с лицами, осужденными к лишению свободы. Одни становятся агрессивными и используют любую возможность, чтобы выразить свое несогласие с требованиями отбывания режима наказания. Другие, наоборот, стараются добросовестным трудом и примерным поведением искупить вину и заслужить признание. Третьим все равно, что с ними произошло, и равнодушно воспринимают условия, в которых они оказались. В местах лишения свободы происходит изменение социального статуса человека, а это может приводить к формированию совершенно других, отличных от прежних, ценностей, интересов.

У заключенных наблюдается падение общекультурного и образовательного уровня. Чаще всего осужденные к лишению свободы не могут прогнозировать свою жизнь, воплощать поставленные цели, нести ответственность перед собой и другими за совершенные поступки, что в значительной мере осложняет процесс исправления.

Личность преступника можно рассматривать как интегрированную структуру социальных, демографических, культурных, уголовно-правовых, психологических, мотивационно-потребностных и нравственно-ценностных характеристик, которые в совокупности способствовали совершению преступления в реальных условиях криминальной деятельности [1].

Система ценностей образует внутренний стержень культуры, духовную quintessence потребностей и интересов индивидов и социальных общностей. Она в свою очередь оказывает обратное влияние на социальные интересы и потребности, выступая одним из важнейших мотиваторов социального действия, поведения индивидов. Таким образом, каждая ценность и системы ценностей имеют двуединое основание: в индивиде как самоценном субъекте и в обществе как социокультурной системе [2].

Личностные ценности формируются в период так называемой первичной социализации индивида, к 18-20 годам, а затем остаются достаточно стабильными, претерпевая существенные изменения лишь в кризисные периоды жизни человека и его социальной среды. Таким периодом можно назвать заключение под стражей. Изменения затрагивают не столько состав, сколько структуру ценностей, т.е. их иерархические соотношения друг с другом в индивидуальном, групповом и общественном сознании: одни ценности получают более высокий статус или ранг, другие

становятся менее значимыми. В этом выражается изменение их социокультурного смысла для индивидов и других социальных субъектов [3].

Результаты социологического исследования, проведенного в 2011 году в городе Саратове (N=200 человек) показали, что чаще всего совершаются корыстные преступления против собственности молодыми мужчинами и лицами среднего возраста. Большинство из них проживали до заключения в крупных городах. Также заключенные имеют более трех судимостей. Их срок наказания составляет менее 5 лет. Преступления чаще всего совершаются в состоянии алкогольного и наркотического опьянения, что также является их причиной по мнению респондентов.

При установлении значимости различных жизненных ценностей среди осужденных, для 53,3% респондентов семья занимает главное место. 21,1% ответивших затем ставят труд и работу. Для 14,6% заключенных материальная обеспеченность играет более значимую роль. Развлечение и досуг являются главными жизненными ценностями для 8% участников опроса. 3% осужденных ставят религию на первое место в рейтинге ценностей.

В рейтинге терминальных ценностей здоровье и свобода для осужденных стоят на первом месте (83,7% и 87,6% соответственно). Самоконтроль и рационализм являются важнейшими инструментальными ценностями среди заключенных (78,1% и 78% соответственно).

Находясь в заключении, будущая жизнь им мнится не только свободной, но и счастливой среди товарищей, в кругу семьи. Мечты о безоблачном будущем нужны осужденным как утешение, помощь близких: они помогают выжить. Жизненные обстоятельства существуют для респондентов как бы отдельно. Чтобы отвлечься от страшной обстановки, они перестают быть реалистами в воспоминаниях о прошлом и представлениях о будущем. Опрошенные арестанты ценят свободу (65,1%), выступают за честные доходы (48,2%), интересную работу (47,2%), гуманность к людям (35,4), стремятся во всем положиться на себя (68,2%). В то же время, треть опрошенных считает, что в жизни нужно рисковать, иметь любые доходы. А главным в жизни для них является материальный достаток.

Таким образом, наблюдается деформация структуры ценностных ориентаций осужденных к лишению свободы. Наиболее значимые для них те, что обеспечивают индивидуальное существование (здоровье, свобода, уверенность в себе). На втором месте ценности, реализующие социальные отношения (семья). И, наконец, ценности творческого характера (интересная работа, творчество) находятся ниже всех в структуре ценностных ориентаций.

Список литературы

1. Бовин Б.Г., Кокурин А.В., Мокрецов А.И. Психологические аспекты изучения личности осужденного // Преступление и наказание, 2004, №9
2. Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С. 628-630

ЦЕННОСТНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ МОЛОДЕЖИ САРАТОВА

Е.В. Игонина

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Радикальные социальные, культурные, политические, экономические и иные изменения оказывают существенное влияние на формирование ценностных приоритетов общества в целом, и отдельных слоев и социальных групп. И в первую очередь это касается молодежи. С одной стороны, молодое поколение быстрее адаптируется к постоянно изменяющимся условиям жизни и имеет больше шансов выработать и реализовать активную жизненную стратегию, добиться успеха, продвинувшись по социальной лестнице. С другой стороны, молодежь уязвима для деструктивного влияния макросоциальных процессов [1].

Первые представления о приоритетах сложились еще в эпоху Античности и получили дальнейшее развитие в традиционалистских и нововременных обществах. Общетеоретическое раскрытие проблемы дается в работах Платона, Аристотеля, Ф. Аквинского, В. Вундта, Р. Декарта, И. Канта, Ф. Ницше, М. Шелера, О. Шпенглера. Понятие ценности неоднократно становилось в центр многочисленных исследований видных российских ученых, таких как А.С. Богомолов, О.Г. Дробницкий, А.Г. Здравомыслов, А.С. Запесоцкий, И.С. Кон, Л.Н. Коган, Н.И. Лапин, В.А. Ядов и др. [2].

Под приоритетами понимаются ценности человека, характеризующие направленность и содержание активности личности, определяющие общий подход человека к миру, к себе, придающие смысл и направление личностным позициям, поведению, поступкам. Ценностные приоритеты, упорядоченные по степени их значимости, образуют иерархию. Иерархия ценностных приоритетов является своеобразным связующим звеном между отдельным человеком (индивидом) и обществом, его культурой в целом. Включение ценностных приоритетов в структуру личности «позволяет уловить наиболее общие социальные детерминанты мотивации поведения, истоки которой следует искать в социально-экономической природе общества, его морали, идеологии, культуре, в особенностях социально-группового сознания той среды, в которой формировалась социальная индивидуальность и где протекает повседневная деятельность человека» [3].

Каждое общество на конкретном этапе своего исторического развития характеризуется специфическим набором и иерархией ценностей, ценностных ориентаций, система которых выступает в качестве наиболее высокого уровня социальной регуляции. Сегодняшнюю ситуацию в стране

можно определить как промежуточную между старой системой ценностей и новой, которая только зарождается. Каждому человеку приходится выбирать свой жизненный путь. В отличие от других социально-демографических групп, молодежь острее чувствует меняющиеся общественные изменения и больше расположена к политическим и иным новациям.

От направленности приоритетов молодого поколения, их современных трансформаций напрямую зависит будущее нашей страны. Поэтому необходимо изучать современные социальные и профессиональные ориентации и жизненные пути молодежи.

В перечень главных приоритетов человека, как правило, входят семья, здоровье, стабильное материальное положение, карьера, уверенность в завтрашнем дне, дружба, любовь, эстетические и духовные ценности, самореализация и развитие личности. А вот расставляет приоритеты каждый по-разному.

Для современной молодежи главными приоритетами являются семья, друзья и здоровье, затем следуют интересная работа и деньги. Следует отметить, что ценностные ориентации молодежи в последние 30 - 40 лет претерпели заметные изменения [4]. Особенно это касается значимости труда. Однако ценностные приоритеты молодежи еще недостаточно изучены, и т.к. они постоянно изменяются, то требуют социологического мониторинга, особенно на региональном уровне.

Список литературы

1. Орлова В.В. Ценностные приоритеты молодежи в сибирском регионе// СОЦИС, 2009, №6.
2. Яницкий М.С. Ценностные ориентации как динамическая система. Кемерово, 2000.
3. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / Под ред. В.А. Ядова. Л.: 1979.
4. Семенов В. Е. Ценностные ориентации современной молодежи // Социологические исследования, 2007, № 4.

ОФИЦЕР СКВОЗЬ ПРИЗМУ МАТЕРИАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ

В.С. Ильин

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Среди множества сторон жизни современного человека немаловажную роль играет материальное благосостояние, офицеры по отношению к остальным профессиям занимают особое положение, что подчеркивает необходимость изучения влияния материального достатка на различные сферы жизни военнослужащего в частности на работу и семью.

Несомненно, на офицера накладывает отпечаток специфика профессии, на ряду с денежным мотивационным стимулом, на военнослужащего воздействуют: патриотизм, долг, честь. Однако, для того чтобы офицер

отдался полностью своим обязанностям на службе ему нужен твердый тыл, представленный благополучной ни в чем не нуждающейся семьей. Так по результатам социологического исследования проведенного в августе-сентябре 2010 года среди офицеров Энгельсского гарнизона.

Уровень благосостояния влияет на количество детей в семьях офицеров. Почти у трети (28,6%) семей военнослужащих в офицерском звании у которых покупка одежды вызывает затруднения нет детей, один ребенок у более чем половины (54,3%) респондентов, двух детей решили завести 17,1% опрошенных. У семей с более высоким материальным благополучием, но с нехваткой средств на покупку вещей длительного пользования наблюдается следующее: без детей 3,1% офицерских семей, более половины (66,2%) имеют одного ребенка, а также наблюдается увеличение семей с двумя детьми (30,8%). У офицеров без труда покупающих вещи длительного пользования 3,4% нет детей, значительно увеличилось количество семей с двумя детьми (69%) и появляются семьи решивших завести третьего ребенка (27,6%) Семьи для которых затруднительна покупка действительно дорогих вещей в большинстве своем (100%) имеют одного ребенка. Таким образом с увеличением материального благополучия растет количество детей в семьях.

Кроме количества детей материальное благополучие влияет также на стиль воспитания отпрысков респондентами. Большинство семей (61,5%), в которых покупка одежды вызывает затруднения, детей воспитывают демократично, авторитаризма придерживаются чуть более четвертой части (26,9%) офицерских семей с низким материальным благополучием, 11,5 % респондентов при воспитании отпрысков используют принцип «кнут и пряник», что можно расценивать как поиск альтернативных способов воспитания. С переходом военнослужащих в офицерском звании и их семей на следующую стадию материального благополучия, при которой средств не хватает на покупку вещей длительного пользования, позиции демократизма в воспитательном процессе усиливаются (85,7%), а авторитаризма в свою очередь ослабляются (14,3%;). Менее половины (41,4%) семей без труда покупающие вещи длительного пользования в воспитательном процессе демократичны, авторитаризм присутствует у более чем половины (55,2%) опрошенных. Принципа «кнут и пряник» в воспитании своих отпрысков придерживаются 3,4% офицеров. Среди наиболее зажиточных слоев офицерства доминирует (100%) демократичный стиль воспитания детей. Таким образом, становится возможным утверждать об усилении позиций демократизма как главенствующего принципа воспитания детей в связи с ростом материального благосостояния.

Материальное положение любого человека, в том числе офицера, также влияет на его субъективное мнение его объективного восприятия окружающими. Рассмотрим данное предположение на примере общения офицерских семей с семьями коллег. Среди семей, в которых денежных средств едва хватает на покупку одежды четвертая часть (25,7%) ходят в гости к семьям коллег, 22,9% видятся только на корпоративах, а более

половины опрошенных (51,4%) вообще не общаются с другими семьями. Далее наблюдается тенденция по налаживанию дружеских связей между семьями офицеров. Так, ходят, друг к другу в гости 40% офицерских семей оценивающих свое материальное благосостояние как «денежных средств не хватает на покупку вещей длительного пользования», только на корпоративах видятся 40% семей той же категории, а пятая часть(20%) вообще не общаются с семьями коллег супруга. Среди семей без труда покупающих вещи длительного пользования лишь 3,4% оценивают свои отношения с семьями сослуживцев как дружные, более половины (65,4%) ограничивают свое общение корпоративами, а 31% семей в сою очередь вообще не видятся. Большая часть (64,3%) богатых офицерских семей ходят в гости к семьям коллег, а 35,7% в свою очередь видятся только на корпоративах. Можно сделать вывод о повышении публичности семей с ростом материального достатка, что говорит о наличии страха, что остальные семьи живут лучше и о стремлении скрыть свое бедственное положение.

Также необходимо затронуть влияние материальной сферы офицера на его рабочие отношения, в частности на взаимоотношения с коллегами. Так, треть военнослужащих(31,4%), покупка одежды у которых вызывает затруднения, помогут коллеге при наличии свободного времени, треть (28,6%) сошлется на обстоятельства, не помогут 40% опрошенных. С увеличением материального благосостояния до затруднений в покупке вещей длительного пользования всегда помогут коллеге 24,6% опрошенных, помогут при наличии времени 37,9%, сошлются на ситуацию 31% офицеров, совсем не помогут коллеге в трудную минуту 17,2% респондентов. Для офицеров, у которых вызывает затруднения, покупка действительно дорогих вещей всегда поможет коллеге треть(28,6%) офицеров, соответственно сошлются на ситуацию 71,4% военнослужащих. Таким образом взаимоотношения между коллегами и способность помогать с увеличением благосостояния так же растет.

И так, становится возможным обозначить сферы жизни офицера на которые увеличение материального благополучия его семьи влияет непосредственно, они находятся как внутри самой семьи это: взаимоотношения между членами семьи, воспитание, отношение к детям, так и на работе это отношение к коллегам, и в неформальных связях это отношения с семьями других коллег. На некоторых этапах роста материального благополучия офицеры выпадают из общей тенденции, можно предположить, что в этих семьях заработная плата главы семьи не является единственным источником дохода, а дополняется либо зарплатой жены, либо приработками офицера, что несомненно нагнетает обстановку. А также данный факт подтверждает необходимость изучения офицеров в дальнейшем.

ДЕНЬГИ КАК ПОДАРОК В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

А.П. Исаева

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Подарок это неотъемлемая межличностного взаимодействия людей, поскольку почти каждый получает подарки и дарит их. Это не повседневные практики, а события, за которыми стоит часто не только материальное содержание вещи.

Дар всегда несет в себе определенный социальный текст, понятный только для определенной социальной группы смысл. Подарок - это элемент маркетинговой стратегии многих фирм [1]. Так же подарок может являться маркером для выделения принадлежности к какой либо социальной сети [2]. Подарки вплетены в качестве важных элементов во многие праздничные и непраздничные ритуалы [3]. Социальный ритуал дарения может возникать не только в результате многовекового процесса, в виде устойчивой традиции, но и сознательно конструироваться в течение короткого отрезка времени. Благодаря этому можно выявить определенные особенности общества и тенденции его развития. Изучение дара интересно и с точки зрения самого радикального прагматизма, поскольку при умелом его использовании возможны разработки новых неожиданных маркетинговых стратегий.

Результаты социологического исследования, проведенного в 2011 году в городе Саратове (N=200 человек) показали, что большинство саратовцев основными характеристиками подарка выступают не материальные свойства даримого предмета, а духовную составляющую. Для большей части опрошенных (55,3%) подарок сопряжен с приятной неожиданностью. Символом отношения подарок является для 33,2% опрошенных.

Основными чертами дара для большинства жителей г. Саратова является не сущность даримого предмета, а его духовная составляющая. Для 23% опрошенных важнее не сам дар, а роль дарителя в их жизни. Для 18% респондентов большее значение имеет ритуал дарения. Стоимость подарка волнует лишь 8% опрошенных.

Сегодня можно выделить несколько основных категорий подарков. Символические, коллекционные, шуточные или дарение животных и многое другое. Однако в данной статье наиболее подробно рассмотрен денежный подарок, так как он наиболее популярен среди жителей г. Саратова (54,3%).

В последнее время стало наиболее актуальным дарения подарков в денежной форме. Большинство респондентов (34%) равнодушно относятся к деньгам в форме подарка, так как они не несут в себе никакой духовной составляющей для респондента. При этом процент респондентов, недовольных получаемыми дарами, достаточно велик (48%). Стоимость такого подарка в основном варьируется от 500 до 1000 рублей.

Наиболее приемлемой ситуацией для дарения денег большинство жителей г. Саратова (44,3%) считают дни рождения и юбилеи. Причем на

свадьбы и годовщины деньги дарят в 27,7% случаев. Без повода преподнести в дар деньги саратовцы так же считают приемлемым (15,2% опрошенных). В ответ за определенную услугу деньги дарят 8,3% опрошенных.

Однако в данном случае неприемлемо называть деньги подарком, они являются закамуфлированной взяткой. Существуют определенные отличительные черты денег как дара от взятки. Во первых - взятка выступает как плата за конкретную услугу. Во вторых - Она используется в отношениях людей, не являющихся членами одной социальной сети. И в третьих - подарок, как закамуфлированная форма взятки, и услуга близки во времени и примерно эквивалентны по стоимости [4].

Дар является маркером для определения принадлежности к социальной группе. Благодаря подаркам и ритуалам дарения можно выявить особенности межличностных отношений, определенные стереотипы во взаимодействии индивидов. Так, в границах семейного социального поля обмен подарками неравномерен: наиболее интенсивно он идет между супругами (37,8%), родителями (25%) и детьми (30,6%). Самые дорогие подарки респонденты дарят родственникам (40,3%). 20% жителей г. Саратова преподносят ценные подарки друзьям. Когда в качестве подарка выступают деньги ситуация выглядит немного по-другому.

Родственникам преподносят подарки в денежной форме деньги 17,6% опрошенных. Своим детям дарят деньги 15% саратовцев, а родителям 11%. Супруги обмениваются денежными подарками крайне редко (5,9%). Обычно, в 31,9% случаев, деньги дарят друзьям. Стремление оказать материальную поддержку, как причину дарения денег, определяют 35,2% дарителей. Возможно, это является следствием отказа от ритуалов, традиций или разрушением тесных межличностных связей. Это может быть связано с низким уровнем жизни или следствием влияния рыночных отношений.

Подарки являются неотъемлемой частью социальных межличностных отношений и в некоторой степени определяют их. В России сложилось двойственное отношение к феномену дара. С одной стороны, наиболее важным для россиян является духовная составляющая дара, его символизм, социальный текст. Основными чертами дара так же является не стоимость или полезность, а ритуал дарения и значимость в жизни получателя дара дарителя. Эта тенденция свидетельствует о сохранении сакральной сущности подарка и о его значимости в современном мире.

Одновременно с этим, подарок, как важная часть социального межличностного взаимодействия, способ поддержания социальных сетей и разрыва повседневности теряет своё значение. На смену ему приходит дарение денег. На сегодняшний день это является наиболее комфортным способом выказать своё отношение для дарителя, что свидетельствует об усилении утилитарного характера процесса дарения. Это явление может быть вызвано низким уровнем материального положения, стремлением оказать материальную поддержку. Иной причиной может выступать изменение социальной роли денег. В современном мире деньги так же становятся

определенным символом благополучия, успешности. В частности меняется их основная функция, в следствии чего, деньги так же могут вляться полноценным подарком, несущем в себе социальный подтекст. Так же причиной дарения денег может выступать тенденция к постепенному разрушению тесных межличностных связей и обезличиванию процесса дарения.

Список литературы

1. *Фенько А.Б.*, Экономика подарка // <http://www.acapod.ru/796.html>? printable =y
2. *Долгушева Е.А.* «Социальные сети поддерживаемые актами дарения». С-Пб,; 2008. С. 23
3. *Мосс М.* Очерк о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах // Общества. Обмен. Личность. М.; «Восточная литература» Ран, 1996. С.136
4. *Леденева А.И.*, Блат и рынок: трансформация блата в постсоветском обществе//Неформальная экономика, 1998, № 13, С. 3-10.

ЭТНОРЕЛИГИОЗНЫЕ ТРАДИЦИИ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ КОНФЛИКТНОСТИ В МУСУЛЬМАНСКОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

Ю.Р.Кабанова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Этнокультурные традиции являются важнейшим инструментом формирования ценностной ориентации человека. А ценностные суждения и нормы во многом определяют его дальнейшую деятельность, влияют на мировидение и методы принятия решений.

Знание традиций своего народа закладывает в человеке основы гуманистического мировоззрения. «Гуманистическое мировоззрение- стержень личности, совокупность взглядов, убеждений, идеалов, определяющих духовность» [1]. Одна из религий, которая формирует ценностные ориентации является ислам. Ислам- это полное абсолютное единобожие, «покорность», «подчинение» законам Аллаха [2]. Ислам, возникший на Аравийском полуострове в среде разрозненных арабских племен дал мощный толчок развитию арабской цивилизации. Под знаменем ислама арабы захватили огромные территории, где он стал основной религией. В некоторые страны ислам пришел мирным путем. Став составной частью жизни человека ислам направляет его действия, помогает ему самосовершенствоваться. Ислам является и воспринимается как определенный образ жизни. За достаточно длительное время своего существования мусульманская религия широко распространилась практически по всему миру. Мусульманские общины можно найти более чем в 120 странах мира в разных уголках земного шара. Численность верующих людей, входящих в такие общины, составляет более 1 млрд человек. А в России же, согласно данным официальной переписи 2002 года, общая

численность всех народов, преимущественно исповедующих ислам составляет 14,5 млн. человек. Однако очень многие уверены, что официальные данные относительно этой группы населения колоссально занижены [3]. Но и эта цифра с каждым годом возрастает. Ислам сегодня имеет все условия для сохранения себя в качестве одной из ведущих религий мира.

Влияние ислама на мировые, культурные и политические процессы становится все более явным и ощутимым. Учитывая многонациональный состав России, проблемы нравственного возрождения, мирного сосуществования различных культур, этносов и религий приобретают особую важность. Возрождение - это прежде всего возрождение духовности, культуры и культурных ценностей, на которых базируется любое общество. Вера является одной из основных ценностей любой культуры, она наполняет человеческую жизнь смыслом, а религиозная вера, кроме этого, дает человеку ответы на вечные вопросы, ценностные и моральные ориентиры. Анализ сущности современного ислама актуален с точки зрения определения содержания миропонимания значительной части населения нашей страны, исповедующей ислам. Знание этой сущности представляется важным и актуальным для разрешения частых конфликтов и обеспечения мирного сосуществования обитателей общего «дома».

На самом деле определить, что такое «мусульманин», вообще не так просто. С одной стороны существует некая самоидентификация «я мусульманин», за которой ничего не может и быть. Мусульманами считают себя и светские люди, которые ни разу в жизни не были в мечети, не соблюдают ни одного из пищевых запретов и никогда не открывали Коран. Это связано с тем, что их этническая самоидентификация традиционно увязывается с мусульманской конфессией (татары, казахи, дагестанцы). По сути, здесь происходит подмена религиозной идентичности - национальной. Акцент делается на этнокультурных отличиях от доминирующего этноса - русских. Однако достоверных данных о том, какой процент из ощущающих себя мусульманами соблюдает предписания своей религии и, тем более, руководствуется исламскими нормами в политической жизни нет. И является ли ислам более конфликтной конфессией чем остальные религии? Дагь ответ на это можно путем проведения социологического исследования.

Список литературы

1. Роль этнокультурных традиций в историческом развитии России/Vpedsovet. Su/load
2. Ислам//шт.wikipedia.org/wiki/
3. Сколько мусульман в России//www.newsru.com/background/28sep 2005/moslemrus

П.А. СТОЛЫПИН – ВЕЛИКИЙ РЕФОРМАТОР

К.Э. Капитонова

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова

Высоко в исторической памяти стоит Петр Аркадьевич Столыпин. Ныне это имя окружено величайшим уважением, безусловным признанием. А знакомство с биографией этого человека, его делами, поступками, с его блистательными речами в Думе подтверждает, что России выпала удача иметь во главе деятеля, знавшего, что делать для страны, и имевшего мужество осуществлять задуманное.

Разрабатывая концепцию выхода из системного кризиса и методологию программы реформ, П.А. Столыпин писал: «Реформы во время революции необходимы, так как революцию породили в большей мере недостатки внутреннего уклада. Если заняться исключительно борьбой с революцией, то в лучшем случае устраним последствия, а не причину. Обращать все творчество правительства на полицейские мероприятия – признак бессилия правящей власти». При этом П.А. Столыпин считал необходимым использовать как российский исторический опыт и традиции, так и опыт Пруссии и Австрии, правительства которых, опираясь на силу, сами становились во главе реформ [1].

Столыпин блестяще справился с задачей умиротворения России и фактически обеспечил 12-летнюю паузу между двумя российскими революциями. Говоря о концептуальных составляющих методологии программы реформ П.А. Столыпина, прежде всего, то, что он предлагал создание в России правового государства. При этом оно должно не только сохранить свои исторические особенности, но и защищать свои традиции, что будет способствовать быстрейшему раскрепощению личности и формированию гражданского общества и, в конечном счете, ускорит процесс создания Великой России. Программа построения новой России решалась им с учетом исторического опыта формирования и функционирования российской государственности и традиций русского народа. В его речах, выступлениях, письмах, а также в делопроизводственной переписке можно найти большое число высказываний о его неуклонной приверженности русским историческим началам, русскому национальному пути. П.А. Столыпин считал, что умиротворение страны и реализация программы реформ объективно будут способствовать укреплению государственного единства и территориальной целостности России. Программа реформ П.А. Столыпина включала предоставление гражданских и политических прав личности. («О неприкосновенности личности и жилища и тайне корреспонденции», а также «Об изменении законоположений, касающихся перехода из одного исповедания в другое», которые, как и многие другие законопроекты, существенно расширяли права граждан и создавали условия для формирования правового государства) [2].

Как известно, центральное место во внутренней политике Российского государства начала XX столетия занимал аграрный вопрос. Решение данной проблемы связывается в российской исторической науке с именем Петра Аркадьевича Столыпина, ставшего центральной политической фигурой и принявшего активное участие в разработке и проведении аграрной реформы. Центральные идеи реформы заключались в выходе крестьян из общины, объединении отдельных участков в единый отруб, а также выселении крестьян на отдельный хутор и создании фонда из части государственных земель. Столыпинская аграрная реформа была призвана создать средний класс в сельской местности путем разрушения крестьянской поземельной общины. Роль П.А. Столыпина состояла не в его теоретических обоснованиях аграрных преобразований, а в том, что он собрал существовавшие программные и концептуальные аграрные элементы воедино, искусно переработал их, придал им соответствующий легитимный статус и подкрепил своим авторитетом. Столыпин ставил своей целью отмену всех сословных ограничений. Фактически впервые речь шла о признании властью России большинства своих подданных равноправными гражданами, равноправными партнерами.

П.А. Столыпин отчетливо понимал необходимость проведения преобразований в народном образовании, науке и культуре, реализация которых в совокупности могла существенно ускорить ход модернизационных процессов в стране. Он предполагал создание единой общедоступной сети (по сути дела, непрерывное образование), которое бы включало начальное, среднее и высшее образование. Первым шагом стал проект «Введение всеобщего начального обучения в России». Было разработано также «Положение о высших начальных училищах», «Правила о частных учебных заведениях, классах и курсах Министерства народного просвещения», «Положения о гимназиях Министерства народного просвещения», «Новый университетский устав» и другие законопроекты, существенно расширявшие образовательное пространство Российской империи. П.А. Столыпину удалось провести реформу местного суда, которая имела прогрессивное значение, так как устанавливала равенство представителей всех сословий перед законом. Иная судьба была у «Проекта об изменении правил охранительного судопроизводства», который был призван защищать гражданские права личности [3].

Оценивая персону Столыпина, как историческую личность, нельзя выразить однозначного мнения. Его потенциал был огромен, но условия и окружение не давали больших возможностей. Свою реформаторскую деятельность Пётр Столыпин направлял на возрождение России, её экономики. В его деятельности были как промахи, так и успешные проекты. Его значение в истории бесспорно. Он вошел в историю России как один из наиболее заметных политических деятелей начала XX века, наряду с Витте, Родзянко, Милюковым. Признать проводившуюся Столыпиным политику до конца успешной нельзя, однако на развитие страны она оказала важное, и во

многим положительное влияние. Столыпин все для сохранения и поддержания внутренней стабильности в стране.

Давая противоречивую оценку его реформам, все сходится в главном: признании у П.А. Столыпина таких качеств, без которых он не состоялся бы как реформатор.

Список литературы

1. Кабытов П.С. П.А. Столыпин: Последний реформатор Российской империи. М., 2007. URL: <http://rushist.samsu.ru/archive/108--ql-rq> (дата обращения: 29.09.2011, 19:00)
2. Пожигайло П.А. Столыпинская программа преобразования России (1906–1911). М., 2007. URL: <http://rushist.samsu.ru/> (дата обращения: 12.03.2011, 15:00)
3. Столыпин П.А. Программы реформ. М., 2003. Т. 1. URL: <http://rushist.samsu.ru/archive/106> (дата обращения: 17.04. 2011, 17:00)

ШОПИНГ – БАРЬЕР ПРОТИВ СТРЕССА

А.Н. Карасева

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

В нашей стране после распада СССР и отмены «железного занавеса» появился большой выбор товаров и услуг. Широкий ассортимент продукции повлек за собой появление больших универмагов и супермаркетов. Шопинг становится не просто необходимостью, но и новым видом отдыха, досугом. Молодежь совершает процесс потребления по-разному, под влиянием определенных факторов. Важное место уделяется гендерным различиям, уровню дохода и образования, семейному положению и другим социальным факторам, влияющих на шопинг. Это подчеркивает важность и актуальность изучения данной сферы экономической и социальной жизни общества в России.

Шопинг всегда был эффективным средством для улучшения настроения, получения удовольствия. Чувство удовольствия от шопинга имеет под собой глубокую психологическую и физиологическую подоплеку. Как выяснили немецкие ученые еще столетие назад, в процессе покупки вырабатывается гормон серотонин - тот, что выделяется во время транса, гипноза, приема ЛСД и прочих измененных состояний сознания. Серотонин оказывает антистрессовое действие, регулирует тонус сосудов, влияет на иммунитет. Недостаток серотонина в организме, по словам медиков, приводит к депрессивным состояниям, развитию шизофрении, низкой самооценке. Женский организм более чувствителен к перепадам уровня серотонина. Особый вид получения удовольствия - распродажа. Процесс шопинга на распродаже сравним с удовольствием, получаемым во время охоты: знание хитростей и технологии, выдержка, опыт. Но шопинг, как и всякое удовольствие, может давать эффект пресыщения, когда из источника

удовольствия это превращается в хаотичные, неограниченные покупки ради покупок. Кратковременное «ложное» удовольствие с последующей депрессией. Немецкие медики нарекли процесс приобретения вещей, носящий признаки невроза, «покупкоманией», или «ониоманией». Психиатры считают, что ониоманией страдает уже 10% населения мира, и она превращается в эпидемию. Женщины составляют более 80% страдающих этим недугом [1].

Социологическое исследование, целью которого являлось изучение особенностей поведения молодежи города Саратова в процессе шопинга, было проведено в июле-августе 2011года. В ходе исследования было опрошено 53% женщин и 47% мужчин. При этом 32% опрошиваемых проживают в Ленинском районе. 22% респондентов являются жителями Заводского района. По 16% опрошиваемых проживают в Октябрьском и Кировском районах города. 5% и 9% респондентов живут на территории Фрунзенского и Волжского района соответственно.

Среди опрошиваемых 13% являются школьниками (16,17 лет). Доля студентов (от 18 до 22 лет) составила 43%, а рабочей молодежи (23 - 30 лет) – 44% молодого поколения города Саратова. Средний возраст опрошиваемой молодежи - 22 года. Критерии выборочной совокупности соответствуют критериям генеральной совокупности, что говорит о репрезентативности полученных данных и позволяет экстраполировать результаты на всю генеральную совокупность.

Больше половины респондентов (60,5%) незамужние/ холостые. Молодежью живущей в гражданском браке являются 19,5% респондентов. 13,5% опрошиваемых состоят в зарегистрированном браке. В разводе находятся 5% молодежи. Вдовы составили 1,5% респондентов.

Шопинг является неотъемлемой частью нашей жизни. Каждый человек время от времени совершает покупки, но каждый имеет своё отношение к шопингу.

Так в ходе исследования было выявлено, что больше всего респондентов относится к совершению покупок исключительно как к обязанности, необходимости (55%). Для 28% опрошенных покупка товара является досугом. И лишь 17% молодежи рассматривают совершение покупок как способ получения большей информации перед покупкой.

При этом 44% молодежи приобретают товары исключительно ради покупок. 24% опрошиваемых совершают покупки в качестве развлечения. 16,5% респондентов используют приобретение товаров как средство для снятия стресса. И лишь 1,5% испытывают физическую потребность в совершении покупок. Затруднились ответить 14% опрошиваемых.

Наиболее предпочитаемыми местами покупок для 44% и 30% молодежи являются торговые центры и типовые магазины соответственно, так как они более удобны для продолжительного шопинга. 17% опрошиваемых предпочитают рынки и ярмарки, 9% молодежи отдают предпочтение интернет-магазинам. Совершение покупок в интернете можно условно назвать «ленивым шопингом».

Вместе с тем торгово-развлекательные комплексы несут в себе функцию расслабления, так для 30,7% молодежи занятия шопингом являются отдыхом. Для 30,2% опрошенных посещение торгово-развлекательных комплексов является способом «убить время». 19,6% респондентов узнают о новых тенденциях в моде. Избавляются от депрессии – 7,5% молодежи. Для 1% саратовцев посещение торгово-развлекательных комплексов – просто покупка товара. 0,5% опрошенных не получают результата от посещения торговых центров. 10,6% опрошенных затруднились ответить на этот вопрос.

50% молодежи совершает незапланированные покупки. Красивые витрины магазинов манят покупателей. Огромный выбор одежды, развешенной по цвету и стилю, возможность померить наряд в уютной примерочной с большими зеркалами притягивают современных саратовцев. Если это период распродаж, то устоять практически невозможно. При этом чаще всего респонденты делают внезапные покупки 1 раз в месяц, не жалея об этом. Можно предположить, что чувство удовлетворения, радость от покупки положительно влияют на покупателей, что не даёт молодежи сожалеть о незапланированных покупках.

Вместе с тем покупают ненужные товары почти половина молодежи. Разнообразные акции подталкивают покупателей на приобретение ненужных вещей. К примеру, при покупке одного товара можно купить вторую вещь с 50% скидкой. Покупателю нравится предложение – вещь в полцены – и потребитель соглашается на покупку второго, зачастую ненужного товара. Чаще всего ненужные покупки совершаются 2,3 раза в месяц (19,3% респондентов).

При покупке товара респондент испытывает определенные чувства и получает различные ощущения. Так, совершая покупки, получают удовольствие половина опрошенных. 32,5% молодежи испытывают радость от покупки. Никакие чувства не ощущают 18% респондентов. Грустно становится после шопинга 5% опрошенных. Испытывают тревогу 4,5% молодежи. Разочаровываются в покупках 0,5% респондентов. Затруднились ответить на вопрос об ощущениях при покупке 6% опрошенных.

Таким образом, нацеленный шопинг или незапланированный приносит удовольствие респондентам в обоих случаях. Покупка нового товара зачастую приносит радость. Возможно, поэтому 16,5% опрошенных используют шопинг как средство для снятия стресса.

В итоге шопинг – это не только процесс бессмысленной траты денег, но и отличный барьер против стресса, так считают 16,5% респондентов. Приобретение новой вещи всегда оставляет приятные ощущения в душе человека. А если покупка совершается спонтанно, как у половины опрошенных, то приобретение уже является приятным сюрпризом, что лишь усиливает позитивное восприятие происходящего.

Ради отдыха, снятия стресса саратовцы тратят значительную часть своего дохода. Можно отметить, что больше половины денег, составляющих

доход молодежи, уходит на покупки товаров и посещение кафе. Двух-трех разовый поход в торговый центр забирает время и деньги взамен на удовольствие и отдых, возможность отвлечься от повседневных забот.

Шопинг позволяет сменить обстановку, поставить барьер против стресса и погрузиться в мир ярких красок. Больше половины саратовской молодежи испытывает удовлетворение, находя и приобретая так называемые трофеи в виде красивых безделушек. Респонденты желают быть не только стильными, но и модными. А 1,5 – 3 часовая прогулка по торговым центрам дает полное представление о том, «что сейчас носят», лучше любого журнала мод.

Список литературы

1. *Клименко О.М.* Феномен удовольствия в культуре. Матер. междунар. науч. форума 6-9.04.2004 г. - СПб.: Центр изучения культуры, 2004.С.353-354

РОК-ДВИЖЕНИЕ: ОТ ПРОТЕСТНОЙ КУЛЬТУРЫ К ПОПУЛЯРНОЙ

М.А. Карелин

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Наличие разнообразных суждений о рок-культуре объясняется сложностью данного феномена. Рассматривая рок-культуру и её музыкальную основу (рок-музыку) следует отметить, что рок-музыка представляет собой особое музыкальное направление исторической эпохи, приносящее не только эстетическое наслаждение, но и решающее ряд задач: формирование молодёжного сознания, критическое осмысление действительности, выражение социального протеста.

Рок-культура - это не только музыка, это определённая общественная позиция, мироощущение и миропонимание широких масс молодёжи. Свою деятельность молодёжь воспринимала как выражение мнения «отверженных», ведущих постоянную борьбу за свою нишу в обществе. Реагируя на социальные изменения и естественный отбор ценностей, молодёжные субкультуры способны адаптироваться к условиям окружающей действительности, трансформируясь и видоизменяясь.

В сентябре 2010 в городе Саратове было проведено авторское исследование, цель которого - изучение поколенческих стереотипов относительно рок-культуры. Было опрошено 152 человека (55% - женщин, 45% - мужчин) в возрасте 14-28 лет – 38%, 29-47 – 39%, от 48 лет – 23%.

По результатам авторского социологического исследования, выявлено, что, по мнению большинства жителей Саратова, рок-культура и официальная культура существуют независимо друг от друга (42,7%). Рок-культуру как составной элемент официальной культуры определяют 21,3% опрошенных.

При этом, манеру поведения приверженцев рок-культуры характеризуют как индивидуализированную, выделяющуюся в толпе (60,9%) и вульгарную (15,9%).

В понимании молодёжи рок-культура выступает, в первую очередь как движение, базирующееся на рок-музыке (16,3%), и музыкальное направление (14,3%). Деятельность представителей данного движения характеризуется как бескультурье (6,1%). У представителей среднего поколения рок-культура ассоциируется с музыкальным направлением (20,8%) и только потом - как одна из разновидностей субкультур (15,1%), способствующая творческой самореализации и самовыражению (13,2%). Представители старшего поколения так же рассматривают рок-культуру с позиции музыкального направления (27,6%) и только потом как способ самовыражения, один из видов субкультур.

Оценка данного движения и деятельности её представителей характеризуется старшим поколением как бескультурье (17,2%). При этом самоидентифицируют себя в качестве фанатов рок-культуры лишь представители молодёжи (8,8%) и среднего поколения (1,7%). Представители рок-культуры так же представлены данными возрастными категориями, но доля молодёжи среди них значительно выше (12,3%). Интересуются данным движением преимущественно представители среднего поколения (43,3%). Наименьшая заинтересованность характерна для старшего поколения (17,1%). Респонденты, отнёсшие себя к меломанам, представлены, в основном, молодым поколением (21,1%). Среди среднего поколения таковыми являются 10% и старшего поколения 2,9%.

Проявление негативного отношения к рок-культуре наблюдается в основном у представителей старшего поколения (28,6%), в меньшей степени у молодёжи (8,8%). Респонденты среднего возраста наиболее терпимы к рок-движению (3,3%).

Таким образом, увлечение рок-культурой, представленное в фанатизме, принадлежности к данному движению характерно для молодёжи, и с возрастом имеет тенденцию к затуханию. Наибольшее заинтересованы рок-культурой представители среднего поколения, что может быть объяснено их былой приверженностью к данному движению. Это также может объяснять их лояльное отношение к рок-культуре в отличие от представителей старшего поколения. Наибольшее недовольство данным движением характерно для старшего поколения.

Основу приверженцев рок-культуры составляет молодёжь (50%) и среднее поколение (42,9%). Для молодёжи основными формами принадлежности к рок-культуре выступают предпочтение определённого музыкального стиля (80%) и посещение рок-конcertов (52,4%). Следование особому образу жизни и стилистическим предпочтениям в одежде наименее распространены среди молодёжи.

Для данной возрастной категории ценными составляющими рок-культуры являются музыка (85,7%), лирика и смысловая составляющая песен (76,2%). Рассмотрение рок-культуры молодёжью происходит с позиции

самовыражения (76,2%) и возможности противостояния условиям современного общества (38,1%). Только для 14,3% опрошенных рок-культура является источником дохода.

Среди представителей среднего поколения наблюдается похожая тенденция, как в проявлении принадлежности, так и в определении наиболее ценных составляющих рок-культуры. Музыка и лирика рок-песен для данной возрастной группы определяются как наиболее ценные. Так же стоит отметить важность для респондентов внешних атрибутов (11,1%) и принадлежности к рок-культуре (16,7%).

Рок-культура как способ самовыражения и источник дохода теряет свои позиции, становясь для опрошенных любимым музыкальным жанром (22,2%). Снижение активности среднего поколения в рок-культуре может быть объяснено переосмыслением самого движения и его важности в жизни индивида.

Для последователей рок-культуры старшего поколения (7,1%) основной формой проявления принадлежности является предпочтения определённого музыкального стиля. Из всех элементов рок-культуры одинаково ценными для данной возрастной группы являются музыка и смысловая составляющая лирики (66,7%).

Рок-движение, представляющее социальное явление контркультурного характера, на определённых временных этапах оказывало воздействие на процессы, происходящие в обществе. Но с учётом современных реалий можно утверждать об определённой тенденции трансформации рок-движения «из культуры маргинальной, чисто молодёжной – в культуру общечеловеческую», и снижении протестной составляющей. Базисным принципом рок-культуры в СССР являлось понимание господствующего культурного канона как чуждого и враждебного. Отечественных рок-музыкантов объединяла принадлежность к одному музыкальному направлению, единство идей, одна и та же гражданская позиция: критическая оценка исторического опыта и приветствие перемен. Современное рок-движение разнообразно по стилю, идейному содержанию, доле критики и пафоса. Хотя рок-культура и остаётся уделом молодых, участие в данном движении представителей среднего и старшего поколения стало вполне обыденным.

Результат воздействия рок-культуры на общество в недавнем прошлом и сейчас, рассматривается с позиции «бунтарей» и «ценителей рок-музыки». Для современных представителей рок-движения возможность творческой самореализации с использованием бунтарских идей и эпатажных образов является важным составляющим рок-культуры.

Таким образом, рок-культура представляет собой уникальное явление. Она отразила поиск молодежи собственного положения в мире. Ее можно рассматривать как итог исповеди поколения. Оказавшегося на переломе двух исторических эпох, документом своего времени, отражающим духовный поиск молодого поколения, живущего в мире, где сталкиваются различные системы ценностей.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ЭТНИЧЕСКОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ

В.О. Коротин

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Социальная сеть – это интернет-ресурс, предназначенный для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, контент которого наполняется непосредственно самими пользователями. Своё победоносное шествие по миру социальные сети начали ещё в 1995 году с американского портала *classmates.com* (на данный момент «Одноклассники» являются его аналогом). Но официальный бум пришёлся на 2004 год, когда был создан Facebook.

Популярность социальных сетей в настоящее время можно объяснить тем, что их создатели делают ставку в первую очередь на удовлетворение человеческой потребности в самовыражении, и только уже потом на установление/поддержание деловых и дружеских контактов [2]. Ведь в соответствии с пирамидой Маслоу, именно самовыражение является высшей потребностью человека, опережая даже признание и общение [5]. Социальные сети на данный момент – это своего рода некая площадка, где каждый пользователь может найти техническую и социальную базу для создания своего виртуального «Я». Не остается в стороне и этническая составляющая этого виртуального «Я».

В соответствии с Конституцией РФ именно многонациональный народ России является носителем суверенитета и единственным носителем власти в нашей стране. «Запрещаются любые формы ограничения прав граждан по признакам социальной, расовой, национальной, языковой или религиозной принадлежности» [3]. «Каждый вправе определять и указывать свою национальную принадлежность. Никто не может быть принужден к определению и указанию своей национальной принадлежности» [3].

Согласно Всероссийской переписи населения, которая проводилась в 2010 году, «на территории РФ проживают представители более 160 национальностей» [4]. «Национальная принадлежность в ходе опроса населения указывалась самими опрашиваемыми на основе самоопределения и записывалась переписными работниками строго со слов опрашиваемых. В связи с этим в 2010 г. у 5,6 млн. человек (почти 4,0%, в 2002 г. – 1,5 млн. человек, или 1%) отсутствуют сведения о национальной принадлежности» [4].

Таким образом, получается, что русских в РФ 80,9 %. Примерно ещё 10 % населения – представители национальных автономных республик, которые входят в состав РФ. Однако это вовсе не означает того, что они проживают именно на территории данных республик. Но это не лишает их права на этническую самоидентификацию. Тем более в начале XXI века, в период широкого распространения идей прав человека, в период политического, национального и культурного плюрализма, в период начавшейся

международной интеграции. И в данной проблеме социальные сети выступают одним из способов её решения.

С появлением и внедрением социальных сетей в повседневную жизнь каждого из нас, расстояние и время перестали быть факторами, безусловно определяющими дальнейшую жизнедеятельность. Мы получили возможность получать нужную нам информацию «из первых рук» в считанные минуты, невзирая на расстояния. А ведь это, согласно одной из теорий социологии прогресса, показатель развития общества.

Таким образом, получается, что где бы человек не находился, он имеет возможность без особых временных, финансовых и физических затрат общаться с представителями того же этноса, к которому он себя причисляет, и тем самым не забывать язык, следовать национальным традициям и обычаям. И благодаря социальным сетям представители различных этносов консолидированы в сообщества по интересам, также возможно и непосредственное общение. Возможности социальных сетей в этническом вопросе имеют и негативные последствия. В последнее время данные интернет-ресурсы используются для удовлетворения экстремистских и националистических воззрений. Поэтому не стоит забывать о межэтнической толерантности. Любой человек имеет право на этническую самоидентификацию, пока он не нарушает точно такого же права другого человека.

Судьбу отдельного человека нельзя оторвать от судьбы его народа. Сам человек причисляет себя к той или иной национальности, исходя из самосознания, владения языком, на котором он говорит и считает родным, приверженности традициям и обычаям, которые он соблюдает, культуре, которая ему близка. В историческом прошлом у разных народов были славные страницы. Исторический путь каждого народа – это возникновение и утверждение национальных традиций и обычаев, отношение к которым неоднозначно. У многих народов есть добрая традиция гостеприимства, славная традиция помощи другим народам, попавшим в беду. Людям присуще чувство национальной гордости. Представители любого народа всегда гордились творениями мастеров, выдающимися достижениями своей культуры, подвижничеством борцов против эксплуатации и угнетения. Но национальная гордость людей должна включать уважение к национальным интересам других народов, признание того, что и другие народы тоже имеют право на национальную гордость.

Сотрудничество и взаимопонимание между нациями нужно беречь и укреплять. Надо руководствоваться основополагающим критерием: каждый человек, к какой бы нации он не относился, должен чувствовать себя в любой части нашей страны равноправным гражданином, иметь возможность пользоваться всеми правами, гарантированными законом. Равенство наций и народов неразрывно связано с равенством людей, независимо от их национальности. Это – высший принцип гуманизма цивилизации. «Разумный учет, разумное использование многонационального потенциала, умение управлять во благо каждой культуры, каждой национальности и всей России,

национальным и многонациональным потенциалом – это важнейшая задача государственного и общественного управления. Национальная самобытность и многонациональность не являются помехой, а являются потенциалом успешного развития региона и страны» [1].

Список литературы

1. *Абдулатипов Р.* Многонациональный регион: особенности развития и управления // Саратов-СП №32, 2000
2. *Кветна И.* Маркетинг в социальных сетях - ставка на доверие // «Маркетинг и реклама», № 6, 2009
3. Конституция Российской Федерации, М., 2007, ст. 19
4. «Окончательные итоги Всероссийской переписи населения 2010 года» // http://www.perepis-2010.ru/results_of_the_census/results-inform.php
5. «Пирамида потребностей Маслоу» // <http://www.psychologos.ru>

БУКМЕКЕРСТВО В ЖИЗНИ МОЛОДЁЖИ САРАТОВА

В.А. Косырева

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

С незапамятных времен люди заключают пари на предполагаемый исход каких-либо событий. На эксплуатации чужих страстей был заработан не один миллион. Деньги, как известно, одна из главных страстей человечества. Ведь ничто не дает такого мощного выброса адреналина в кровь, как риск собственными деньгами. И, вопреки расхожему мнению, деньгами любят рисковать не только миллиардеры, но и люди, имеющие весьма скромный достаток. На чужом азарте кормятся многочисленные букмекерские конторы и тотализаторы.

Букмекерство представляет собой пари между букмекерской конторой и игроком, причем последний заранее знает точный размер возможного выигрыша, который определяется коэффициентом выбранного события, умноженным на сумму ставки [3].

Букмекеры принимают ставки при игре на скачках и бегах, на результаты различных спортивных, политических, культурных, финансовых, погодных и прочих событий. Для букмекера важно уметь хорошо прогнозировать (самостоятельно или на основании других прогнозов) предполагаемые вероятности событий, на которые принимаются ставки, и будущую популярность различных ставок среди потенциальных клиентов.

По традиции, испокон веков местом, где делались спортивные ставки, был ипподром. Так повелось ещё со времён Римской империи.

Согласно одной версии, все началось с того, что во время первой документально подтвержденной гонки лошадей во Франции в 1651 году двое дворян заключили пари. Другая гласит, что первым профессиональным спорщиком стал француз Пьер Олер, простой парижский лавочник, введший

в практику в 1872 году пари на скачки. Зрители, дабы увеличить свой интерес от происходящего, стали спорить, какая лошадь придёт к финишу первой [5].

Профессиональные букмекеры появились в Англии в XIX веке, которая и сейчас удерживает первое место в мире как по числу букмекерских контор, так и по числу игроков на тотализаторе. Позже стали применяться тотализаторы – устройства, автоматически рассчитывавшие распределение ставок и коэффициенты выигрыша [5].

В России тотализаторы и букмекеры появились ещё в дореволюционное время, но почти всю советскую эпоху букмекерской деятельности в СССР практически не было. В 80-х годах в СССР учредили спортивный тотализатор "Спортпрогноз" государственного управления лотерей, а примерно в 1991 году в Москве появились первые советские букмекерские конторы современности.

Сейчас подобный бизнес в России держится, прежде всего, на спортивных соревнованиях. На первом месте по количеству ставок стоит футбол, затем идут хоккей, баскетбол, теннис, чемпионат «Формулы-1». При этом букмекерство в России явно набирает обороты. Роль контор в сфере игорного бизнеса существенна. Так, годовой объем рынка ставок 2010 года составил 1 млрд. долларов США [3].

Ставка на спортивное событие – не единственная возможность принять участие в игре на тотализаторе. Для любителей острых ощущений букмекеры предлагают необычные, а иногда и вовсе экзотические виды ставок. По сути, любое значительное событие - повод для ставки. Помимо спорта, искусства и шоу-бизнеса, в мировой практике можно делать ставки на такие события, как исход громких судебных процессов, мера наказания для преступника, можно угадать победителя выборов Римского Папы, а можно — столицу Олимпийских Игр. Те, кому ближе наука, могут поставить на будущего лауреата Нобелевской премии [4].

С одной стороны букмекерство – это доходный бизнес, но лишь для тех, кто действительно имеет голову на плечах и не теряет способность рассуждать здраво. Существует множество книг, повествующих о том, как заработать на ставках миллионы. Например, книга А.Голдовского «Гиперсистема гарантированного заработка на футбольных рынках в букмекерских конторах». Однако, с другой стороны букмекерство – это азартная зависимость, превращающая ранее вполне адекватного человека в «наркомана», требующего постоянной дозы ставок.

Во многих из нас подсознательно гнездится страх перед реальностью. Отсюда и желание уйти от будничной действительности, избавиться от гнета тревог, от напряжения и стрессов – иными словами, от психологического дискомфорта. Ничего удивительного, что люди часто прибегают к стратегиям зависимого поведения, пытаясь искусственным путем изменить свое психическое состояние, хотя бы на время уйти в иллюзорный мир своего увлечения.

Игра – одна из главных форм проведения досуга. Примерно половина населения в то или иное время во что-нибудь играет, начиная субботним покером и заканчивая заключением пари на исходы спортивных состязаний. Большинство людей развлекаются игрой и продолжают жить обычной жизнью. Определенная же часть игроков, к сожалению, впадает в патологическую зависимость от игры.

Психоаналитиков азартная игра стала интересовать в начале XX века. Исследовали её Фон Хаттинберг в 1914 году, Отто Фенхиль в 1945 году. З. Фрейд исследовал Достоевского, который был патологическим игроком, и связал патологический азарт с невротическими чертами. Талер и Джонсон в 1990 году говорят о том, что мотивация играть повышается, если человек выигрывает. Феномен «почти победы» также усиливает мотивацию играть. Об этом говорит Скиннер в 1953 году, Канеман и Тверски в 1979 году [1].

Во-первых, азартно-зависимые игроки не могут и не желают трезво воспринимать и оценивать реальность, предпочитая воображаемый мир игры. Во-вторых, в обычной жизни они постоянно испытывают эмоциональную незащищенность, ощущая психологический комфорт лишь во время игры, даже проигрывая последнее. В-третьих, в повседневной жизни они незрелы и инфантильны. Им хочется без особых усилий получать все удовольствия и блага жизни, избегая при этом малейшей ответственности за себя, за своих близких и уж тем более за последствия своих поступков. Отстаивание «права на безответственность» порой превращается в навязчивую идею. Довольно часто проблемный игрок разыгрывает перед окружающими и самим собой важную персону, стремясь вызвать в себе ощущение власти, могущества и удачливости. Ведь в своем воображении он именно таков и убедить в этом окружающих готов даже ценой антисоциального поступка [2].

Вызывают тягу к азартным играм жизненные проблемы, желание обогащения, инстинкт состязательности, стремление к риску. Самое распространенное убеждение азартных игроков состоит в том, что каждая партия или каждый кон в азартной игре связаны с предыдущими. Если тебе не везет сейчас, то скоро (или когда-нибудь) все непременно изменится и удача вспомнит о тебе. Ну не сегодня, так на следующей неделе обязательно. Поэтому есть «счастливые» дни, «свои» крупье, «свои» автоматы, «свои» числа. Люди пытаются изобрести «свою» систему и выиграть свое счастье[3].

Убийственный парадокс сегодняшней жизни заключается в том, что стандарты потребительского общества требуют поддержания самых различных видов зависимостей. И многие люди, к сожалению, не признают этого. Все они «властелины мира», которым «море по колено». Однако с каждым разом они всё больше погружаются в это море, даже не замечая и не испытывая желания вынырнуть, а ведь так хотелось бы, чтобы этот иллюзорный мир не мешал реальной жизни.

Таким образом, букмекерство как разновидность азартных игр противоречиво влияет на повседневную жизнь молодежи и требует постоянного социологического мониторинга.

Список литературы

1. Карпов А.А., Козлов В.В., Мазилев В.А. Исследование игровой зависимости//<http://www.problemgambling.ru/>
2. Шепель Ю.В. Азартные игры как инструмент разрушения общества//<http://www.isras.ru>
3. Школин А. Букмекерство в России//Пугачёвское время,2011
4. «Оскар», Ватикан и терроризм, или На что ставить у букмекеров//<http://wciom.ru>
5. Букмекер//<http://ru.wikipedia.org>

«ПОДВЕШЕННЫЙ» КОФЕ КАК ИННОВАЦИОННАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПРАКТИКА ГОРОЖАН

О.В. Кравченко
ЛПН г. Саратова

Цель нашей статьи описать особенности не так давно появившейся новой социальной практики «подвешивать» кофе в г. Саратове. Акция была запущена в ноябре 2011 года в Москве. В передаче «Завтрак для чемпионов» на радиостанции Серебряный Дождь ведущий программы Алекс Дубас рассказал об итальянской традиции «подвешивать кофе», суть практики в том, что приходя в кофейню, гость может оплатить одну или несколько дополнительных чашек кофе, бармен или бариста на специальной доске отмечают количество «подвешенных» кофе, и любой человек, пришедший в это заведение, может воспользоваться ими. Первые чашки кофе были подвешены в кафе «Республика» Алексом Дубасом и владельцем кафе, Вадимом Дымовым.

На 1 апреля 2012 в стране действует акция в 78 кафе из них в 20 кафе в Москве. В Саратове акция поддержана сетью кофеин “Кофе и шоколад” и действует в 8 точках [1].

Для того чтобы выявить мнения студенческой молодежи об этой акции, мы провели пилотажную фокус-группу. На основании которой можно выделить несколько типов мнений. Прежде всего, нужно заметить, что все участники отреагировали очень категорично, негативно отнеслись к теме обсуждения: «в России такого быть не может», «у наглых людей это может войти в привычку».

Первая группа придерживается точки зрения, что «подвешенный» кофе – это модная благотворительность, акция для поколения facebook, никакой пользы от нее быть не может: «это делается для того, чтобы потом отписаться в твиттере», «только понты, нет никакой здесь благотворительности».

Вторая группа считает, что акция «повешенный кофе» – это маркетинговая фишка, очень удачная находка для владельцев кафе, для того, чтобы бесплатно прорекламирровать свое заведение: «маркетинг это, скорее всего».

Третья группа полагает, что акцией будут пользоваться исключительно «халявщики», даже если и задумывалась она для людей, которые не в состоянии, купить себе чашку кофе то, в Россию она пришла в сильно измененном виде: «смысл акции теряется, если это не для бездомных и обездоленных».

Четвертую группу представляют люди, уверенные, что «подвешивать» нужно еду для бездомных и малоимущих, иначе теряется весь смысл акции: «бомж в кафе не пойдет и это будет неприятно посетителям».

Для того чтобы подтвердить или опровергнуть складывающуюся картину, планируется провести интервью методом полуструктурированного интервьюирования в сети кофеин «Кофе и шоколад» г. Саратова.

Список литературы

1. Согласно информации, предоставленной на сайте <http://kofevisit.ru> (Дата обращения 12 апреля 2012).

ОТНОШЕНИЕ САРАТОВСКОЙ МОЛОДЁЖИ К ГЕНДЕРНЫМ СТЕРЕОТИПАМ: СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ РАКУРС

Р.Э. Кульман

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Гендерные стереотипы это упрощённые, устойчивые, эмоционально окрашенные образы поведения и черт характера мужчин и женщин. Стереотипы существовали в обществе, и будут существовать всегда. Вот самые распространённые из них: «женщины - слабый пол, мужчины - сильный пол», «женщины глупее мужчин («все бабы - дуры»)), «все женщины хотят одного - выйти замуж», «блондинки – самые глупые в мире», «мужчины не плачут», «женщина должна выходить замуж девственницей» и т.д. Данные стереотипы проявляются во всех сферах жизни человека: самосознании, в общении, во взаимодействии друг с другом. Гендерные конфликты в основном вызваны потребностью в перераспределении традиционных женских и мужских ролей. Это воззвало к жизни необходимость социологического изучения гендерных стереотипов. Т.И. Юферева, к примеру, полагает, что основной сферой жизнедеятельности, в которой формируются представления об образах мужчин и женщин, является сфера взаимоотношений с противоположным полом [1].

Сейчас общественное мнение поменялось, взаимного уважения, преданности, и верности в молодых семьях стало значительно меньше, налицо огромное количество разводов, внебрачные связи, быстрая смена «партнеров». Кто-то к девственной чистоте относится как к пережитку прошлого, кто-то как к мелочи, не стоящий внимания, кто-то как к досадному

недоразумению, а кто-то как к великому дару, но последних все меньше и меньше. Девственность всегда считалась символом чести и достоинства женщины, своеобразным показателем нравственной чистоты. Высокую ценность девственности придало христианство. Девственность была немедленно возвышена в легенде о непорочном зачатии. Не удивительно, что не прошло и нескольких веков, как европейцы изобрели «пояс верности».

По результатам исследования, проведённого в 2011 году в г.Саратове (по квотной выборке, N=200), выяснилось, что мнение мужчин и женщин о том, должна ли женщина выходить замуж девственницей, сильно расходятся. С этим согласны 45,9% мужчин и только 28,8% женщин. 54,8% женщин выразили крайнюю степень несогласия с данным тезисом, что на 11,8% больше, чем в среднем по выборке. Мужчины же высказали крайнюю степень своего несогласия только в 30,2% случаев, на 12,8% меньше, чем в среди опрошенных в целом. Абсолютно согласными с этим утверждением оказались 27,1% мужчин, однако женщин здесь оказалось гораздо меньше - 17,3%. Таким образом, мнения мужчин и женщин существенно разошлись.

подавляющее большинство представителей мужского пола выражают полное согласие с тем, что женщина должна выходить замуж девственницей, тогда как женщины по этому поводу высказывают крайнее несогласие. Возможно, это обосновано нарастающей в наше время борьбой женщин за свои права, они хотят быть наравне с мужчинами, быть похожими на них. Также причиной может быть запоздалая сексуальная революция. Начавшаяся ещё в конце 60-х гг. на Западе, в Россию она пришла только после распада СССР. И в данный момент российская молодёжь переживает тот период, который был в странах Запада во времена «Железного занавеса».

Также результаты исследования позволили сделать вывод о том, как возраст влияет на отношение к данному стереотипу. Молодёжь в возрасте до 20 лет выражают крайнюю степень несогласия с тем, что женщина должна выходить за муж девственницей (45,7%). В следующей категории, до 26 лет, также на первом месте стоит негативное отношение к данному стереотипу (37%), однако в основном согласных с ним – 33,3% респондентов. Кардинально отличаются ответы респондентов в возрасте 26-30 лет. 43,3% ответивших согласны с тем, что женщина должна выходить за муж девственницей. Возможно, такая полярность ответов обоснована максимализмом, так характерным для молодёжи, и приобретённый жизненный опыт респондентов среднего возраста. Также можно предположить, что это связано со сменой ценностей в течении жизни. На молодых людей в возрасте 14-19 лет оказывает влияние Запад с его понятиями о «свободных отношениях», им хочется жить в своё удовольствие. Но к 25-30 годам человек начинает осознавать важность и цену сохранения девственной чистоты.

Прочная установка гендерных стереотипов в сознании человека способствует их воспроизводству из поколения в поколение. Индивид в большинстве случаев следует стереотипу, поскольку принимает его как истинное знание, что ограничивает динамику его развития, препятствует

инновационной трансформации всех сфер жизнедеятельности общества. Однако в данном случае, по нашему мнению, не нужно идти на поводу у моды, девушкам желательно сохранять девственность до брака. Это очень влияет на будущие отношения между мужем и женой, делая их более нежными и теплыми, также - на здоровье их будущих детей. Если брачные отношения построены на целомудрии, супруги очень долго хранят уважение друг к другу, преданность и верность. Именно это способно укрепить современную российскую семью и способствовать преодолению процесса депопуляции населения.

Список литературы

1. Юферева Т. И. Образы мужчин и женщин в сознании подростков // Вопросы психологии. - 1985. - № 3. С. 84-90.

ОСНОВНЫЕ ИНДИКАТОРЫ ПОНЯТИЯ «МУЖЕСТВО» ШКОЛЬНИКАМИ

М.А. Курканина

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Понятие мужества широко распространено как в светской, так и в духовной литературе. О нём писали М. Ю. Лермонтов, Л. Н. Толстой, А. С. Пушкин и многие другие авторы, придавая этому качеству первостепенное значение в характерах своих героев. Мужество в истории православной культуры проявляли такие святые, как Александр Невский, князь Владимир, Георгий Победоносец и многие другие великомученики. Но в настоящее время понятие мужество стало искажаться и терять своё значение, в особенности это проблема отражена среди молодежи. Так, на сегодняшний день в общественном сознании, в том числе и в молодежном, интерпретация понятия мужества неоднозначна. Через кино, телевидение, моду и СМИ, в целом, подросткам навязываются спорные эталоны мужества, которые влияют на формирование их мировоззрения. В настоящее время прослеживается тенденция «женоподобности» парней, незнание юношами основных качеств мужчины, и как следствие потеря образа «настоящего» мужчины, русского богатыря.

Изучением мужества занимались многие ведущие российские исследовательские центры. Так, ВЦИОМ частично коснулся понятия мужества при изучении ценностей в воспитании детей. Оказалось, что важным воспитывать патриотизм, честность и доброту, мужество и стойкость считает 25–30% россиян [1]. Другое исследование ВЦИОМа, на тему близости и противоположности национальных характеров людей русских и западных показало, что только 9% опрошенных среди положительных черт, свойственных русскому характеру указали мужество, упорство, стойкость и

целеустремленность [2]. Фонд общественно мнение затрагивает понятие мужества при исследовании тех качеств мужчины, которые привлекают женщин. Так 33% опрошенных женщин выбрали именно «мужественность» - эта позиция является четвертой в рейтинге мужских качеств, после чувства долга (46%), доброты (39%) и ума (34%) [3]. При исследовании черт, присущих типичному россиянину ФОМ выяснил, что только 3% россиян в 2001 году выделили смелость, мужественность и отвагу [4]. Любопытно, что при изучении образа российского милиционера в глазах россиян, в качестве положительных черт «стража порядка» было выделено мужество, хотя положительный образ милиционера представляется только 13% граждан [5]. Фонд «Общественное мнение» так же занимался исследованием «героя нашего времени». Среди его качеств главными были выделены нравственные качества (27%). Кроме того, 7% россиян сказали, что «герой нашего времени» - это патриот, и всего лишь 1% - военный, защитник Родины [6]. Понятие мужество было затронуто и при исследовании армии, так 48% россиян выделяют позитивные стороны армии, и среди них тот факт, что армия воспитывает отвагу и мужество [7].

По данной проблеме нами было проведено пилотажное исследование среди студентов первого курса – «вчерашних школьников». Студентам социологического факультета было предложено ответить на вопрос: «Кто такой, по-вашему, мужественный человек?» Оказалось, что, несмотря на сильную разрозненность мнений студентов, существует ярко выраженный стереотип. Девять из одиннадцати студентов считают, что понятие мужества связано с помощью беззащитным, окружающим и близким, а так же защитой и умением постоять за себя и окружающих. Любопытно, что в литературе конкретно данного индикатора мужества не встречается, хотя мы можем провести параллели с некоторыми определениями мужества. Так, согласно Канту, мужество -это способность «отваживаться на то, что велит долг». Согласно интернет - энциклопедии «Википедия», мужество зачастую выступает, как способность переносить страдания, включая физическую боль [8]. Другой интересный факт, состоит в том, что некоторые студенты (3 из 11) выделяют такой индикатор, как контролирование эмоций («не срывается на окружающих по пустякам»), «не убегает как трус», «бесстрашный»), который описывается в словаре практического психолога при определении понятия мужества. «Мужество – это личностное качество, выражаемое в способности действовать решительно и целесообразно в сложной или опасной обстановке, контролировать импульсивные порывы, преодолевать возможное чувство страха и неуверенности, в умении мобилизовать все силы для достижения цели. Его высшее проявление - героизм» [9]. Так же, можно сказать, что абсолютно все студенты определяли мужество как комплекс качеств, что так же подтверждается литературой. Кроме вышесказанного, трое студентов из одиннадцати выявляют храбрость, как черту мужественного человека. Из других характеристик были названы: наличие характера, целеустремленность, сила, смелость, мудрость, твердость, наличие внутреннего стержня, отвага и т.д.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что, не смотря на то, что большинство отождествляют мужественного человека, как заступника, понятие мужества слабо стереотипизировано. Вероятно, на интерпретацию этого понятия влияют такие факторы, как личный опыт, СМИ, окружение человека, особенности характера и т.п.

С учетом пилотажных данных мы сформировали основные методические установки к дальнейшему изучению данного аспекта. Объектом исследования будут являться школьники старших классов двух школ города Энгельса. Предметом исследования – особенности интерпретации современными школьниками понятия «мужество». Ряд индикаторов, определенных нами по результатам анализа литературы и характеристики пилотажного исследования на наш взгляд наиболее адекватно отразят суть понимания школьниками термина «мужество». К числу этих индикаторов можно отнести: само определение понятия «мужество», особенности идентификации себя, как мужественного человека, наличие страхов у школьников, особенности поведения респондента в ситуации, где проявляется несправедливость. Немаловажными индикаторами будут являться способность сдерживать эмоции, примеры образцов мужества у респондента, конкретизация мужественных поступков в личном опыте, конкретные жизненные ситуации, в которых необходимо было сделать выбор, а так же темы, затрагиваемые на классных часах в школах. Так как мужество часто употребляется просто как синоним общечеловеческой нравственной твёрдости, и теряет значение мужской добродетели (так, словосочетание «мужественная женщина» во многих языках - включая русский - не содержит противоречия)», то нам будет интересно отношение школьников к словосочетанию «мужественная женщина». Исследование планируется реализовать в мае 2012 года. Цель предполагает выявление особенностей интерпретации современными школьниками понятия «мужество».

Список литературы

1. Пресс-выпуск № 468 От 13.06.2006. «Образование и здоровый образ жизни-высшие ценности в воспитании детей» Исследование проводилось 3–4 июня 2006 г. Опрошено 1594 человека в 153 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России. // URL:<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=2728> (дата обращения: 02.11.2011, 19:00)
2. Пресс-выпуск № 274 От 22.08.2005 «Люди русские и западные: близость и противоположность двух национальных характеров в оценках россиян». URL:<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=1634> (дата обращения: 03.11.2011, 20:00)
3. Фонд «Общественное мнение». Светлана Мигдисова, Елена Петренко, Татьяна Захарова, Анна Воронцова, Дмитрий Чубуков «Женщинам нравятся мужчины с развитым чувством долга, добрые и умные». 24.02.1995. URL:<http://bd.fom.ru/report/map/of19950711> (дата обращения: 01.11.2011, 17:00)
4. Фонд «Общественное мнение». Петрова А.С. «Типичный россиянин о типичном россиянце» 18.01.2001. URL:<http://bd.fom.ru/report/map/of010101> (дата обращения: 01.11.2011, 17:00)

5. Фонд «Общественное мнение». Петрова А.С. 04.07.2002. "Безобразный образ" российского милиционера URL:<http://bd.fom.ru/report/map/of022407> (дата обращения: 01.11.2011, 17:00)

6. Фонд «Общественное мнение». Опрос населения «Герой нашего времени» 28.02.2002. URL:<http://bd.fom.ru/report/map/d020822> (дата обращения: 03.11.2011, 20:00)

7. Фонд «Общественное мнение». Петрова А.С. "Ушел шпаной - человеком пришел" 12.09.2002. URL:<http://bd.fom.ru/report/map/of023404> (дата обращения: 03.11.2011, 20:00)

8. Свободная энциклопедия «Википедия». Мужество. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Мужество> (дата обращения: 02.11.2011, 19:00)

9. Национальная психологическая энциклопедия. С.Ю. Головин «Словарь практического психолога» URL:<http://vocabulary.ru/dictionary/25/word/muzhestvo> (дата обращения: 02.11.2011, 19:00)

ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

В. Кутиков

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова

Манипуляции общественным сознанием имеют много источников, точнее – сфер воздействия. Начиная от языка СМИ, заканчивая политическими источниками воздействия на сознание. В данной статье обратим внимание лишь на одну сферу манипуляции – политическую манипуляцию сознанием. За теоретическую основу возьмём политический бестселлер С. Г. Кара-Мурза «Манипуляция сознанием» [1] (издан в 2009 году), в основе которого заложена суть манипуляции на современном этапе развития общества. Проанализируем это явление на примере выступления вновь избранного президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина на Всероссийском аграрном форуме в Уфе, который состоялся 27 февраля 2012 года.

Но для того, чтобы охарактеризовать уровень манипуляции общественным сознанием необходимо проанализировать речевой портрет политика. Основываясь на путинском программном выступлении на Всероссийском аграрном форуме в Уфе (стенограмма [2] выступления и видеовыступление от 27.02.2012 г.) мы постарались исследовать речь политика, и сквозь призму анализа политического дискурса представить эмоционально-психологический портрет В.В. Путина, дать характеристики стилевым особенностям речи политика. Если опираться на теорию определения речевого портрета, то можно увидеть что речевой портрет – это многоаспектная психолингвистическая модель, состоящая из следующих аспектов:

- психологического;
- коммуникативного;
- лингвистического.

Эти три аспекта представляют собой взаимодействие трех составляющих: эмоционально-психологического портрета (психологический

аспект), смыслового взаимодействия и восприятия (коммуникативный аспект), речевой импровизации, ораторского искусства и владения языком (лингвистический аспект).

Рассмотрим в качестве примера речевой портрет политика (собирательный и индивидуальный). Речь политика в большей степени, чем речь и речевое поведение людей других профессий, запрограммирована, подчинена определенному ритуалу. Слушающему также известен этот ритуал. Слушающий рисует себе образ говорящего по определенному стереотипу, устойчивому представлению о каких-либо явлениях или людях, свойственное ему как представителю той или иной группы.

Каким вам представляется образ политического официального лица? Отвечая на этот вопрос вы, вероятно, скажете – он (политик) психологически должен быть гуманистом, позитивно настроенным, должен иметь конструктивный взгляд на жизнь. Далее – на коммуникативном уровне – это человек общительный, открытый тип собеседника, соблюдающий культурно-речевой ритуал в рамках национальных культурно-языковых традиций. С лингвистической точки зрения этот человек должен быть образованным, являющимся носителем литературного языка.

Попробуем соединить идеальную модель и реальную. И построим частично речевой портрет политика.

В.В. Путина можно охарактеризовать как человека гибкого, готового адаптироваться к различным ситуациям, позитивно настроенного человека. Для речи президента характерен жесткий контроль над содержанием и формой посылаемых речевых сообщений (часто встречающаяся фраза «буду краток»), снижение личностного начала (В.В. Путин очень редко употребляет местоимение «я», предпочитает «мы» и преимущественно строит предложения неопределенно-личные или безличные). Это закрытый тип собеседника, к примеру, на прямо поставленный вопрос во время телемоста «Почему гидроэлектростанцию строили все, а пользуются единицы» президент уходит от ответа. В.В. Путин четко определяет пространственные и временные границы ситуации взаимодействия, хотя часто выходит за пределы выбранной позиции, при этом нередко нарушает социально-ролевые рамки общения (например, в публичных выступлениях Путина часто происходит подмена ролей при общении: президент меняет свою роль в общении – становится другом, доброжелательным, участливым товарищем или, наоборот, превращается в яростного оппонента). Речь президента – литературная, нормативная, в большей степени книжная, чем разговорная. Это объясняется заданной формой протокола. В целом вырисовывается достаточно ясный речевой портрет официального лица.

Путин также вызвал в целом положительные отзывы у журналистского сообщества. Журналисты сразу же отметили, что Путин отлично справляется с двумя важнейшими обликами премьера: «второе лицо государства» в безупречном деловом костюме и «простой человек», близкий к народу, в джемпере домашней вязки. Именно такой является и речь премьера: где-то она является строго официальной, а где-то – в ней добавлены нотки

публицистического текста. Возможно, поэтому критики обвиняют премьера в бессодержательности и чрезмерной серьезности, неоправданном многословии и использовании канцеляризмов. Официально-деловой стиль нужен для точной и однозначно интерпретируемой передачи информации. Но при обращении к широкой аудитории он неприемлем, поскольку увеличивает дистанцию между говорящим и слушающими, затрудняя восприятие и скрывая индивидуальность. Как отмечают критики, обилие терминов, тяжеловесных слов, отсутствие динамики и эмоций в речи косвенно свидетельствуют о низкой квалификации говорящего.

Журналисты отмечают и то, что в своей речи Владимир Владимирович использует жаргонные и разговорные слова и конструкции: «дурной поток денег», «эффект уйдет в свисток», «линейка жилья», «цена никакая», «кривая система финансирования», «сказать по стационару», «задран выше всякой меры», «работодатели дадут сигнал». Он цитирует русских юристов и китайских философов. Его основные ценности можно назвать гуманистическими: ключевые слова «человек», «личность» часто фигурируют как в контексте индивидуального развития, так и в контексте развития государства. Обращение «дорогие друзья», преобладающее в публичных выступлениях, поддерживает эту часть имиджа. Так же как и постоянное использование глагола «объяснить». Ну, а определение «понятный» становится положительной характеристикой, что должно лишней раз подчеркивать обращенность политики Путина к конкретному человеку.

Важнейшей частью выступления любого политика, является его команда спичрайтеров, а именно людей помогающих современному политику в создании политической речи. Спичрайтинг, как особая технология PR, имеет свои отличительные от практической риторики черты, которые можно кратко сформулировать следующим образом: устное публичное информирование целевой общественности от имени первого лица с позиций субъекта PR и в интересах этого субъекта.

Будучи неотъемлемой частью ораторского искусства, спичрайтинг использует разнообразные технологии. Подготовка текстов выступлений всегда согласуется, в окончательный текст вносятся правки, расставляются необходимые акценты. При этом главная задача спичрайтера состоит в том, чтобы написать речь, которая была бы максимально интересной для слушателей.

После составления речевого портрета можно сделать вывод о высоком уровне воздействия на общественное сознание. Если рассмотреть результаты выборов, которые прошли 4 марта 2012 года можно увидеть, что Владимир Владимирович набрал 63,60% голосов, за него проголосовало 45 602 075 человек (Протокол ЦИК РФ от 7 марта 2012 г.) [3]. Такой высокий уровень проголосовавших людей за Путина свидетельствует о его популярности, о его близости к народу (хотя иногда он использует жаргонные, просторечные и негативно маркированные слова), о доверии людей к данному представителю политической власти. Это доверие – результат не только

политической агитации, но результат, связанный с образом самого политика.

Список литературы

1. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Серия: Политический бестселлер. Кара-Мурза С. – М.: «Алгоритм», 2009. – 864 с.
2. Стенограмма выступления Владимира Владимировича Путина на Всероссийском аграрном форуме в Уфе (27.02.2012 г.)
3. Протокол ЦИК РФ от 7 марта 2012 г.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ

К.А. Леонова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

На рубеже XX - начала XXI веков в России идет процесс активного становления и развития систем социальной защиты населения. Государственная экономическая и социальная политика, от которой зависят благосостояние и доходы населения, имеет определяющее значение для данного направления [1].

Региональная политика социальной защиты населения значима для науки и практики в социальной сфере, которая проходит этап становления и развития.

В теоретических и эмпирических исследованиях тема социальной защиты населения наряду с организацией и содержанием социальной работы является основополагающей.

Региональная политика - это составная часть государственного регулирования, комплекс законодательных, административных и экономических мероприятий, способствующих наиболее рациональному размещению производительных сил и выравниванию уровня жизни населения [2].

Социальная защита – является системой законодательных, экономических, социальных и иных гарантий, обеспечивающая всем трудоспособным гражданам равные права и условия для труда, а нетрудоспособным слоям - преимущества в пользовании общественными фондами потребления, прямую материальную и социально-психологическую поддержку во всех её формах.

Объектами социальной защиты в регионах являются такие категории граждан как: пенсионеры, инвалиды, семьи с детьми, дети из неполных, многодетных, опекунских семей, граждане, попавшие в экстремальные ситуации и многие другие [3].

Организация социальной защиты населения в РФ осуществляется на федеральном, региональном и местном уровнях.

Региональная политика как современный механизм государственного управления в рыночных отношениях, отличается сложным внутренним

строением. Его нельзя ограничивать лишь экономическим или социальным направлением. Она направлена на регулирование всех процессов жизнедеятельности людей.

Региональная политика имеет интегральную структуру, обусловленную функциональными сферами социума – территориальных общностей людей [4].

В функциональной структуре региональной политики лидирующее положение занимает социальная политика, нацеленная на повышение благосостояния и благополучия людей.

Социальные приоритеты, провозглашаемые правительством и закреплённые нормативно-правовыми актами, требуют активной реализации их в повседневную жизнь. Этому в значительной мере должна способствовать региональная социальная политика.

Процессы образования, медицинского, бытового, транспортного обслуживания, социальной защиты и многое другое, представляют собой совокупность статистически устойчивых актов социального взаимодействия людей, детерминирующего их образ жизни, условия социального воспроизводства [5].

Как и всякий процесс, это взаимодействие характеризуется протяженностью в пространстве и времени, последовательностью, непрерывностью. Оно призвано служить двум взаимосвязанным целям:

сохранению ранее накопленного человеческого потенциала, обеспечению доступности услуг и созданию новых институциональных предпосылок совершенствования качественных характеристик социального воспроизводства будущих поколений, обеспечению роста потенциала социальной сферы.

Региональная социальная политика становится прерогативой региональных органов управления, муниципального и территориально-общественного самоуправления.

Стратегической целью региональной социальной политики является создание условий для достойного уровня и высокого качества жизни всех территориальных общностей людей и каждого человека.

Обеспечение условий для социального развития регионов должно сопровождаться стимулированием формирования цивилизованных общественных отношений, снижения социальной напряжённости и нейтрализации конфликтных ситуаций [6].

В современных кризисных условиях развития общества на первый план выдвигаются цели тактичного характера. Ведущей из них становится создание условий для всестороннего развития молодёжи, воспитания высокообразованных, интеллектуальных, творческих личностей.

При этом особое внимание уделяется на общественные и межличностные отношения, которые должны строиться на основах нравственности, совести, толерантности.

Эти целевые установки определяют систему задач региональной социальной политики. Первоочередными из них являются следующие:

- все региональные процессы, подчинить социальным приоритетам, способствующим всестороннему развитию личности;
- создать условия для обеспечения роста благосостояния и повышения уровня жизни людей, для самовыражения личности;
- способствовать повышению уровня занятости населения, проявлению предприимчивости и инициативы каждого человека;
- обеспечить социальную защиту подрастающего поколения и людей пенсионного возраста, инвалидов и многодетных семей;
- обеспечить общественную безопасность и правопорядок;
- разработать блок программ по совершенствованию социального развития регионов, создать социальный мониторинг, отслеживающий процесс их реализации [7].

Среди приоритетных направлений региональной политики остаётся сфера социальных услуг. Основной задачей в этой сфере является обеспечение доступности бесплатных (образование, здравоохранение, культура и др.) и платных (жилищно-коммунальное хозяйство, торговля, питание и т.д.) услуг.

В современных условиях услуги стали более разнообразными с изменением форм собственности. На конкретных территориях функционируют объекты федеральной (полиции, пожарной охраны, ВУЗы и др.), региональной (музеи, публичные библиотеки, театры и др.), муниципальной (школы, больницы и др.), коммерческой (банки, гостиницы, юридические службы и т.д.) и других форм собственности [8]. Специфика форм собственности услуг должна быть учтена в региональной социальной политике и рационально сбалансирована в территориальном разрезе, т.е. по муниципальным образованиям и конкретным поселениям.

Очень важным представляется характер регулирования спроса и предложения услуг. В каждом регионе должна быть повышена финансовая и территориальная (пространственная) доступность всего комплекса услуг.

С этой целью особое внимание нацелено на повышение уровня благосостояния людей и территориальную организацию социальной инфраструктуры, которая должна быть приближена к местожительству людей.

Необходимость формирования системы социальной защиты населения в государстве вызвана объективными потребностями общества и индивидуумов, и определяется исходя из необходимости удовлетворения потребностей каждого человека и создания для него более комфортных условий жизни.

Социальная защита населения является сложной, динамичной социальной системой, оказывающей решающее воздействие на устойчивое социально-экономическое воспроизводство, как в отдельных регионах, так и в России в целом [9].

Список литературы

1. *Аитов Н.А.* Социальное развитие регионов. М.: 2005, С.50

2. Павленко С.В. Регионы и региональная политика// Вопросы экономики М.,: 2005, №9, С.15
3. Кадомцева С.А. Экономические основы системы социальной защиты. М.,: 2007, С.97
4. Миронова Т.К. Право и социальная защита. Права человека. М.,: 2006, С.34
5. Кузьмин С. А. Активная политика социальной защиты населения//Экономист, 2003, №2, С.45
6. Галаганов В.П. Российское социальное обеспечение: проблемы и перспективы развития// Государство и право, 2002, № 12, С.38-46
7. Кожурин В.С. Социальная политика М.,: 2004, С.438
8. Аитов Н.А. Филиппов Ф.Р. Управление развитием социальной структуры общества Наука М.,: 2008, С.169
9. Аверин А.Н. Государственная система социальной защиты населения. Учебное пособие, 2007, С.105.

ЖИЗНЕННЫЕ СТРАТЕГИИ САРАТОВСКОЙ МОЛОДЕЖИ

С.О. Локтионова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Современный мир - это мир формирования и развития многообразных жизненных стратегий человека. Современное российское общество находится в состоянии трансформации, наблюдаются постоянные изменения в экономической, политической и социальной областях. Сегодняшняя ситуация в России отличается нестабильностью, противоречивостью, повышенной рискогенностью всех сфер жизни, это сопровождается глубинными ценностными переориентациями. Сильно изменяются и социокультурные установки людей, условия их жизни в целом. Молодежь в большей степени, чем кого-либо, затронули социальные изменения в обществе. Именно молодежь является одной из главных ценностей общества. Вопросы самоопределения в жизни так или иначе решают все молодые люди. Соответственно, от того, какие цели ставит перед собой молодое поколение, каким ценностным ориентирам следует, зависит будущее развитие общества. Именно поэтому изучение жизненных стратегий, планов и целей молодежи приобретает особую актуальность в стремительно трансформирующемся российском обществе.

В процессе приобретения научных знаний и профессиональных навыков у молодежи вырабатываются определенные жизненные цели, намечаются пути их достижения, ценностные ориентации, основываясь на которых молодые люди прогнозируют свое будущее, выстраивают стратегию своей жизни. Многие исследователи, среди них философы, социологи, психологи, стремятся решить эти проблемы и предложить универсальную типологию жизненных стратегий [1]. Но все - таки эта проблема недостаточно исследована.

В социологической науке изучению проблем молодежи, ее поведения, жизненных планов и ориентаций уделено значительное внимание. По

мнению Ю.А. Зубок, такие подходы проявились в разработке специальных социологических теорий, которые были направлены «на исследование жизненных планов молодежи (М.Н. Руткевич, В.Т. Лисовский); структуры ее профессиональных ориентации (В.Н. Шубкин), социальной активности молодежи (А.С. Капто, В.Г. Мордкович), формирования идеалов, ценностных ориентации, интересов различных ее групп — рабочей молодежи (Н.М. Блинов, Ю.Р. Вишневский, В.С. Павлов), сельской молодежи (И.М. Слепенков, В.И. Староверов), молодой интеллигенции (А.С. Кулагин), студентов (В.Т. Лисовский, Л.Я. Рубина)» [2].

Ю.А. Зубок определяет жизненные стратегии как «идеализированное отражение будущего жизненного пути вступающих в жизнь молодых граждан. Жизненные планы и цели - это обобщенное выражение не только направленности ориентации, но и способов, путей реализации ожиданий в отношении будущего социального положения» [2].

Впервые комплексный анализ жизненной стратегии личности был осуществлен Абульхановой-Славской К.А. Она определила сущность и основные характеристики стратегий жизни, факторы, влияющие на их формирование и реализацию; предложила развернутую типологию стратегий. По мнению К.А. Абульхановой-Славской, жизненная стратегия - это «принципиальная, реализуемая в различных жизненных условиях, обстоятельствах способность личности к соединению своей индивидуальности с условиями жизни, к ее воспроизводству и развитию» [3].

Ю.М. Резник рассмотрел типы стратегий, которые встречаются в повседневной жизни наиболее часто. Используя его типологию жизненных стратегий, можно выделить следующие основные жизненные стратегии молодежи: стратегия жизненного благополучия, стратегия жизненного успеха, семейной самореализации.

Изучение жизненных стратегий молодежи представляет несомненный интерес для социологической науки. Современная российская молодежь достаточно неоднородна, а это означает, что сложно выделить группу молодежи, жизненные стратегии которой являлись бы доминирующими и отражали бы жизненные стратегии молодежи как целого. В этой связи необходимо с научных позиций изучить ориентации, жизненные приоритеты и планы молодежи, их устремления и желания, реализовать комплексный и системный подход к данной проблеме. На основе знания жизненных стратегий молодежи можно более успешно и адекватно прогнозировать будущие социальные процессы, учитывая при этом социальные и исторические условия, в которых растет, социализируется и действует молодежь.

Таким образом, основываясь на различных подходах к изучению жизненных стратегий можно сказать, что жизненные цели, жизненные планы, жизненные притязания, ценности, ориентации, это все способ сознательного контролирования и планирования личностью собственной жизни путем поэтапного формирования будущего. Важными жизненными целями современной молодежи являются: профессиональный успех,

престижная работа; материальный достаток и благополучие; создание счастливой семьи. Однако степень их влияния на процесс формирования жизненных стратегий у молодежи требует социологического изучения.

Список литературы

1. Васильева О.С., Демченко Е.А. Изучение основных характеристик жизненной стратегии человека // Вопросы психологии. 2002. №4. С.74-85.
2. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Становление и развитие отечественной социологии молодежи // Социологические исследования. 2008. № 7. С. 108-117
3. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. М.: Мысль, 1991, 299 с.
4. Резник Т.Е., Резник Ю.М. Жизненные стратегии личности // Социологические исследования. 1995. № 2. С. 98–104

МОДА КАК ФОРМА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Д.А. Ломоносова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

В современных российских условиях расширения спектра ценностных ориентиров различных социальных категорий населения, в том числе – молодежи, важное место занимают ценности потребительского поведения. Идеология наслаждения потреблением (для обозначения этого явления используется термин "консюмеризм") стала одной из основ современной цивилизации. Иными словами, ценности консюмеризма их инструментальных постепенно превращаются в базовые (терминальные). Особенно интенсивно данный процесс происходит в молодежной среде.

Молодёжь – это особая социально-возрастная общность, отличающаяся своим нестабильным социально-экономическим, политическим статусом в обществе (переход от детства и юности к социальной ответственности [1]), чей духовный мир находится в состоянии становления и формирования. Отличительной чертой молодёжи является мобильность. Молодёжь достаточно быстро осваивает все новое и быстро адаптируется к меняющимся условиям жизни. Для нее характерно ярко выраженная неоднородность состава. В неё входят представители различных слоёв: учащиеся, студенты, рабочие и т.д., что обуславливает значимую дифференциацию их ценностных предпочтений.

Консюмеризм (англ. consumerism от consumer – потребитель) как термин используется различными исследователями, трактующими его с разных позиций [2]. В настоящее время консюмеризм рассматривается чаще всего в качестве идеологии потребления, в которой социальный статус человека определяется объемом и качеством того, что он потребляет. Иными словами, потребление становится своего рода символом, показателем статуса человека [3].

Традиционно [4] потребление рассматривалось как способ удовлетворения базисных человеческих потребностей посредством разового или длительного потребления-уничтожения товаров [5]. В современном мире товары теряют собственную значимость и становятся символом причастности к некой общественной группе. Идея о возможности достижения социального превосходства через потребление порождает в сознании покупателя веру в то, что сам акт покупки способен доставить большее удовлетворение, нежели собственно продукт, который приобретается [6]. Человеческое счастье ставится в зависимость от уровня потребления, потребление становится целью и смыслом жизни молодого человека, важной базовой социальной ценностью.

В настоящее время актуальность изучения консюмеризма как многогранного явления в социальном механизме формирования ценностей современной молодежи не вызывает сомнения. Особенно ярко это проявляется в непосредственном взаимодействии моды и молодежного потребления. Поэтому в 2011 года было проведено социологическое исследование методом анкетирования молодежи г. Саратова (N= 200 респондентов, из которых 52% девушек и 48% юношей). В ходе исследования наблюдается «однотонная» настроенность потребительского поведения, практически не зависимо от гендера и возраста. Более 56,6% опрошенных высказали желание, стремление сделать себе приятное, купив новую вещь. Уровень дохода оказывает влияние на мотивацию покупки модной одежды. Респонденты с высоким уровнем (75%) дохода определили желание проявить индивидуальность при выборе одежды и совершения покупки. Представители молодежи, обладающие сравнительно высоким, средним и низким уровнем дохода продемонстрировали единодушие, сделав акцент на внутреннем удовлетворении при совершении покупки. Иными словами, покупка одежды выступает у всех доходных категорий молодежи средством достижения внутреннего комфорта, что служит ярким проявлением «консюмеризма» как идеологии наслаждения потреблением.

Основной принцип продвижения консюмеризма – утверждение, что успешный человек всё время что-то потребляет. Для людей-потребителей характерно стремление к приобретению товаров известных торговых марок (либо из рекламы, либо по рекомендации других активных потребителей). Подобное стремление способствует возникновению определенных образцов – образцов моды, среди которых можно выделить гляцевые журналы, новая одежда друзей, родственников, свой собственный стиль в одежде, произведения искусства.

Глянцевые журналы являются активными «представителями» рекламы. Женщины (28,8%) проявляют больший интерес к гляцевым журналам, нежели мужчины (10,4%). В тоже время 71,2% женщин не определяют для себя гляцевый журнал наиболее приемлемым и актуальным образцом моды. Доход, возраст не способствует определению гляцевых журналов как эталонов, принижая их несомненное превосходство среди печатных СМИ.

Собственный стиль в одежде является красной нитью при определении образца моды, по мнению 41,2% опрошенных. Но при рассмотрении его взаимодействия с социально-демографическими характеристиками наблюдается некое отрицание его, как такового. Мужчины (59,4%) и женщины (58,7%) не выделяют свой стиль и не считают его образцом, но одновременно, женщины проявляют больший интерес к выработке собственного стиля в отличие от мужчин (41,3% и 40,6% соответственно).

Доход респондентов в свою очередь определяет линию поведения в сфере потребления, что сказывается на формировании определенного образца «по стилю». Опрошенные, доход которых характеризуется высокой (63,6%), сравнительно высокой (58,8%) и средней степенью (62%) достатка, не овеществляют свой стиль, не усматривая в нем эталона. Аналогичное мнение находит свое место среди представителей молодежи с низким уровнем дохода, молодежью, живущей в крайней нужде (1%). С увеличением возраста не наблюдается тенденция вознесения своего собственного стиля (59%). Разница между категориями отрицания и признания своего стиля как образца составляет 18%. Признают образец в виде своего стиля 41%.

Человек в городе постоянно находится в толпе и при этом не перестает быть одиноким, Это делает его жизнь анонимной, В течение дня его окружают тысячи людей, которых он не знает и, которые не знают его. Как следствие возникает потребность - желание продемонстрировать свой социальный статус, что способствует приобретению модной одежды в зависимости от ситуации (63%), в рамках которой использование модных вещей поможет создать наиболее благоприятный образ. Для каждого мода может стать средством приобщения к определенной группе (3%), в тоже время «отгалкивая» от другой. Возникает феномен, который называют социальным конструированием чувства идентичности, принадлежности к той или иной группе. Процесс использования таких предметов потребления, как одежда, обувь, популярная музыка или занятия определенным видом спорта для обозначения себя как члена той или иной группы или наоборот – для подчеркивания своего пребывания вне ее[7]. Поэтому не случайно В. Ильин отмечает, что в процессе потребления объект превращается в символ. Это значит, что, потребляя его, мы не только, а часто и не столько, удовлетворяем свои базовые потребности, сколько сигнализируем окружающим с помощью набора потребляемых товаров, кто мы есть такие, что мы хотим и т.д.

Потребляя, люди обозначают определенные социальные отношения. Например, покупая все более и более дорогие вещи, человек символизирует свое движение вверх по социальной лестнице. Процесс дарения вещи символизирует дружеские или хорошие служебные отношения и т.д. Для достижения определенных результатов в карьере, на что может повлиять именно внешний вид, 42,2% мужчин не акцентируют внимание на модности образа, определяя его как «достаточно опрятно». Но в тоже время 27,8% отмечают высокую степень важности моды для достижения успеха. Подобная точка зрения находит свое отражение среди представительниц женского пола. Для становления человека успешным, по мнению 35,4%

женщин – достаточно быть опрятно одетым. Помимо полного признания важности моды (29,3%), 24,2% выделяют связь между модой и учебой (работой) и находят это сопутствующим средством.

Посредством рекламируемого стиля жизни, одежды и соответствующей окружающей ситуации создается определенный образ модного поведения молодого человека. Постепенно члены некоторой социальной группы, находящейся в социальном поле молодежи (или связанные с этим полем), перенимают некоторые элементы, знаки социального поведения, демонстрирующего более высокий социальный статус. Тем происходит кумулятивный процесс усиления влияния моды сначала на определенный круг агентов, находящихся в одном социальном поле, а затем уже, под влиянием личного примера и влияния СМИ, модное поведение принимает массовую форму поведения молодежи. Таковы основные черты социального механизма формирования ценностей консюмеризма в молодежной среде.

Список литературы

1. Молодежь // <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D> (дата обращения 17.03.11).
2. Консюмеризм // <http://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 19.03.11); Котлер Ф. Основы маркетинга // <http://www.bibliotekar.ru/biznes-42/180.htm> (дата обращения 19.03.11).
3. Максимальная простота. Александр Маленков о консюмеризме и женской красоте // http://www.ng.ru/saturday/2007-11-23/13_maxim.html (дата обращения 19.03.11).
4. Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. Зиммель Г. Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. М.: Юристъ, 1996. Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека.-М.: Наука, 1994.
5. Ильин В. Потребление как текст // <http://www.consumers.narod.ru/book/text.html> (дата обращения 15.03.11).
6. Ониомания // <http://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 19.03.11).
7. Цит по: Ильин В. Потребление как текст // <http://www.consumers.narod.ru/book/text.html> (дата обращения 15.03.11).

ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ РЫНКА ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

И.В.Лопаткин

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Рынок труда считается одной из самых сложных проблем экономики в современной России и носит многоаспектный, многофункциональный характер. Исследования рынка труда нельзя искусственно сводить только к изучению проблем занятости и безработицы, аспекты его анализа существенно шире и разнообразнее в связи с высокой степенью его значимости в экономическом и социальном отношениях.

Формирование рынка труда предполагает выработку определенных принципов и методов построения структуры и механизма его функционирования. Суть формирования рынка труда состоит в создании устойчивых экономических связей (прямых и обратных) и социальных взаимодействий между его субъектами. Создается система рынков труда, в которой внутренние и внешние рынки органически взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом. Они не могут существовать друг без друга. Следовательно, принципиальным отличием рынка труда от директивного распределения рабочей силы является возможность многовариантного выбора и непосредственного сочетания интересов работодателей и работников путем достижения взаимоприемлемого согласования спроса и предложения [1].

В роли субъектов спроса и предложения труда выступают юридические и физические лица, которых можно разделить на три группы. Первую группу составляют нуждающиеся в рабочей силе; вторую – предлагающие рабочую силу и, наконец, третью – выполняющие посреднические и консультационные функции в процессе взаимоотношений между первыми двумя группами лиц.

Рассматривая рынок труда, следует отметить разделение его на внутренний и внешний. Цель формирования внутреннего рынка – это создание гибких форм обеспечения предприятия необходимым персоналом на основе оптимального сочетания таких составляющих как стабильность и мобильность. Для этого предприятие может ограничить постоянный штат работников основным контингентом требуемых рабочих и специалистов (костяком), привлекая остальных работников с внешних рынков по мере необходимости.

Внешний же рынок труда формируется с учетом профессиональных и социальных признаков рабочей силы. Как можно заметить, при рассмотрении рынка труда очень часто употребляется понятие «рабочая сила» и она признается товаром. Признание же рабочей силы товаром предполагает определение ее стоимости и цены, как основы установления уровня оплаты труда [2].

Для формирования полноценного рынка труда необходимо исходить из его неразрывной связи с другими рынками: рынками товаров и услуг, жилья, ценных бумаг и т.д. От этого зависит решение таких важных задач, как развитие предпринимательства, создание конкуренции на рынке труда, обеспечение свободного перемещения рабочей силы, ее трудоустройства, переобучения, социальной защиты безработных и т.д. Все эти и другие социально-экономические задачи обусловлены достижением максимально возможного сбалансированного спроса и предложения рабочей силы.

В условиях рынка должна формироваться и новая социальная политика в сфере труда. Ее составляющими должны быть четыре направления (стратегии).

Компенсационная стратегия. Ее объект – высвобождающиеся работники, подлежащие перераспределению и переподготовке. Эта стратегия должна обеспечивать необходимую социальную защиту трудящихся.

Стимулирующая стратегия. Она предполагает создание и реализацию такого социального механизма, который бы обеспечивал ответственное, заинтересованное отношение к труду различных занятых групп и максимально учитывал разнообразие их целей и установок.

Стратегия социальной адаптации. Она обеспечивает плюрализм форм трудового образа жизни. Люди могут выбрать себе любой вид трудовой деятельности, если нет работы на государственных и частных предприятиях.

Стратегия социального партнерства. Ее основное назначение – это достижение согласия по разным аспектам трудовой деятельности между тремя социальными субъектами: правительством, предпринимателями (руководителями предприятий) и трудящимися. Основная в этом случае стратегия – это ведение диалога между тремя сторонами.

Таким образом, в современных условиях развития многоукладной экономики, структурной перестройки производства проблемы на рынке труда, безусловно, остры и актуальны. Они требуют изучения и участия государства для достижения в стране наиболее полной и эффективной занятости как важной социальной гарантии для экономически активного населения. Регулирование рынка труда является важнейшей составляющей государственного управления и его механизмы нуждаются в постоянном совершенствовании.

Список литературы

1. Экономическая теория. Н.И. Базылев, С.П. Гурко. Минск: ООО Интерпрессервис, УП Экоперспектива, 2009. С.732
2. Экономика. А.С. Булатов. - М.: БЕК, 2007. С.896.

О ФОРМАХ РАБОТЫ С ДЕТЬМИ В МОЛОДЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ (НА ПРИМЕРЕ Г. САРАТОВА)

Д.В. Мазаев

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

На сегодняшний день на территории Саратовской области официально зарегистрировано более 100 общественных организаций, непосредственно в Саратове - более 60. Все они в той или иной мере ведут работу с подрастающим поколением. А 10 из них объединяют в своих рядах молодежь. В данной статье будут рассмотрены формы работы с детьми в наиболее известных и массовых из них, а именно: Саратовской региональной молодежной общественной организации «Синегория», Саратовской региональной общественной организации «Ассоциация скаутов

Саратовской области», Волонтерской службе «Регионального центра комплексного обслуживания детей и молодежи «Молодежь плюс».

Самой крупной детской организацией в городе Саратове на сегодня является Саратовская региональная молодежная общественная организация «Синегория», которую возглавляет член Общественной палаты Саратовской области Вадим Николаевич Снаркович. Организация создана в ноябре 1998 года, штаб находится в Саратовском городском дворце творчества детей и молодежи. Ее главные задачи – правовое воспитание детей, сотрудничество со школами и родительским активом, обучение педагогических кадров города и области по вопросам воспитательной работы. Ежегодно через ряды «синегорцев» проходят около 10 тысяч саратовских школьников. Каждый год проходит набор новых ребят-школьников. Работа ведется по программам: мастерская правовой культуры «Терра», мастерская пресс-службы «ЛУЧ», клуб юных волонтеров «Радуга», зимняя школа волонтеров «Данко», детские гражданско-патриотические акции «Непоседа», «Право», «Поклон», «Город», ежегодные турниры правовых и интеллектуальных игр, туристические походы, семинары педагогов и школа юного лидера, молодежные форумы, смена-фестиваль детского городского актива. Лучшие участники программ получают возможность участия в туристическом походе по Северному Кавказу и путевки на летнюю школу волонтеров «Синегории», на базе Детского оздоровительно-образовательного центра «Мечта» [1].

«Ассоциацию скаутов Саратовской области» возглавляет член Общественной палаты Саратовской области, председатель Саратовского общества трезвости и здоровья Наталья Александровна Королькова. Первый скаутский отряд начал свою деятельность на территории Саратовской области в 1991 году. А в 2007 году была создана областная скаутская организация. На сегодняшний день организация насчитывает в своих рядах более 1500 молодых людей и порядка 100-150 активистов. Главными задачами организации являются воспитание в детях чести, верности, добровольчества, стремления помогать другим, вежливости по отношению к старшим, родителям и товарищам, трудолюбия и скромности. «Ассоциация скаутов Саратовской области» для достижения этих целей реализует более 100 различных конкурсов и развивающих игр для детей. К примеру, игры направленные на знакомство, сплочение команд (отрядов), развивающие внимание и сообразительность, реакцию. Активно используются русские народные игры - «Гуси – лебеди», «Горелки», «Заря», «Дядюшка Трифон» и др. Самыми массовыми являются лесные игры, подразумевающие походы в лес с ночевкой, различные творческие мероприятия на свежем воздухе и конкурсы у костра, ночные игровые нападения на лагерь соперничающего отряда. А также более 50 различных конкурсов на развитие творческого потенциала детей - вольный перевод иностранной песни, конкурс речёвок, биографий сказочных персонажей, объяснений в любви и др. В 2010 г. программа организации «Я выбираю здоровье! А ты?» была признана Министерством здравоохранения России лучшей молодёжной программой по пропаганде здорового образа жизни среди всех регионов России [2].

Третьей по масштабам является на сегодняшний день Волонтерская служба «Регионального центра комплексного обслуживания детей и молодежи «Молодежь плюс». Данный центр действует на базе Комитета по молодежной политике, охране культурного наследия и туризму Саратовской области. В настоящий момент он объединяет практически все школы города Саратова и в каждой школе создан автономный волонтерский отряд. Отряды ведут свою деятельность по направлениям – социальный патронаж (уход за пенсионерами, помощь детским домам), военно-патриотическое воспитание, гражданско-правовое, досуг, здоровый образ жизни, экология и охрана окружающей среды, спорт и туризм. Ежегодно проводится Форум, на котором из предложений детей составляется годовой план работы. В феврале 2012 года был проведен первый городской молодежный форум «ДоброФорум», в котором приняли участие свыше 300 учащихся из всех школ города Саратова. По итогам работы Форума был утвержден общегородской план волонтерской деятельности на 2012 год, в который было включено более 100 различных мероприятий (например, концерты для пенсионеров во дворах домов, визиты в дома малюток, сбор лекарств и корма для бездомных животных, проведение игры «Что ты знаешь о войне?», шахматный турнир, брейн-ринги по различным школьным предметам, фестиваль правовых сказок, турнир по дворовому футболу и т.д.). За каждым школьным волонтерским отрядом было закреплено одно из заданий из общего годового плана. Предполагается, что в течение года школьные отряды, выполняя порученные задания, будут сотрудничать друг с другом. Основными формами поощрения детей в данной организации является то, что она занимается выдачей волонтерских книжечек (по законодательству РФ 2 года волонтерской деятельности приравнивается к 1 году трудового стажа) и различных грамот в личные портфолио учащихся. Сегодня к тому же при поступлении в ВУЗы учитывается личное портфолио выпускника школы. Помимо этого предусмотрены также различные поощрительные призы в конце года. На сегодняшний день данная организация является самой динамично развивающейся перспективной среди детских организаций города Саратова [3].

Если сравнивать эти организации, то можно сказать, что по структуре, целям они являются в общем похожими. Следует только отметить, что «Синегория» специализируется на правовом воспитании детей; «Ассоциация скаутов» на воспитании честности, скромности, трудолюбия, любви к Родине, т.е. классических постулатах; Волонтерская служба «Молодежь плюс» имеет широкий круг направлений с целью охвата как можно большего числа детей. Все эти организации состоят из вполне автономных отрядов, состоящих из учащихся школ и создаваемых часто на базе школьных классов. Отличия между этими отрядами в степени автономности. Наиболее автономными, на наш взгляд, являются школьные волонтерские отряды Волонтерской службы «Молодежь плюс». Они в наибольшей степени находятся «в свободном плавании». Также «Молодежь плюс», будучи государственной организацией, имеет большой потенциал для развития, чем

остальные в связи с наименьшими трудностями в получении ресурсов. В целом следует отметить высокую эффективность работы скаутских отрядов и «Синегории» с теми ребятами, которых они привлекли в свои ряды. По данным «Ассоциации скаутов» все ее члены ведут здоровый образ жизни, без троек учатся в школе и подавляющее большинство из них не имеют желания «откосить от армии». Подобная ситуация и в «Синегории». Волонтерские школьные отряды «Молодежь плюс» пока что только начинают развиваться, проходят путь становления и судить об их эффективности пока что рано.

В качестве главных препятствий на пути развития следует отметить отсутствие должного количества ресурсов для масштабной деятельности «Синегории» и скаутских отрядов, а также ограниченность школьными рамками и интересами школьных координаторов (школьные учителя) школьных волонтерских отрядов «Молодежь плюс». Также следует отметить, что в условиях ограниченности ресурсов для развития данными организациями, к сожалению, не реализуется возможность проведения массовых совместных мероприятий. Остается надеяться на то, что рано или поздно они начнут сотрудничать друг с другом и это приведет к увеличению масштабов их деятельности.

Список литературы

1. <http://sinegorya.narod.ru/index1.html> СРМОО «Синегория» (дата обращения 01.03.2012).
2. <http://sarscout.ru/articles.php?lng=ru&pg=209> Скауты Саратова (дата обращения 15.03.2012).
3. <http://www.sarmolod.region64.ru/plus> Комитет по молодежной политике, охране культурного наследия и туризму Саратовской области (дата обращения 13.03.2012).

БРЕНДИНГ ГОРОДОВ

А.А. Малаев

Саратовский государственный аграрный университет им. Н. И. Вавилова

Брендинг городов - штука еще более странная и увлекательная, нежели брендинг целых стран.

Казалось бы, проще найти, допустим, уникальную черту одного города, чем всей страны, однако же поистине ярких решений в этой области история брендинга знала не так уж и много. В последнее время все больше городов задумываются о собственной айдентике, которая позволила бы привлечь в город как можно больше денег и дала бы повод для гордости и самоидентификации жителям.

В 2002 году Саймон Анхольт, один из ведущих мировых специалистов в области брендинга, впервые употребил в качестве термина фразу "брендинг мест". Анхольт стал одним из гуру, разработчиком нового комплексного

подхода к брендингу территорий в противовес специализированному, сфокусированному на каком-то одном аспекте (например, туризме).

По теории Анхольта существует шесть элементов современного бренда территории: туризм, экспортные бренды, политика, бизнес и инвестиции, культура, люди.

Как бы то ни было, туризм все равно остается на первом плане, поскольку люди привозят сами свои деньги в город.

К притоку финансов относятся также экспортные бренды, политика, бизнес и инвестиции. А вот культура и люди - из социальной сферы. Жители города могут и должны любить место, где они живут, беречь его и помогать. Гордиться его культурой[1].

Один из самых удачных в мире примеров брендинга города - это логотип I Love NY, созданный в 1977 году дизайнером Милтоном Глейзером. Три черных буквы и красное круглобкое сердце были частью рекламной кампанией штата (а не города) Нью-Йорк, разработанной агентством Wells Rich Greene по заказу Департамента Коммерции штата Нью-Йорк. Глейзер, дизайнер, привлеченный к работе над этим проектом, был уверен, что кампания продлится всего пару месяцев, и сделал логотип бесплатно. Поэтому, собственно, особо не напрягался. Однако простенький знак стал графическим образом Нью-Йорка, частью культуры и весьма прибыльным бизнесом. Милтон Глейзер так и не получил денег за эту работу, поскольку изначально соглашался на безвозмездное создание логотипа.

Все шансы повторить успех кампании I Love NY имеет кампания «I AmSterdam», которая обыгрывает в своем слогане/логотипе английскую грамматическую конструкцию I Am - «Я есть». Емкое и глубокое выражение указывает на то, что Амстердам - это люди, которые в нем есть. Постоянно живущие и приехавшие увидеть город. И в каждом человеке, бывавшем в нем, есть часть свободного и веселого Амстердама.

Логотип воплощен в «уличной скульптуре», сумках, футболках и прочей сувенирной атрибутике.

Логотип датской столицы разработала датская же студия PeopleGroup. Дизайнеры представили Копенгаген открытым во всех смыслах городом и воплотили это в виде «кнопки» OPEN, которая является частью названия города - как и в случае с местоимением I am в Амстердаме.

Новый логотип потребовался Копенгагену в целях привлечения большего количества туристов, бизнесов, инвестиций и так далее. И в этом знаке должно было уместиться всё, что может сказать город мировому сообществу о себе - о комфорте жизни, о дружелюбности по отношению к окружающей среде (треть города ездит на работу на велосипедах), к бизнесу, к дизайну, о толерантности, о том, что это красивый город, в конце концов.

Логотип PeopleGroup был выбран из предложений 30 дизайнерских фирм. Интересно, что из пяти финалистов три студии предлагали игру со словом OPEN. Победителем признали лого, предполагающее наиболее легкое и широкое использование в рекламных кампаниях.

Из крупных брендинговых проектов имеет смысл также отметить смену логотипа города Мельбурна, Австралия.

В июле этого года власти Мельбурна представили новый логотип города. Он представляет собой букву «М», напоминающую по форме кристалл. Создание нового логотипа обошлось правительству Мельбурна в 240 тысяч долларов. Разработку логотипа осуществило агентство Landor.

По словам мэра Мельбурна Роберта Дойла (Robert Doyle), предыдущий символ города создавался еще «когда он слушал Vanilla Ice и MC Hammer» (популярные в 1990-х годах исполнители). Дойл добавил, что для Мельбурна «жизненно важно», чтобы у города появился «инновационный и сильный бренд». Новый символ должен постепенно заменить около 50 различных логотипов, которые сейчас используют власти Мельбурна.

В 2005 году столица Эстонии выбрала себе логотип, разработанный DDB Eesti AS[2].

Победившая работа представляет собой силуэт Таллинна, от которого будто исходит звуковая волна, повторяющая этот самый силуэт – своеобразная эстрада Певческого поля, в дизайнерском воплощении отражающая любовь народа к певческим праздникам. Звуковая волна при этом весьма напоминает и море, в котором отражается старый Таллинн. Логотип выбирали всем миром: по 30% голосов дали горожане, международные эксперты и представители таллиннских властей, и 10% от общей оценки работ составило мнение туристов. Всего же в голосовании приняли участие 827 горожан и 505 туристов, не считая профессиональное жюри.

У российских городов с брендингом становится все интересней и интересней. Пермь, Калужская область, Ненецкий автономный округ, теперь и Смоленск. А у Москвы и Санкт-Петербурга пока что единой айдентики так и нет.

Город Смоленск получил логотип и фирменный стиль к 1150-летнему юбилею. Администрация Смоленской области утвердила официальную символику, посвященную празднованию 1150-летия со дня основания города Смоленска. Как рассказывают авторы логотипа из агентства N1, после празднования цифру уберут и логотип сможет существовать как полноценный бренд Смоленска.

В 2014 году в Сочи пройдет Зимняя Олимпиада. Это дает основания предполагать, что на ближайшие четыре года логотипом города станет логотип главного мирового спортивного события. Новый бренд «Сочи 2014» является воплощением приверженности системе идей, выраженной пятью Олимпийскими кольцами, и стратегическому видению «Сочи 2014»: инновационные Олимпийские и Паралимпийские зимние Игры, которые выразят характер Новой России и принесут позитивные и устойчивые изменения в стране.

В основе бренда лежит понимание того, что Игры станут яркой страницей истории Новой России. Они покажут жителям страны и всему миру многообразие российской культуры и природы, будут способствовать

интеграции с другими мировыми культурами. Расскажут о новом поколении, познакомят с традиционным российским гостеприимством.

Еще одна попытка сделать брендинг городу посредством спортивного события предпринимается сейчас в Казани, которая в 2013 году принимает Летнюю Универсиаду. Помимо логотипа собственно Универсиады, размещенного в городе повсеместно (и даже на табличках с номерами домов), существует также и трехминутное видео, которое можно легко найти в сети. Его снял голливудский режиссер Руперт Уэйнрайт, и Казань предстает в довольно пафосном, но интересном ролике как место, где сходятся разные культуры и религии и мирно сосуществуют при этом. Слоган: «Казань - тысячи миров нового».

В Студии Артемия Лебедева сделали фирменный стиль Калужской области. Калужская область образована в 1944 году. Она входит в Центральный федеральный округ России, в ней проживает более миллиона человек. В 2010 году Международная организация кредиторов признала регион самым инвестиционно привлекательным в нашей стране. Чтобы поддержать успешный образ в глазах жителей и инвесторов, области понадобился фирменный стиль.

Логотип обыгрывает аббревиатуру Калужской области (КО) и комфортный деловой климат (ОК), не лишаясь при этом графической привлекательности, современности и уникальности.

В 2009 году в Перми по инициативе пермского губернатора Олега Чиркунова был создан Пермский центр развития дизайна (ПЦРД), возглавил Артемий Лебедев [3].

Брендинг начался с предложения использовать в качестве логотипа Перми красную букву П. Как сообщил автор логотипа, он будет использоваться везде - от урн и скамеек до афиш и бланков. При этом логотип не является заменой гербу.

Рассматривая Саратов, я хотел бы отметить, что городу пока не нужна своя айдентика, так, как сам город не привлекателен для туристов и затраты на разработку своего бренда могут сильно ударить по бюджету. Первоначально нужно вкладывать деньги на развитие туристического комплекса, сделать регион более привлекательным для инвесторов используя опыт зарубежных и отечественных руководителей, учитывая всю важность города для Поволжья. Также рассматривая географическое положение Саратова, нужно помнить, что рядом располагается г. Энгельс, и уже совместными усилиями можно улучшить положение в котором сейчас находятся города. Помня все это, нужно не забывать жителей города, учитывая их пожелания, а все остальное приложится само собой.

Список литературы

1. Название: Брендинг города. Автор: Денис Визгалов. Издательство: Фонд "Институт экономики города". Год: 2011.
2. Название: Бренд-помощь. Простое руководство, которое поможет решить проблемы брендинга. Автор: Брэд Ванэкен. Издательство: Питер. Год: 2004.

3. <http://www.adme.ru/breeding/kak-breendiruyut-goroda-69951/>

ФЕНОМЕН РАБОТАЮЩЕГО СТУДЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

О.А. Милантьева

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

В России происходят динамичные и глубокие изменения ценностных ориентаций молодежи. При этом проявляются и региональные различия и особенности в формировании социальных интересов, мотивов и устремления молодого поколения. Существенное значение при формировании ценностных ориентаций молодого поколения приобретает тип и размер населенного пункта, а также регион проживания [1]. Степень развитости их производственной базы, социальной инфраструктуры, коммуникаций, особенности культуры определяют возможности выбора жизненной стратегии, способов самореализации молодых людей. В России, система ценностей молодежи отличается неоднозначностью, которая отражает транзитивный характер современного общества. Социолог А.В. Соколов, для объяснения парадокса амбивалентности ценностных ориентаций молодежи, считает необходимым уйти от попыток создания одного социального портрета, представляющего всю молодежь России [2].

Наиболее динамично развивающейся и функционирующей в современном обществе частью молодежи является студенчество. Бесспорно, что студенчество играет важнейшую общественную роль. Являясь основным источником высококвалифицированных слоев общества, сегодняшняя студенческая молодежь призвана в дальнейшем решать основные проблемы российского общества во всех сферах его жизнедеятельности.

Феномен работающего студента в современной России очень распространен, однако студенческая занятость сейчас существенно иная, чем в советские времена. В настоящее время подрабатывают 77% студентов технических факультетов, 72% - экономических, 83% - гуманитарных. На I курсе работают 40% студентов, на II - 54%, на III - 81%, на IV - 74%, на V - 77%, две трети из них работают постоянно [3].

Если в прежние времена для подавляющего большинства студентов вузов постоянная оплачиваемая работа не была жизненной необходимостью, то сейчас она стала таковой, так как покупательная способность стипендии за последние 8 лет упала более чем в 4 раза.

Для студента-старшекурсника 70-80-х гг. основными целями работы были дополнительный (именно дополнительный, а не насущно необходимый) приработок, отработка обязательной практики, приближение к объекту исследования и забота о будущем месте постоянной работы. У их сегодняшнего сверстника структура целей существенно иная.

На первом месте (с большим отрывом от других целей) - необходимость заработать себе на жизнь и на получение образования. На

втором - забота о послевузовском трудоустройстве, желание поработать, чтобы получить опыт в определенной области с намерением и дальше там работать, чтобы было, что написать в "резюме" и тем самым повысить свои шансы на получение желаемой работы. Далее следуют стремление не отстать от друзей; желание чем-то занять свое время и голову, недогруженность в процессе учебы; стремление заняться чем-то новым; потребность полнее ощутить связь приложенных усилий с результатом, что далеко не всегда удается в вузе.

Проанализированные данные обнаруживают все больший разрыв между характером регулярной занятости студентов гуманитарных, технических, а тем более естественнонаучных и физических факультетов вузов и той специальностью, которую они получают в процессе обучения. В то же время экономическое, менеджментное, социологическое и психологическое образование находит все больший спрос и позволяет гораздо большей части студентов находить работу по специальности.

В прежние времена трудоустройство студентов-старшекурсников осуществлялось на основе многолетних связей между вузами и профильными для них предприятиями и организациями. Теперь во многих случаях эти связи разорваны; акционировавшиеся или перешедшие в частные руки предприятия сокращают работников и не берут студентов.

В последние годы создаются фирмы и организации, занимающиеся трудоустройством студентов и выпускников вузов, сбором и распространением среди них информации о возможных местах и предлагаемых условиях работы. Проводятся "дни карьеры" и другие формы контактов между студентами и работодателями. Тем не менее, современное трудоустройство студентов следует охарактеризовать как преимущественно индивидуальное, слабо регулируемое и свободное.

Молодежь - это не только «настоящее», но и «будущее» общества, так как в определенное время она естественным путем сменит старшие поколения в различных сферах социальной жизни. И если сегодня процессы общественного воспроизводства, процессы формирования и развития молодежи как одной из важнейших социально-демографических групп каким-то образом деформированы из-за некомпенсированного влияния тех или иных негативных факторов, то это означает, что уже в настоящем и, несомненно, в будущем наше общество столкнется с рядом новых сложных проблем, от решения которых будет зависеть стабильность его существования, характер отношений между индивидами, ведущая направленность их действий и т.д. Именно поэтому усиление внимания различных властных и общественных структур к молодым людям крайне актуально, так как в социальном отношении современная молодежь достаточно сильно дезинтегрирована, разобщена и погружена в стихию рыночных отношений.

Список литературы

1 Майер В.В. Региональные особенности вузовского образования//Социологические исследования. - 2007. - №6. – С. 109.

2 Соколов А.В. Интеллектуально-нравственная дифференциация современного студенчества //Социологические исследования. - 2005. - №9. – С. 91 - 97.

3 Майер В.В. Региональные особенности вузовского образования//Социологические исследования. - 2010. - №6. – С. 111.

ОБЩЕНИЕ КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Ф.С. Насибова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Переходные процессы, начавшиеся в конце 80-х годов, востребовали новый уровень социализации молодежи, связанный с включением ее в совершенно не свойственные предыдущим поколениям общественно-экономические отношения, новые ценности. В этих условиях более отчетливо обозначается проблема роли молодежи как субъекта перемен. Личность здесь рассматривается не только и не столько как продукт, сколько как субъект свободной деятельности.

Человек - существо социальное. Включенность личности в общественные отношения обуславливает тезис о первостепенной роли социального общения в этом процессе. В решении сложных задач воспитания личности значительная роль принадлежит изучению умения личности общаться.

Актуальность темы объясняется тем, что в современных социальных условиях, когда на смену привычным формам жизни приходят новые рыночные отношения, интерес к проблемам общения еще больше обострился. Вне общения просто немислимо человеческое общество. Общение выступает в нем как способ интеграции людей и вместе с тем, как способ их развития. Именно отсюда и вытекают проблемы общения как способы взаимодействия и самопознания. В условиях глобальных изменений, охвативших все мировое сообщество, усложнения жизни и ускорения ее темпа, революции в области средств массовой информации, расширения международных политических и культурных контактов все большее значение приобретают разные формы общения между людьми, новые виды коммуникации.

Отечественная научная литература дает широкий спектр различных толкований содержания понятий и существа явлений «общение» и «коммуникация». К примеру, В.П. Конецкая в учебнике «Социология коммуникации» пишет: «Общение — социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их познавательно-трудовой и творческой жизнедеятельности, реализуемый главным образом при помощи вербальных средств коммуникации.

Коммуникация - сознательно обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и др.)»[2]. М.С. Каган утверждает, что «Общение оказывается необходимым и специфическим видом человеческой деятельности, выражающим взаимодействие субъекта с субъектом» [1]. Наверное, главное, что объединяет точки зрения, имеющиеся в отечественной литературе по вопросу общения и коммуникации, состоит в указании на социальность как важнейшую характеристику этих явлений.

Проанализировав публикации, можно дать определение понятию общение. Общение - сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга. Общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становится осознанным, связанным вербальными и невербальными актами. Человек, передающий информацию, называется коммуникатором, получающий ее - реципиентом. Структура общения состоит из трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной.

Коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами (обмен действиями). Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания [3].

Общение необходимо для познания не только других, но прежде всего самого себя. Помимо самоанализа, необходима и обратная связь. Люди, которые нас окружают, по сути, своеобразные зеркала, в которых мы отражаемся. Возможно, звучит парадоксально, но достаточно вспомнить, насколько порой наше отражение в зеркале отличается от того, как мы сами представляем собственную внешность.

Общению необходимо учиться, в этот процесс входит работа над формированием собственной личности, и постоянное осмысление и переосмысление своего отношения к окружающим людям. В отношении с людьми крайне важным является признание права другого быть непохожим на вас. А значит, умение воспринимать человека в совокупности всех его качеств, как положительных, так и отрицательных. На основе этих двух принципов и происходит "отбор" тех людей, которых человек включает в круг своего личностного общения. С другой стороны, практически те же принципы лежат и в основе официальных, а также производственных отношений.

Общение расширяет кругозор, обогащает нас жизненным опытом. Оно дает возможность самореализации и укрепляет уверенность в себе. Именно поэтому оно так важно для молодежи, в том числе Саратовской, что вызывает необходимость его дальнейшего социологического изучения.

Список литературы

1. *Каган М.С.* Человек как субъект общения // Методологические проблемы изучения человека в марксистской философии. Л., 1979.
2. *Конецкая В.П.* Социология коммуникации. М.: Международный ин-т бизнеса и управления, 1997.
3. *Андреева Г.М.* Социальная психология. М., 1998.

РОЛЬ ТЕАТРА И КИНО В СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ШКОЛЬНИКОВ

П. Николаева

Лицей № 15 г. Саратова

Социализация школьников это процесс усвоения знаний, умений, навыков, образцов поведения в социальной среде, ценностей и норм современного общества. В школьные годы данный процесс весьма интенсивен. Социализация является чрезвычайно важным социальным процессом, который осуществляется с помощью социальных механизмов, обеспечивающих достижение общественных и групповых целей. Эти механизмы связаны с действием социальных институтов общества (институтов воспитания, семьи, школы, различных организаций), группового влияния и контроля.

Формирование ценностей, идеалов в школьные годы - весьма важный процесс. В последние годы телевидение и кино играют важную роль в формировании ценностных ориентаций школьников. У многих россиян складывается мнение об утрате молодым поколением нравственных норм, изменении моральных устоев, о перерождении молодого поколения россиян.

По результатам опроса ВЦИОМ [1], современное поколение школьников весьма пессимистично, порой цинично, индивидуализировано. Возможно одной из причин является трансляция негативных идей с экранов кино и телевидения. Можно отметить, что негативно влияют различные трансляции массовой культуры, в которых пропагандируются ценности западного общества, противоречащие сложившимся ценностям, образцам поведения и менталитету россиян.

В последние годы в телевизионном эфире и на экранах кинотеатров чаще стали транслироваться русские фильмы, главной идеей которых является патриотизм, высшие ценности человечества. Отрадно, что русская культура и история, по-прежнему, интересна молодому поколению.

Современные школьники активно посещают театры, кинотеатры, смотрят программы телевидения. Посещение театров и кинотеатров чаще происходит коллективно, совместно с одноклассниками по инициативе классных руководителей. Индивидуальная активность школьников в посещении данных учреждений культуры весьма низкая.

Театры, кинотеатры все чаще используют Интернет-пространства для популяризации своих проектов: сайты, страницы в социальных сетях. Многие фильмы можно посмотреть в Интернет-версиях, либо в записях в домашних условиях. Поэтому, потребление культурных ценностей современными школьниками становится в основном домашним досугом, просмотры индивидуальными и очень редко коллективными.

К сожалению, жители России редко посещают театры (23%), причем только 1% делает это ежемесячно [2]. Необходимо отметить, что отсутствие театров в малых городах страны – одна из причин. В таких случаях культурная жизнь сосредоточена, в основном, на коллективах художественной самодеятельности. Киносеансы в малых городах и поселках тоже стали редкостью. Кроме того, экономические условия в нашей стране, часто не позволяют тратить средства семьи на культурные мероприятия, и домашний досуг становится приоритетным.

Тем не менее, стоит отметить, что в прокате кинотеатров все чаще фильмы отечественного производства, рассказывающие об исторических событиях или это экранизации классических произведений русской литературы. Театры продолжают ставить на сцене выдающиеся произведения мировой литературы, которые способствуют формированию духовного мира и базовых ценностей современных школьников.

Список литературы

1. Молодежь новой России: ценностные приоритеты // Аналитический доклад ВЦИОМ. М., 2008. Институт социологии РАН. http://www.isras.ru/analytical_report
2. ВЦИОМ. Изучение досуга молодежи. <http://teatral-onlain.ru/news>

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОЦЕНКУ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ СТУДЕНТАМИ СГУ

В.А. Овчинникова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Образование занимает важное место в жизни человека и общества. Высшее образование дает человеку знания, которые помогают ему стать профессионалом в выбранной сфере. Образование способствует становлению личности, усвоению важнейших жизненных установок и формированию мировоззрения. Поэтому образование и решение проблем, связанных с его нынешним состоянием, так важно.

Современные проблемы системы российского образования представляются нам достаточно актуальным исследовательским полем. В связи с этим в январе-марте 2011 года нами было проведено социологическое исследование с целью выявления оценки качества высшего образования студентами СГУ. Результаты опроса показали, что целью обучения в Вузе

для большинства студентов является получение знаний и профессиональных навыков. При определении понятия «качественное образование» студенты акцентировали свое внимание на таких выражениях, как «применять полученные знания на практике», «современные методики и технологии», «хороший специалист». Выявление уровня информированности студентов о Болонском процессе показало, что большая часть респондентов знают, о том, что Россия вступила в Болонский процесс. Большинство студентов не смогли определиться с ответом на вопрос «Поддерживаете ли Вы принятие Болонской конвенции в России?», что говорит, прежде всего, о неоднозначности результатов подобной реформы, а также недостаточном объеме информации о результатах ее реализации. Из числа оценивших данную реформу в равной степени отметили как негативные последствия вступления России в Болонский процесс, так и позитивные. При анализе оценок показателей образовательного процесса, наибольший уровень удовлетворенности в 4 балла (по среднему баллу) выявлен по оценке характеристик работы преподавательского состава, таких как, доброжелательность, справедливость и качество изложения материала. В оценках показателей атмосферы в коллективе, комфортности расположения Вуза, работы студенческих клубов и спортивного сектора средний уровень оценок колебался от 3,5 до 3,9. Наименьший уровень удовлетворенности, от 3,1 до 3,4 баллов, зафиксирован в оценках технических средств обучения, расписания занятий и состояния учебных помещений. Таким образом, студенческие оценки качества ряда параметров образовательного процесса оказались достаточно высоки, что характеризует достойный уровень предоставления образовательных услуг Саратовским государственным университетом им. Н.Г. Чернышевского.

Дальнейший анализ позволил нам выявить основные факторы, влияющие на оценку качества высшего образования студентами СГУ. Мы проверяли наши гипотезы с помощью таких показателей связи, как коэффициент связи χ^2 , коэффициенты Пирсона и Крамера.

Выяснилось, что если студент не совмещал работу с учебой (17,4%), то он в 7 раз чаще, чем остальные (2,5%) указывал, что качественное образование – это образование, дающее помимо профессиональных знаний, общую культуру, широкий кругозор. Также выяснилось, что те студенты, которые не работают (19,6%), больше других (5%) отвечали, что качественное образование – это престижное образование, позволяющее получить хорошую работу, быть востребованным специалистом. В свою очередь, студенты, которые имеют вторичную занятость, обращали внимание на такие понятия качественного образования, как «государственное, бесплатное, доступное образование» (20%) и «честно полученное образование – без связей, взяток и покупок дипломов» (22,5%). Можно сделать вывод, что студенты, которые не работают, рассматривают качественное образование в более широком смысле, также для них оно является условным носителем престижа, а те респонденты, которые имеют

вторичную занятость, рассматривают качественное образование более практично.

Было выявлено, что на определение понятия «качественное образование» может влиять не только наличие у студента работы, но и цель его обучения. Так, большинство студентов (58,6%), чьей целью в ВУЗе было «получить знания и профессиональные навыки», выбрали в качестве определения «качественного образования» «всестороннее, углубленное образование, позволяющее быть хорошим специалистом». Однако оказалось, что эти две переменные являются взаимовлияемыми. Понятие «качественного образования» влияет на цель обучения респондента, причем в этом случае вероятность связи выше.

Уровень информированности девушек (74,1%) о вступлении России в Болонский процесс оказался чуть выше, чем юношей (68,8%). Можно также говорить и о влиянии пола на источник информирования. Оказалось, что по месту учебы, о Болонском процессе узнали в 4 раза больше девушек, нежели юношей, что, может говорить о большей внимательности, посещаемости и коммуникативности девушек социологического факультета в университете.

Кроме того, студенты, проживающие в общежитии, лучше других осведомлены о Болонском процессе и его последствиях, что позволяет сделать вывод о том, что в общежитиях среди студентов эта тема является обсуждаемой. Еще мы можем сказать о том, что место проживания влияет и на мнение респондента о последствиях вступления России в Болонский процесс. Например, студенты, проживающие в общежитии (60%), в 3 раза чаще остальных (23,1%) указывали в качестве последствия вступления России в Болонский процесс «возможность беспрепятственного трудоустройства за границей». Респонденты, снимающие квартиру или комнату, чаще других выбирали единую европейскую систему оценок как одно из последствий Болонского процесса в России. В результате анализа ответов оказалось, что женщины склонны выделять положительные последствия, например, «Рост ценности российских дипломов за рубежом» и «Возможность беспрепятственного трудоустройства за границей», в то время как мужчины отмечают негативные изменения в системе образования после окончания Болонского процесса, например, «Конвертируемость российских дипломов приведет к "утечке мозгов"» и «Разрушение основ фундаментального российского образования, упрощение системы российского образования». Но, при этом, вышесказанное нельзя отнести к вопросу финансирования ВУЗов, так как мужчины ожидают увеличения финансирования, а женщины, наоборот, выделяют отрицательное изменение в виде снижения количества денежного обеспечения ВУЗов. Здесь можно сказать о том, что юноши более критично относятся к новым реформам образования.

При выявлении связи между половой принадлежностью и оценками показателей учебного процесса, оказалось, что пол наиболее всего влияет на оценку такого учебного показателя, как работа студенческих клубов и органов студенческого самоуправления. Девушки чаще всего оценивали этот

показатель на 3 балла (40,7%), а юноши на 4 балла (59,4%). Однако оценку в 5 баллов ставили чаще все-таки девушки (20,4%), чем юноши (6,3). Мы можем сделать вывод о том, что в оценках респондентов мужского пола больше согласованности, а у лиц женского пола больший разброс во мнениях. Можно предположить, что тут имел место личный опыт участия в студенческих клубах и органах студенческого самоуправления, и, видимо, у всех он был разный.

Таким образом, основными факторами, влияющими на оценку качества высшего образования студентами социологического факультета СГУ, являются:

- половая принадлежность, так, девушки более информированы о нововведениях, менее критичны к ним, чем юноши, однако проявляют меньшую согласованность в оценках показателей учебного процесса;
- место проживания; студенческие общежития способствуют более высокой информированности о новых образовательных реформах;
- наличие вторичной занятости; среди работающих студентов проявлен больший рационализм в оценках значимости образования;
- цель обучения; профессионализм как образовательная стратегия формирует понимание цели обучения в контексте качества и высокого уровня компетентности.

ДОБРОВОЛЬЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РЕГИОНЕ.

Н.Н. Огурцова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Добровольчество – это фундамент гражданского общества. Оно привносит в жизнь потребность в мире, свободе, справедливости, безопасности и является способом сохранения и укрепления общечеловеческих ценностей. На сегодняшний день эта деятельность приобретает все большую популярность, охватывая различные сферы общественной жизни.

Добровольческая активность граждан является важнейшим фактором социального развития общества в таких сферах, как образование, наука, культура, искусство, здравоохранение, охрана окружающей среды. Добровольческая деятельность – это сфера, дающая простор созидательной инициативе и социальному творчеству широких слоев населения и обеспечивающая важный вклад в достижение целей социальной политики страны и повышение качества жизни граждан. Для молодого поколения волонтерство является важным способом получения новых знаний, развития навыков общественной деятельности, формирования нравственных ценностей, активной гражданской позиции.

В последние годы наблюдается устойчивый рост числа граждан и организаций, участвующих в благотворительной и добровольческой деятельности, а также расширяются масштабы реализуемых благотворительных программ и проектов. Однако в то же время остается значительным разрыв между числом граждан, заявляющих о потенциальной готовности участвовать в благотворительной и добровольческой деятельности, и числом граждан, реально ведущих такую деятельность. Доля людей, занимающихся добровольческой деятельностью в России, по-прежнему невысока особенно по сравнению со странами Европы. Это связано, в частности, с низким уровнем доверия граждан к благотворительным организациям, мотивации, с недостатком информации о деятельности таких организаций и добровольцев; с неразвитостью инфраструктуры поддержки благотворительной и добровольческой деятельности; с недостаточной информированностью молодежи о сути добровольческой деятельности; с отсутствием плотно закрепленного в общественном сознании положительного имиджа добровольческой деятельности.

В Саратовской области в последние годы проводится активная молодежная политика по реализации концепции развития волонтерской деятельности, основными направлениями которой являются: поддержка незащищенных групп населения, пропаганда здорового образа жизни, профилактика алкоголизма, наркомании, курения и других асоциальных явлений в молодежной среде; помощь при организации и проведении массовых мероприятий международного, всероссийского, регионального, муниципального уровней и др. Работу ведут 139 молодежных и детских общественных объединений, в деятельности которых занято более 135 тыс. человек [1]. В муниципальных образованиях действуют более 300 общественных объединений, не имеющих государственной регистрации (Аткарский, Екатериновский, Ивантеевский, Марковский, Новоузенский, Озинский, Перелюбский, Татищевский, Турковский, Энгельсский районы, ЗАТО Шиханы).

Одной из таких организаций, на базе которой развиваются добровольческие инициативы, является «Молодежь плюс», которая уже 15 лет привлекает для волонтерского движения молодежь города Саратова, в том числе студентов социологического факультета СГУ. Основным направлением нашей деятельности является помощь детям, попавшим в трудную жизненную ситуацию. Мы постоянно проводим всевозможные мероприятия, помогающие детям – сиротам почувствовать себя не одинокими в этом мире, собираем вещи и денежные средства для передачи в детские дома. Одной из последних является акция «Мне не все равно», в рамках которой был проведен мониторинг детских домов Саратова и Энгельса. По результатам опроса был выявлен перечень вещей, в которых дети – сироты нуждаются в первую очередь – это развивающие игры и канцтовары: краски, тетради, ручки, карандаши, фломастеры, а также вещи и обувь, которые впоследствии были закуплены и переданы в данные

социальные организации. В марте стартовала новая акция под названием «Весна в сердце». Планируются выездные выходные на природу, организация развлекательных мероприятий, подарки.

Таким образом, на сегодняшний день увеличивается число людей, которые небезразличны к судьбам незащищенных категорий граждан. И, хочется надеяться, что людей, нуждающихся в помощи, будет становиться все меньше, а людей, готовых прийти на помощь добровольческим организациям, наоборот, все больше.

Можно сделать вывод, что на современном этапе общественного развития страны обществом и государством все больше осознается, что деятельность, основанная на идеалах добра и созидания (добровольчества), способна внести существенный вклад в процесс формирования здорового образа жизни; воспитание подростков и молодежи, как ответственных членов общества, снижения барьеров разобщенности, укрепления доверия и сотрудничества между всеми секторами общества. Посредством добровольчества граждане, независимо от возраста, должностного и имущественного положения, политических и религиозных убеждений, осознавая свою личную ответственность за судьбу страны, за настоящее и будущее поколений, вносят вклад в решение социально значимых проблем общества, создавая в суммарном выражении огромный и бесценный ресурс - социальный капитал.

Список литературы

1. Комитет по молодежной политике, охране культурного наследия и туризма Саратовской области (<http://www.sarmolod.region64.ru/dobrovolno/2011/07/10909?p=0>)

РАЗВИТИЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В САРАТОВЕ В КОНЦЕ XIX - НАЧАЛЕ XX ВЕКОВ

Н.И. Пилипенко

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

В современном российском обществе интенсивно протекает процесс реформирования системы управления, как на государственном уровне, так и на уровне местного самоуправления. Принцип местного самоуправления, закрепленный в действующей Конституции РФ, способствует формированию такой системы власти, которая является наиболее успешной в обеспечении интересов населения на местах с учетом исторических и иных местных традиций. В связи с этим проблемы местного самоуправления приобретают наиболее острое и актуальное звучание. Основой для создания подлинного самоуправления может послужить опыт российского земства, на деле продемонстрировавшего жизнеспособность местного самоуправления, способность к развитию, как отдельных регионов, так и страны в целом [1].

В конце XIX - начале XX веков в Саратовской Губернии, как и во всей России, проходили огромные преобразования, в том числе и сфере местного самоуправления. Данный период характеризуется активным развитием органов местного самоуправления, системы самоуправления в целом. Для более полного освещения заявленной темы необходимо отметить, что местное самоуправление в Саратовской губернии имеет глубокие исторические корни. Свою историю Саратов начинает со 2 июля 1590 года, со времени военно-административного освоения поволжского региона. Его основателем и первым воеводой был князь Григорий Осипович Засекин. Саратов в период воеводского управления (1590-1775 гг.) вырос из небольшой крепости в центр провинции (1769 г.). В это время было учреждено Саратовское наместничество. 3 февраля 1781 года Саратов официально приобрел статус губернского города и получает герб.

Период от конца XIX века до начала XX является для Саратовской губернии этапом наиболее активного развития местного самоуправления. Городовым положением 1870 года, по сравнению с прежним законодательством, был увеличен на 1 год срок службы городского головы, составивший 4 года. Столько же стали служить и члены городской управы. Предусматривалось и регулярное обновление кадров - через каждые два года половина членов управы выбывала по очереди и замещалась вновь избираемыми, которыми могли быть и выбывшие. Должности в канцеляриях городской Думы и управы, за исключением городского секретаря, замещались по найму, а порядок назначения определялся Думой. Городскому голове и членам городской управы воспрещалось «входить в подряды и поставки по предметам городского хозяйства, но им не возбранялось участвовать в торгах на отдачу в содержание городских имуществ» [2].

В конце 1870 года в городе прошли думские выборы, а 4 января 1871 года состоялось первое заседание новой городской Думы Саратова. В заседании участвовал 71 гласный, которые приступили к баллотировке городского головы. На эту высокую должность большинством голосов (68 против 3) был избран ВЛ. Гусев, занимавший ее по 1875 год.

На февральско - апрельских 1871 года заседаниях были сформированы исполнительные органы Саратовского городского самоуправления. Так, на заседании 3 февраля 1871 года в присутствии 60 гласных были рассмотрены вопросы о количестве членов городской управы и размерах их персонального содержания. Дума постановила, что Управу составят 4 члена, с зарплатой по 2 тысячи рублей в год [3]. Таким образом, Саратовская городская Дума нового образца была сформирована, открыта и приступила к практической работе. В соответствии с новым Городовым положением она представляла все городское общество, обсуждала касавшиеся его дела и действовала его именем во всех случаях, когда закон требовал принять общественное постановление или приговор по этим делам.

Следующим по Положению шагом в создании саратовского самоуправления было открытие органа исполнительной власти - городской управы. Она, как и городская Дума, состояла под председательством

городского головы. Число членов управы определялось городской Думой. Саратовская городская управа 1870-х годов состояла из 4 членов и 3 кандидатов. Городская управа в Саратове была учреждена 6 апреля 1871 года.

Вопросы, которыми занимались члены управы, касались благоустройства Саратова и имели долговременную перспективу, как, например, оздоровление территории Глебучева оврага, обращение его, этой давней инфекционной «язвы города», в общественный сад. Также решалась задача мощения центральных улиц камнем, насаждения Камышинской (Рахова) и Астраханской улиц деревьями и т.п.

Развитие рассмотренных органов местного самоуправления продолжалось вплоть до 1917. В дальнейшем некоторые были трансформированы, а другие и вовсе расформированы.

Таким образом, основным итогом административной жизни Саратова в динный период, было становление обновленного городского самоуправления, в дореволюционную эпоху сделавшего немало для улучшения и развития разных сторон жизни нашего города.

Список литературы

1. *Степанов К.А.* Деятельность Ростовского земства Ярославской губернии во второй половине XIX – начале XX вв. Ростов, 2008. С.6
2. Городовое положение 1870 года, с дополнениями и разъяснениями. С. 82.
3. Постановление Саратовской городской думы от 3 февраля 1871 года.

СОЦИАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДИСТАНЦИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ БАНКЕ

П.Б. Поликарпов

Саратовский государственный университет им. Н. Г.Чернышевского

Банкиры заинтересованы в подключении как можно большего числа клиентов к ДБО: продвижение высокотехнологичных услуг позволяет разгрузить офисы, сократить количество операционистов и расходы на бумажное обеспечение операций [1]. Возможности систем кредитования и дистанционного обслуживания не есть что-то неизменное - программные продукты находятся в постоянном развитии, в них появляются новые модули, не только совершенствующие качество предоставляемых услуг для конечных пользователей, но и существенно увеличивающие конкурентоспособность кредитных учреждений. Чтобы система автоматизации стала не просто необходимостью, а инструментом конкурентной борьбы и завоевания потребителя, она должна отвечать ряду требований. Основные параметры эффективной системы дистанционного банковского обслуживания можно свести к следующим составляющим (табл. 3.2.)

Параметры эффективной системы дистанционного банковского обслуживания

Внедрение систем ДБО в рамках общей стратегии развития банка	Ввод систем ДБО должен осуществляться только исходя из полной поддержки со стороны руководства банка. А это означает, в первую очередь, выделение Рабочей команды, нацеленной на привлечение и обслуживание клиентов в рамках развития удаленных каналов. Для достижения наилучшего результата необходимо четко определить цели для будущего продукта ДБО как части общего банковского производства (например, доля клиентов, привлеченных через Интернет).
Регулярный анализ рынка	Работа с рынками предполагает не только фактическое присутствие на веб-рынке, но и регулярная и подробная аналитика, активное продвижение систем дистанционного банковского обслуживания: правильное продвижение услуг систем ДБО среди активных пользователей Интернета (проведение рекламных компаний непосредственно в web-среде), развитие систем ДБО в регионах, где активно развивается инфраструктура сетей широкополосного доступа в Интернет, распространение рекламных материалов о преимуществах дистанционного банкинга в своих офисах.
Систематическое повышение качества предоставляемых услуг и уровня сервиса	У клиента должно сложиться понимание того, что возможность совершения операций через Интернет или иные дистанционные каналы это стандартная услуга банковского обслуживания. Необходимо снять у потенциального клиента страх перед технологической сложностью использования ДБО, уверить его в безопасности передачи финансовой информации по каналам ДБО (Интернет, телефон и пр.), возможно организовать демонстрацию возможностей в офисах банка, создать интуитивно понятные интерфейсы систем ДБО и максимально упростить пользование системами. Также следует развивать вспомогательные дистанционные услуги (консультационные услуги по использованию систем дистанционного банковского обслуживания, службы сопровождения и помощи при возникновении проблемных ситуаций, работающие с использованием современных методов коммуникации: чаты, форумы, обращения по электронной почте, телефону и т.п.).

<p>Повышение безопасности дистанционного банковского обслуживания.</p>	<p>Повышенное внимание к качеству и безопасности дистанционных банковских услуг и их безопасности в банке связано, прежде всего, с увеличением конкуренции между банками во всех сферах их деятельности, а также с необходимостью минимизации сопутствующих использованию дистанционных каналов репутационных, финансовых и прочих рисков.</p> <p>Для обеспечения более высокого уровня безопасности информационных систем в банке на сегодняшний день действуют службы внутреннего аудита информационных технологий, в задачи которой входит выявление существующих рисков, выработка рекомендаций по их устранению и контроль над выполнением указанных рекомендаций в полном объеме и в срок.</p>
<p>Стимулирование использования ДБО</p>	<p>ДБО должно стать хорошей опцией, которую следует использовать в комплексе остальных возможностей, а стимулировать использование той или иной опции можно тарифами. Плата за получение одной и той же услуги путем использования Интернета, мобильного или телефонного банкинга должна быть разной. Если банк заинтересован в развитии дистанционного обслуживания, то самая большая плата должна быть при личном обслуживании в отделении банка.</p>
<p>Использование стратегий многоканального обслуживания</p>	<p>Под стратегией многоканального обслуживания подразумевается создание системы, позволяющей предложить клиенту стандарт или стратегию обслуживания при его обращении в банк по любому каналу. Т.е. в банке должна быть создана система, позволяющая предоставить одинаковый интерфейс и набор возможностей при работе с любым каналом доставки услуг. Это создает дополнительное удобство для клиента, обеспечивает простоту использования систем, стимулирует клиента пользоваться большим числом дистанционных каналов и услуг, придает клиенту уверенность в правильности его действий и ускоряет обслуживание.</p>

Как уже было отмечено, внедрение систем ДБО в банке включает целый ряд мероприятий, одним из самых важных является выбор необходимого программного обеспечения. Банки могут произвести автоматизацию собственными силами или воспользоваться услугами профессионального разработчика. Как правило, выбор делается в пользу второго варианта. Сверхвысокие затраты на самостоятельные программные разработки и заработную плату персонала в большинстве случаев не оправдывают результат. Обращение к услугам внешнего разработчика несет

определенные риски для банка: запуск западных систем требует больших затрат на их адаптацию под российскую специфику, вместе с тем существуют отдельные функциональные направления - такие, как например, CRM, скоринг, в которых российские разработчики пока ещё отстают. С другой стороны, мало у кого среди ИТ-специалистов возникают сомнения в качестве разработок признанных лидеров отрасли и желание отказаться от нее в пользу «своей самописной». В любом случае выбор должен сделать банк. При этом следует учитывать, что запуск систем ДБО, в частности в кредитовании, это не обязанность банка, а лишь способ повышения лояльности клиентов (существующих и потенциальных) за счёт предоставления дополнительных сервисов и сокращения затрат банка за счёт оптимизации процессов взаимодействия с клиентом, поэтому при выборе системы автоматизации банк должен обратить внимание на соблюдение следующих принципов:

- Полнота сервиса - необходимо целиком покрывать все направления кредитного бизнеса, которые предлагает банк.

- Целостность и системность - система призвана стать эффективным инструментом для широкого спектра пользователей, непосредственно вовлеченных в процесс кредитования. При этом необходимым уровнем доступа и автоматизации должны обладать подразделения косвенного сопровождения процесса кредитования (касса, отдел пластиковых карт, и т.д.) Такая комплексность в результате должна обеспечить такой уровень сервиса, который бы гарантировал быстрое принятие решения по кредиту, оперативную выдачу и сопровождение ссуды, обеспечить выполнение условий возвратности кредита.

- Эффективность - предполагается, что затраты на аппаратную платформу и программную часть соизмеримы выгоде, получаемой от использования системы.

- Информационная безопасность и надежность - система должна обладать высоким уровнем защищенности от случайного или преднамеренного вмешательства в нормальный процесс ее функционирования, а также от попыток хищения, модификации или разрушения ее компонентов. Высокая надежность системы подразумевает возможность работы в автономном режиме при отказах отдельных компонентов программно-аппаратного обеспечения, а также наличие эффективно организованной системы резервного копирования и восстановления после сбоев при минимальном уровне избыточности аппаратного оборудования.

- Эргономичность - система должна обладать структурированным и интуитивно понятным интерфейсом, позволяющим минимизировать усилия пользователя и оптимизирующим информационную составляющую дистанционного канала доступа. Архитектура системы должна обеспечивать возможность оперативной передачи информации работнику банка.

– Эластичность - возможность быстро и легко перестраивать автоматизируемые бизнес-процессы, оперативно реагировать на изменения в законодательстве РФ и подключать к ландшафту новые информационные системы.

– Масштабируемость и тиражируемость - механизмы системы призваны гарантировать достаточную производительность при росте числа пользователей, количества офисов, объемов данных и вычислительной нагрузки. Кроме того, стандартный образ системы должен быть «клонирован» в новых агентских офисах компании быстро и без существенных затрат.

– Высокая конкурентоспособность - система кредитования должна не только соответствовать текущим задачам, но и заключать в себе потенциальные возможности по удовлетворению растущих потребностей банка, прогнозируемых в обозримом будущем.

Внедрение систем дистанционного обслуживания в конкретном банке задача весьма трудоемкая, однако, четкое соблюдение заявленной стратегии и ориентация на потребности помогут банку существенно увеличить клиентскую базу и повысить качество и безопасность оказываемых услуг. При этом грамотное, эффективное использование всех возможностей дистанционного доступа возможно только в том случае, когда система отстроена и все технические решения внедрены. А следование заявленной стратегии и соблюдение параметров системы дистанционного банковского обслуживания будут способствовать укреплению данной позиции в будущем.

Список литературы

1. См. *Зверев В.* Новые информационные технологии при дистанционном банковском обслуживании // *Ценные бумаги.* – 2010. - №9. www.gaap.ru/articles/65428

СЧАСТЬЕ ЖИТЕЛЕЙ Г. ЭНГЕЛЬСА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МАТЕРИАЛЬНОГО ДОСТАТКА

Н.А. Политова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Считается, что счастье человека напрямую зависит от количества имеющихся у него денег, так как они позволяют решить многие насущные проблемы. Но сложно ответить на вопрос, кто счастливее: человек, зарабатывающий в месяц 30 тыс. рублей или тот, кто получает 100 тыс. рублей. Уровень счастья измеряется через субъективное состояние и отдельные признаки, такие как семья, здоровье, карьера и наличие денег. Поэтому деньги рассматриваются как составляющий элемент субъективного счастья.

По результатам авторского исследования среди жителей г. Энгельса были выявлены следующие категории населения: «бедные», «бедный средний класс», «богатый средний класс» и «богатые». «Бедные» – респонденты, испытывающие затруднения с приобретением вещей первой необходимости (продуктов питания и одежды) – 15%. «Бедный средний класс» – 32,5 % опрошенных отметили, что могут позволить себе продукты питания и вещи первой необходимости, но их финансовое положение не позволяет приобретать им вещи длительного пользования. «Богаый средний класс» – большинство опрошенных (40%) не испытывают трудностей с покупкой вещей длительного пользования, но у них нет средств на действительно дорогие вещи, такие, как например, автомобиль или загородный дом. «Богаые» - доля респондентов, не имеющих материальных трудностей (11%).

При этом, 30,8% респондентов абсолютно неудовлетворены собственным уровнем доходов. Скорее не удовлетворены, чем удовлетворены 9,1%. Частично неудовлетворены 17,7% опрошенных. 6,6% абсолютно довольны уровнем доходов. Каждый второй «бедный» респондент и каждый третий в категории «бедный средний класс» отметили, что испытывают насущную потребность в обеспечении продуктами и товарами.

Большинство респондентов (71,5%) отметили, что хотели бы улучшить свое материальное положение в ближайшие 5 лет. Среди «бедных» и представителей «бедного среднего класса» желают повысить свои материальные поступления 100% и 88,9% респондентов соответственно. Однако, среди «богатых» каждый второй также планирует улучшение своего материального положения. Таким образом, несмотря на то, что большинство респондентов не испытывают трудностей с покупкой продуктов питания и вещей длительного пользования, подавляющая часть участников опроса не удовлетворены уровнем своих доходов и планируют их повысить, что доказывает известное высказывание «Денег много не бывает».

Мужчины более оптимистичны в оценке материального положения в отличие от женщин. Так, с приобретением вещей первой необходимости испытывают трудности только 3,5% мужчин, в то время как женщин – 24,3%, что свидетельствует о большей обеспокоенности финансовым благополучием именно женщин. С увеличением возраста наблюдается более критичная оценка финансового благосостояния семьи. Так, среди 19-23-летних могут позволить себе покупать вещи длительного пользования 73% опрошенных, в то время как среди 41-55-летних таковых только 26,3%. В категориях среднего и старшего возраста большинство респондентов могут позволить себе продукты питания и вещи первой необходимости, но их финансовое положение не позволяет приобретать им вещи длительного пользования.

Что касается семейного положения, то в категории «бедные» треть участников опроса не удовлетворены им. Среди «бедных среднего класса» и «богатых среднего класса» недовольным семейным положением 12,6% и 8,8% опрошенных соответственно. Абсолютно удовлетворен им каждый

второй в данных категориях. Среди «богатых» не удовлетворены собственным семейным положением 9,2% респондентов, а абсолютно удовлетворены им 66,7% опрошенных в данной категории. Таким образом, нехватка материальных средств влияет на микроклимат в семье, так как самая сильная зависимость между деньгами и семейным благополучием наблюдается в бедных слоях населения.

Была выявлена прямая корреляционная зависимость удовлетворенности карьерой от материального благосостояния горожан: чем выше материальное положение, тем выше уровень удовлетворенности карьерным ростом. Так, среди «бедных» респондентов, большинство не удовлетворены своей карьерой (66,7%). Довольны собственным карьерным ростом 40,9% «богатых» опрошенных и каждый второй в категории «богатый средний класс» (54,6%).

Материальное положение играет большую роль в качестве составляющего субъективного счастья. Так, среди «бедных» очень счастливы только 3,5% респондентов. Подавляющее большинство опрошенных в категории «бедный средний класс» определили себя как частично несчастливые. Каждый третий «богатый» считает себя абсолютно счастливым. Из этого следует, что чем выше финансовое положение, тем счастливее человек. Это подтверждает взаимосвязь ощущения счастья и степени удовлетворенности доходами: среди респондентов, ощущающих себя очень счастливыми, каждый второй удовлетворен своими доходами, а среди горожан, чувствующих себя несчастными, вообще нет удовлетворенных собственными материальными поступлениями.

Таким образом, деньги не обеспечивают счастье сами по себе, они являются одной из его составляющих. Самая сильная зависимость между уровнем дохода и удовлетворенностью жизнью наблюдается в бедных слоях горожан, так как для них нехватка денежных средств особенно ощутима, но даже в этом случае деньги определяют не, сколько счастье людей, сколько возможность удовлетворить их насущные потребности.

СТРУКТУРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

В.Б. Процаковский

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Проблемы обеспечения экономической безопасности России не случайно привлекают к себе внимание. Системно-трансформационный кризис 1990-х гг., основными негативными последствиями которого стали деградация и криминализация российской экономики, значительные масштабы внешней задолженности, мировой финансово-экономический кризис 2008–2009 гг., показали отсутствие внутренних механизмов роста российской экономики, зависимость экономического благополучия страны от внешних факторов.

В Законе Российской Федерации "О безопасности" понятие "национальная безопасность" определяется как "состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз". При этом "жизненно важные интересы" представляются как "совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества и государства" [1].

Экономическая безопасность является неотъемлемой составной частью национальной безопасности. Собственно же экономическая безопасность может быть представлена как состояние защищенности национального хозяйства от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечивается поступательное развитие общества, его экономическая и социально-политическая стабильность, не смотря на наличие неблагоприятных внешних и внутренних факторов [2].

Экономическая безопасность государства – сложное социально-экономическое понятие, отражающее большую гамму постоянно меняющихся условий материального производства, внешних и внутренних угроз экономике страны. Поэтому первоочередной задачей российского государства в настоящее время является достижение такого уровня экономической безопасности, который гарантировал бы внутреннюю стабильность, активное участие в международном разделении труда и одновременно национальный суверенитет.

Экономическая безопасность региона определяется, прежде всего, состоянием производительных сил и социально-экономических отношений, масштабами использования достижений научно-технического прогресса в хозяйстве страны, структурой внешнеэкономических связей. В этой связи можно утверждать, что материальную основу экономической безопасности региона составляют развитые производительные силы, способные обеспечить расширенное воспроизводство и цивилизованную жизнь граждан. Экономическая безопасность региона тесно связана с понятиями "развитие" и "устойчивость" экономики. Так как, если экономика не развивается, то сокращаются возможности сопротивляемости негативным внешним и внутренним воздействиям.

Регионы России отличаются по промышленному потенциалу, запасам полезных ископаемых, социально-демографическому развитию, а также характеру государственного регулирования экономики, что, в значительной мере, обуславливает различия в уровне защищенности их национального хозяйства [3].

Составными структурными элементами экономической безопасности региона являются: технологическая, технико-производственная, валютно-кредитная, сырьевая, энергетическая, информационная и экологическая составляющие.

Технологическая составляющая экономической безопасности обуславливает такое состояние научно-технического потенциала страны, которое гарантирует конкурентоспособность национальных товаров и услуг

на рынках наукоемкой (высокотехнологичной) продукции, а также обеспечивает самостоятельную разработку в минимально короткие сроки новейших технологических решений, предопределяющих прорывы в ведущих отраслях гражданского и оборонного производства.

Мировая практика показывает, что обеспечение технологической составляющей экономической безопасности возможно лишь при условии национального хозяйства на путь инновационного развития [4].

Для эффективной инновационной системы характерны: четко сформулированные задачи национального масштаба по инновационному развитию национального хозяйства; огромные по сравнению с другими странами расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) по созданию инновационных технологий; государственное финансирование значительной части этих расходов; защита интеллектуальной собственности в рамках государственной инновационной политики (стимулирование активного патентования); тесные связи между инновационными компаниями и университетами; большая доля венчурного капитала в общем объеме финансирования НИОКР [5].

Большое значение для обеспечения экономической безопасности государства имеет ее технико-производственная составляющая. Под ней понимается способность национального хозяйства страны в случае нарушения внешнеэкономических связей или внутренних социально-экономических потрясений оперативно компенсировать их негативные последствия, устойчиво осуществлять расширенное воспроизводство, удовлетворять общественные (в том числе и оборонные) потребности. Она тесно связана как с материально-вещественными, так и с социальными факторами производства.

Особую опасность для национальной безопасности государства представляет зависимость от внешних поставок. В случае обострения экономического или развязывания прямого военного противоборства такая зависимость может привести к существенным экономическим затруднениям и даже потере экономической самостоятельности.

Валютно-кредитная составляющая может быть определена как возможность государства получать, размещать и использовать отечественные и зарубежные кредиты и инвестиции, а также рассчитывать по ним в пределах, обеспечивающих устойчивое функционирование своей валютно-финансовой системы и удовлетворение общественных потребностей в неблагоприятных внешних и внутренних экономических условиях.

Мировой опыт свидетельствует, что устойчивость экономического роста и экономическая безопасность государства возможна лишь при инвестиционном типе развития национального хозяйства. Каждая страна по своему реализует этот тип, однако практически всегда соблюдаются оптимальные соотношения, дающие максимальный эффект для экономики государства.

Продовольственная и сырьевая составляющие предполагают обеспеченность экономики страны соответственно продовольствием и

сырьем в размерах необходимых для эффективного функционирования национального хозяйства.

Обеспечение продовольствием населения страны является важнейшим фактором экономической безопасности государства. В качестве важнейших мероприятий, обеспечивающих население продовольствием, названы поддержка стабильности продаж на внутреннем рынке продовольствия национального производства и осуществление программ продовольственной помощи малоимущим.

Важнейшей мерой обеспечения продовольственной и сырьевой составляющей экономической безопасности является так же дотация сельского хозяйства из государственного бюджета, поддержка и лоббирование экспорта сельскохозяйственной продукции.

Обеспечение важнейшими видами сырья также является одним из главных факторов экономической безопасности государства. При этом проблемным вопросом обеспечения продовольственной и сырьевой безопасности является зависимость национального хозяйства от импорта продовольственных и сырьевых ресурсов.

Энергетическая составляющая экономической безопасности государства предполагает обеспечение стабильности физических поставок энергоносителей для внутреннего потребления и адаптацию национальной экономики к новым мировым ценам на них.

Одним из основных проблемных вопросов здесь выступает создание диверсифицированной структуры импорта энергоносителей и энергоресурсов, а также внедрение энергосберегающих технологий. Решение этой проблемы на государственном уровне дает возможность предупредить угрозы, связанные с энергодефицитом в национальном хозяйстве [6].

Повышение энергоэффективности российской экономики также является одним из главных приоритетов Энергетической стратегии России до 2020 года, одобренной Правительством РФ в августе 2003 года. Согласно этой стратегии почти $\frac{3}{4}$ необходимого прироста энергопотребления должно обеспечиваться за счет энергосберегающих мероприятий [7].

Энергетическая составляющая экономической безопасности государства также предполагает определение, выявление и систематизацию событий, наступление которых прямо или косвенно может нанести ущерб развитию топливно-энергетического комплекса (ТЭК). В этой связи, к числу других проблем, снижающих энергетическую безопасность государства, можно отнести: изношенность основных фондов, разрыв внутренних и мировых цен на энергоносители, темпы и масштабы национализации и приватизации в отрасли, рост аварийности на предприятиях ТЭК страны.

Экологическая составляющая предусматривает такое состояние национальной экономики, при котором предотвращаются или своевременно разрешаются противоречия между обществом и средой обитания, не допускается нанесение ущерба экономическому потенциалу государства.

Решение проблемы загрязнения окружающей среды тесно увязывается с ограничением хозяйственной деятельности человека и, прежде всего, с

нейтрализацией антропогенных воздействий на естественные экологические системы, озоновый слой атмосферы, землю, ее недра, поверхностные и подземные воды, атмосферный воздух, леса и иную растительность, животный мир, микроорганизмы, генетический фонд и природные ландшафты.

В этой связи, государство призвано обеспечить сохранность природного потенциала страны (региона, мира) при обеспечении возможности своего экономического роста.

Информационная составляющая предполагает такой порядок взаимного обмена производственными, научно-техническими и другими сведениями внутри хозяйственного комплекса государства и с зарубежными партнерами, при котором будут гарантироваться: надежный информационный обмен; повышение доли нематериальных активов в национальном богатстве; увеличение «удельного веса» информации в конечной стоимости производимого внутреннего продукта; а также тайна технологии производства.

Аксиомой является положение о том, что страна, имеющая превосходство в информационном обеспечении национального хозяйства, силах и средствах информационного противоборства, может рассчитывать на лидерство в экономической и военно-политической областях, иметь стратегическое и экономическое преимущество.

Очевидно, что в современных условиях только на этой основе можно решать проблемы создания наукоемких технологий, технологического перевооружения промышленности, приумножения достижений отечественной науки и техники.

Рассмотрение структуры и составных частей экономической безопасности государства предоставляет возможность определить факторы, влияющие на этот вид национальной безопасности в современных условиях. Новые возможности для повышения уровня экономической безопасности России будут заключаться, в использовании имеющихся стратегических ресурсов, прежде всего – в реализации энергетического, транзитного, экологического и высокотехнологичного потенциала нашей страны и ее экономики. Одновременно, новая волна высокотехнологичных разработок на основе нано- и биотехнологий открывают перед Россией возможности для «порыва» на мировые рынки.

Таким образом, перспективы экономического развития и повышения уровня экономической безопасности региона будут определяться как объективными условиями и факторами развития хозяйства, так и субъективными экономическими, социальными, но, главное – политическими процессами, происходящими в различных регионах нашей страны [8].

Список литературы

1. См. Закон Российской Федерации "О безопасности" (в редакции Указа Президента РФ от 24 декабря 1993 года № 2288 и Федерального закона от 25 июля 2002 года № 116-ФЗ). // Закон Российской Федерации "О безопасности". Федеральный закон "О Федеральной службе безопасности". - М.: "Ось-89", 2004. - 48 с.
2. В "Концепции экономической безопасности Российской Федерации" и др. отечественных концептуальных документах понятие "экономическая безопасность" определено как "возможность и готовность экономики обеспечить достойные условия жизни и развития личности, социально-экономическую и военно-политическую стабильность общества и государства, противостоять влиянию внутренних и внешних угроз". См. Концепция экономической безопасности Российской Федерации. Основные положения. - М.: Научный совет при Совете безопасности РФ, 1994; «Государственная стратегия экономической безопасности Российской Федерации (Основные положения)», одобренная Указом Президента РФ № 608 от 29 апреля 1996 года.
3. Гуськов Н., Зенякин В., Крючков В. Экономическая безопасность регионов России. М.: Алгоритм, 2000.; Гутман Г., Лапыгин Ю., Прнлепский А. Экономическая безопасность региона: Теория и практика/РАН. М.: Наука, 1996.; Жандаров А., Шиллер Ф., Никитина Е. Экономическая безопасность России: Региональный уровень// Вопросы статистики.1995.№ 3. С.20-27.
4. Об инновационном развитии экономики см., напр., Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Россия 2050: стратегия инновационного прорыва. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. Инновации и экономический рост. / Отв. ред. К. Микульский. – М.: Наука, 2002. Гордиенко Д.В. Экономический рост и военное производство. // Общество и экономика. № 9, 2005. – С.187 – 207. Гордиенко Д.В., Баскаков В.В. Экономический рост и военно-промышленное производство. // «Финансы. Экономика. Безопасность». № 12 (17), 2005. – С. 21 - 24, № 1 (18), 2006. – С. 19 – 22.
5. См.: Экономическая безопасность России: Общий курс: Учебник / Под ред. В.К. Сенчагова. – М.: Издательство «Дело», 2005. – 806 с. Гордиенко Д.В. Возможный подход к оценке экономической безопасности государства. // Государство и право. 2007, № 9. С. 110 – 112. Гордиенко Д.В. Проблемы интегральной оценки экономической безопасности государства / Труды международной научно-практической конференции «Математика, информатика, естествознание в экономике и в обществе». – М.: МФЮА, 2006. С. 136 – 142. Гордиенко Д.В. Интегральная оценка экономической безопасности развитых государств мира / Труды международной научно-практической конференции «Математика, информатика, естествознание в экономике и в обществе». – М.: МФЮА, 2007. С. 129 – 133. Гордиенко Д.В., Баскаков В.В. Основы экономической безопасности государства. Монография. М.: Министерство обороны РФ, 2-е издание, расшир., 2007. - 164 с.
6. См.: Воронин А.Ю. Энергетическая стратегия России. – М.: Издательский дом «Финансовый контроль», 2004 – 264 с. Симония Н. Энергобезопасность Запада и роль России. // Россия в глобальной политике, 2004, том 2, № 2, с. 77 – 91. Байков Н., Александрова И. Производство и потребление топливно-энергетических ресурсов в XX в. // МЭ и МО, 2001, № 9, с. 27 – 33.
7. См. Энергетическая стратегия России на период до 2020 года. – М., 2003.
8. Выступление Владимира Путина на расширенном заседании Государственного совета "О стратегии развития России до 2020 года". 08 февраля 2008 г. М.: Президент России. Официальный сайт.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ СГУ И СГСЭУ

Е. Сазонова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Интернет стал неотъемлемой частью среды обитания современного человека. Как отмечается во многих исследованиях, студенты наиболее активны в использовании ресурсов Интернета, и проводят значительную часть своего времени в сети. Из многообразия всех возможностей, которые дает Интернет, каждый студент выбирает для себя те ресурсы, которые соответствуют его потребностям. Исходя из этого, представляется интересным узнать, в каких целях современные студенты обычно используют Интернет-ресурсы и каким из них отдают свое предпочтение. Что привлекает студентов в Интернете? Как они проводят там свое время? Безусловно, это требует изучения, поэтому мы провели исследование по этой теме.

Ранее подобные исследования проводились Центром социологических исследований Астраханского Государственного Университета [1]. Субъективная оценка себя, как пользователя достаточно высока. Почти половина опрошенных считают себя уверенными пользователями. Наиболее популярными целями использования интернета являются подготовка учебных заданий, общение и развлечение. Именно поэтому наибольшей популярностью у студенчества пользуются поисковые сайты и сайты социальных сетей.

В ходе нашего исследования, целью которого было выявление особенностей использования сети интернет студентами СГУ и СГСЭУ было выявлено, что чаще всего студенты пользуются интернетом с целью послушать/ скачать музыку(83%), посмотреть/скачать фильм(79%) и пообщаться с друзьями(81%). Чуть реже упоминались такие цели как проверка почты, чтение новостей и подготовка к учебным заданиям. Менее всего студентов интересует заработок в интернете(6%) и он-лайн магазины(5%). Таким образом, информационно – развлекательная, коммуникативная и вспомогательная в учебном процессе, на сегодняшний день для современной студенческой молодежи основные функции, которые выполняет сеть интернет. Как показал опрос для Саратовских студентов использование интернета в качестве помощи в учебе не самая частая цель его посещения. При чем, около 9% опрошенных, указали на то, что интернет в учебе им не помогает. Из числа тех, кто его использует с этой целью, большинство скачивают доклады или рефераты, узнают задания у одногруппников и просматривают учебные пособия. Однако, следует заметить, что время, затрачиваемое на подготовку к учебным заданиям с помощью интернета, составляет не более 30ти минут в день.

Студенты достаточно много проводят времени в сети интернет. Больше половины указали на то, что это время занимает от 2 до 6 часов, 1/5 даже

более бти в день. Интересно заметить, что студенты хотели бы тратить на интернет меньше свободного времени, чем на момент опроса. Все это свидетельствует о не соответствии реальных потребностей с затрачиваемыми ресурсами. Одними из самых посещаемых сайтов сети интернет являются: vk.com и поисковые системы, такие как : google.ru, ya.ru, rambler.ru, mail.ru Таким образом интернет, как развлекательный сервис для студенческой молодежи востребован в большей степени, нежели как источник полезной, развивающей, учебной информации.

Список литературы

1. <http://msu-research.ru/index.php/sociology/126-sockommsystems/2121-inetstuds>

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В РЕГИОНЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А.В. Саймакова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Саратовская область – регион с демографической ситуацией, отражающей общие закономерности демографического развития России. По предварительным данным численность постоянного населения Саратовской области на 1 января 2012 г. составила 2508,6 тыс. человек, из них 1875,9 тыс. человек – городские жители, 632,7 тыс. человек – сельские [1].

В течение 2011 г. на территории области зарегистрировано 26831 рождение, или 10,7 человека на 1000 населения, это на 0,9% меньше, чем в 2010 г. Снижение численности населения наблюдается в регионе с 1996 года. Причиной снижения численности населения является его естественная убыль (превышение числа умерших над числом родившихся), не компенсируемая миграционным приростом. В период депопуляции ежегодно умирали около 40 тысяч человек, рождались 22 - 24 тыс. человек.

Основными причинами смертности населения области остаются болезни системы кровообращения, их удельный вес составил 51,1%, новообразования (12,7%), старость (10,9%) и несчастные случаи, отравления, травмы (10,8%). Средняя продолжительность жизни в России составляет 66 лет и отстает от среднего европейского уровня на 14 лет, а в Саратовской области средняя продолжительность жизни составляет 69 лет. При сохранении таких тенденций в течение следующих 50 лет можно ожидать дальнейшего сокращения численности населения страны более чем на 30%.

Начиная с 2002 года в регионе отмечается рост рождаемости. В 2007 году отмечена рекордная динамика прироста рождаемости за последние 25 лет. В Саратовской области родилось самое большое число детей за последние 15 лет - более 26 тысяч. Для обеспечения простого воспроизводства населения такое число рождений детей недостаточно.

Коэффициент рождаемости по Саратовской области составляет 10,1%. Отвечая на открытый вопрос, почему в России низкая рождаемость, люди чаще всего ссылались на: причины материально-бытового характера, отсутствие нормальных жилищных условий, сложности поиска хорошо оплачиваемой работы, следствие плохой социальной политики, отсутствия заботы государства о молодых семьях. Таким образом, рассуждая о неблагоприятной демографической ситуации в стране, люди чаще всего обращали внимание на дефицит тех или иных социальных ресурсов, необходимых для активного репродуктивного поведения людей.

Для Саратовской области как приграничного региона миграция как фактор, сдерживающий темпы депопуляции, имеет особое значение. Впервые в 2011 г. в число мигрантов включены не только зарегистрированные по месту жительства, но и зарегистрированные по месту пребывания, т.е. временные на срок 9 месяцев и более. Миграционные потоки в области складываются из внутриобластных передвижений, миграции населения между регионами России, странами СНГ, а также с другими зарубежными странами. Внутриобластная миграция составляет в общем миграционном обороте 60,8%, однако на изменение численности населения области в целом она не влияет, 33,6% в миграционном обороте приходится на регионы России, 5% – на страны СНГ, 0,6% – на другие зарубежные страны.

В течение 2011 г. число прибывших мигрантов составило 57938 человек, в том числе зарегистрированы в новом месте жительства – 39279 человек, а по месту пребывания (на срок 9 месяцев и более) – 18470 человек (32%). Выбыло мигрантов из области 58831 человек, из них снято с регистрационного учета – 40532 человека, а покинуло область на срок более 9 месяцев – 18152 человека (31%).

Таким образом, причиной замедления темпов естественной убыли населения явилось сокращение смертности и увеличение рождаемости населения, снижение показателей младенческой смертности, что способствует положительной динамике демографической ситуации. Также увеличилась средняя продолжительность жизни на 1,6 лет, что превышает показатель по всей России. Следовательно, в целом социально-демографическая ситуация в регионе носит положительный характер, но для поддержания данного результата необходимы мероприятия по приоритетным направлениям, соответствующим основным факторам улучшения демографической ситуации.

Список литературы

1. <http://srtv.gks.ru/digital/region1/2007/Квартал.htm> «О демографической ситуации в Саратовской области» (дата обращения 28.03.2012)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SPSS В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

А.А. Самохвалова, С.А. Ушакова

Саратовский государственный аграрный университет им. Н. И. Вавилова

Маркетологи постоянно сталкиваются с необходимостью анализа огромных массивов самой разнообразной информации о рынке, потребителях, конкурентах. В такой ситуации сложно обойтись без программного обеспечения, предназначенного для решения тех или иных маркетинговых задач. Программ, предназначенных для маркетологов и исследователей, на российском рынке очень много. Рассмотрим программу SPSS как наиболее популярный пакет статистического анализа данных, с которыми работают маркетологи.

SPSS Statistics (аббревиатура англ. «Statistical Package for the Social Sciences» - «статистический пакет для социальных наук») - компьютерная программа для статистической обработки данных, один из лидеров рынка в области коммерческих статистических продуктов, предназначенных для проведения прикладных исследований в социальных науках [1].

В 2009 году компания SPSS произвела ребрендинг своего статистического пакета, который теперь стал называться PASW Statistics (Predictive Analytics Software) [2].

К возможностям программы относятся: ввод и хранение данных; возможность использования переменных разных типов; частотность признаков, использование таблиц, графиков, таблиц сопряженности, диаграмм; первичная описательная статистика; маркетинговые исследования; анализ данных маркетинговых исследований [1].

Программа SPSS пользуется всё большей популярностью у маркетологов. Ее используют уже не только аналитики исследовательских агентств, но и «универсальные маркетологи», PR-менеджеры, BTL-менеджеры, работающие в крупных компаниях.

Современные информационные технологии предоставляют маркетологам огромный объем информации. С каждым днем появляется все больше ценнейших данных о клиентах. Свою лепту в получении информации о потребителях вносят маркетинговые исследования. Появляется возможность принимать взвешенные решения, основываясь не только на мнениях экспертов, но и на анализе разнообразнейшей информации.

Пакет SPSS позволяет решать целый перечень задач: сегментирование рынка, получение профилей клиентов различных сегментов на основании потребительских предпочтений, выяснение причин поведения потребителей, построение карт восприятия для проведения позиционирования товаров на рынке, изучение привлекательности для покупателей различных атрибутов товара компании [3].

Рассмотрим преимущества SPSS перед другими программами. Ее интерфейс интуитивно понятен пользователю любого уровня, при этом наличие первичной статистической грамотности не является обязательным.

Простые меню и диалоги делают возможным выполнение сложных видов статистического анализа за несколько минут. Часть важных для маркетингового анализа методов, которые SPSS имеет в своем арсенале, не применяются в других статистических пакетах. Затраты, связанные с приобретением пакета, быстро окупаются тем, что компании больше не нужно будет привлекать дорогостоящих сторонних аналитиков.

Для работы со статистической компьютерной программой SPSS прежде всего необходимо иметь результаты проведенного опроса (заполненные опросные листы). По выбранным отдельным вопросам, либо по всем вопросам опросного листа, необходимо выявить статистически значимые закономерности; определить статистические распределения вариантов ответов; оценить близость к нормальному закону распределения.

Все полученные данные необходимо перенести в таблицу, которая представлена на слайде [4].

Программа SPSS позволяет выводить на печать необходимые таблицы, строить графики, диаграммы и/или гистограммы. Большинство результатов в SPSS выводится как раз в форме таблиц. Их вид может быть изменен пользователем, который может управлять представлением строк, столбцов и слоев таблицы.

С каждым годом программа усовершенствуется, так как хорошо зарекомендовала себя на рынке. Подавляющее большинство изменений в новых версиях связано с усовершенствованием или добавлением статистических процедур, которые более полно обеспечивают потребности пользователей в современных методах обработки информации, возникающей в результате маркетинговых исследований, а также исследований в области социологии и психологии.

Большинство наиболее популярных статистических методов прогнозирования, включенных в модуль SPSS, позволяют работать с большим объемом недоступной информации. В математике в таком случае говорят о повышении робастности метода, то есть его устойчивости по отношению к неопределенностям и существенным отклонениям от диапазона параметров, для которого разрабатывался метод. Такое повышение робастности весьма желательно в маркетинговых исследованиях и в социологии, где всегда присутствует большой объем отсутствующих или недостоверных данных. Поэтому использование данной программы весьма упрощает работу исследователей.

Список литературы

1. <http://ru.wikipedia.org/wiki/SPSS>
2. <http://www-01.ibm.com/software/analytics/spss/?tab=0>
3. www.rabota.ru/guide/ucheba_dlja_vas/paketriye_znariia.html
4. www.fastpad.ru/page/ispr_6.html

РОЛЬ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ

О.В. Сараева

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

В настоящее время мобильные телефоны стали неотъемлемой частью нашей жизни. И это неудивительно, ведь высокий ритм жизни, реализация повседневных целей и задач диктует нам необходимость быть всегда на связи и иметь под рукой верного помощника.

В последние годы в России значительно выросло число обладателей мобильных телефонов. По данным последнего опроса Аналитического центра Юрия Левады, доля россиян, имеющих мобильный телефон, с 2001 по 2011 годы возросла с 2 до 86% [1]. В связи с этим выбранная мной тема приобретает наибольшую актуальность. Учитывая динамику роста количества пользователей, необходимо понять, какие изменения в их повседневную жизнь привносят мобильные телефоны, и какую роль они играют в жизни современной молодежи.

Сейчас отношение людей, и прежде всего молодежи, к мобильным телефонам изменилось. Забыв мобильный дома, они ощущают себя не комфортно. Отсутствие возможности позвонить родственникам, друзьям или знакомым придает ощущение оторванности от общества. Хотя, всего несколько лет назад они спокойно обходились без мобильного телефона и считали его атрибутом роскоши. Теперь он перестал быть просто средством общения. Обыкновенный разговор по телефону постепенно становится второстепенной функцией, пропадая в огромном наборе функций, реализуемых мобильным телефоном. Телефон стал многофункциональным устройством, позволяющим человеку пользоваться практически всеми современными технологиями. Кроме того он стал неотъемлемой частью имиджа человека, модным аксессуаром.

Молодые люди все чаще говорят о своих мобильных телефонах, как о неотъемлемой части организма, которая пленила ум. Остаться без связи означает потерю контакта с внешним миром, беспомощность и неполноценность. На первый взгляд может показаться, что молодежь стала общаться между собой значительно больше и чаще. Да, действительно, наличие мобильных телефонов практически у каждого современного человека существенно облегчает контакты между друзьями, у которых нет возможности часто видеться. Но, с другой стороны они попросту перестают искать эту возможность. В последнее время молодые люди все чаще пренебрегают личными встречами, ограничиваясь короткими звонками на мобильный телефон или просто отправкой пары SMS-сообщений. Это приводит к тому, что человек не может научиться налаживать контакт с людьми, ему все больше кажется, что никто его не понимает. Порой молодые люди, долгое время с успехом обменивавшиеся текстовыми сообщениями не могут наладить контакт при личной встрече. Вдруг оказывается, что разговаривать им не о чем, они совершенно разные люди, абсолютно друг

друга не понимающие. В результате человек становится замкнутым, необщительным, не умеющим полностью раскрываться перед интересующими его людьми. Закрытость и неумение общаться с окружающими, входить с ними в контакт сильно мешает не только в личной жизни, но и во многих сферах профессиональной деятельности.

Мобильная телефония стала не просто заменой стационарной телефонной связи, но, согласно целому ряду исследований, существенным образом повлияла на процессы социальной интеракции и способность к коллективному действию. Поэтому она служит объектом пристального исследовательского интереса со стороны социологов. Мобильная связь уже начинает менять способы общения, трудовой и творческой деятельности, торговли, управления. То есть интерес к мобильным телефонам со стороны социологов вполне оправдан, поскольку мобильная связь влияет на фундаментальную составляющую общества - коммуникацию.

Российская социология долгое время игнорировала тему мобильной телефонии как значимого исследовательского поля. Эмпирическое исследование мобильной телефонии в России было проведено в 2001 г. О. Вершинской [2]. Автор отмечает, что бум российской мобильной телефонии, начавшийся в 1999г., оказывает значительное воздействие на характер учебы, работы и повседневной активности пользователей мобильных телефонов и говорит о необходимости дальнейших исследований.

Кроме того интерес представляет эссе В. Голофаства «Электронная среда или новые пещерные люди» [3]. Через всю работу проходит идея о возникновении новой информационной среды, которая принуждает изобретать новые формы общения, проникая во все институты, взламывая конфигурации приватности, деформируя привычные культурные нормы и установки поведения.

Широкое поле представляют исследования молодежного использования мобильной телефонии. Статья Е.В. Николаевой и Т.Н. Николаевой включает исследование культурной семантики мобильного телефона в молодежной субкультуре [4]. Появляются выводы о создании особых моделей или стилей потребления услуг сотовой связи, которые, как правило, зависят от принадлежности индивида к той или иной группе и поэтому в повседневной жизни представляют собой символическое потребление. К такому выводу приходит, например, Гладарев в своей работе «Молодежь и мобильная телефония» [5]. По мнению Галановой сотовая связь образует для молодежи альтернативную комфортную для общения реальность [6].

Рейнгольд в книге «Умная толпа» говорит о том, что мобильные телефоны освободили молодежь от засилья проводных линий связи, которые приходилось делить с другими членами семьи, создав пространство личного общения и средство, расширяющее возможности социальных действий [7]. Мобильный телефон помимо прочего привлекает молодежь тем, что позволяет ей заявить о своем статусе и членстве в общественных сетях. Кроме того, мобильный телефон в молодежной среде выступает в качестве

ключа, необходимого для вхождения в те или иные сообщества и социальные сети. К такому выводу пришел Бондаренко С.В. в статье «Особенности символично-смысловых взаимодействий в рамках молодежной субкультуры мобильной коммуникации» [8].

Таким образом, именно мобильный телефон в настоящее время становится самым распространенным средством дистанционной коммуникации. Поэтому изучение мобильной телефонии позволит, с одной стороны, включить Россию в международную дискуссию исследователей ИКТ, а с другой - даст возможность рассмотреть на конкретном эмпирическом материале социальные следствия распространения в обществе данной коммуникационной технологии, в том числе и на примере молодежи г. Саратова. Это позволит уточнить изменение социальных функций мобильного телефона в жизни региональной молодежи, влияние возраста на отношение к нему как способу развлечений, коммуникации и самоутверждения.

Список литературы

1. <http://old.levada.ru/press/2011031402.html>
2. *Вершинская О.Н., Осипова А.А.* Социальные аспекты мобильной телефонии // Информационное общество, 2003, № 2, С. 50-54.
3. *Голофаст В.* Электронная среда, или Новые пещерные люди // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев, 2002, № 2, С. 13-18.
4. *Николаева Е.В., Николаева Т.Н.* Повседневная вещь как объект социокультурной практики: семантика мобильного телефона в молодежной субкультуре.// <http://www.ethnonet.ru/lib/0304-01.html>
5. *Гладарев Б.* Молодежь и мобильная телефония: full contact // Меняющаяся молодежь в меняющемся мире: невидимая повседневность, Ульяновск, 2006, С. 49-55.
6. *Галанова Г.* О механизмах эстетизации частной жизни в молодежной культуре на примере текстов СМИ // Меняющаяся молодежь в меняющемся мире: невидимая повседневность, Ульяновск, 2006, С. 42-47.
7. *Рейнгольд Г.* Умная толпа: Новая социальная революция. М, 2006, С. 7-58.
8. *Бондаренко С.В.* Особенности символично-смысловых взаимодействий в рамках молодежной субкультуры мобильной коммуникации. // Молодежь Юга России: положение, проблемы, перспективы, Ростов-на-Дону, 2005, №. 31, С. 28-51.

КОНЦЕПЦИЯ РАЗДЕЛЕНИЯ ВЛАСТЕЙ, КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ СТАБИЛЬНОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

Д.В. Свинцов

*Институт социального образования (филиал) Российского
государственного социального университета в г. Саратове*

Государство – это самый сложный механизм, который постоянно и непрерывно находится в движении. Государство, как и общество в целом, не

смогло бы существовать без людей, поэтому люди являются основополагающим фактором его существования.

Анализ истории показывает нам, как происходило формирование государства, от его возникновения до момента полного становления.

На протяжении всей своей эволюции человек постоянно находился в сложных и суровых условиях, начиная с первобытного строя. Для выживания, человеку постоянно приходилось приспосабливаться, и одно из таких приспособлений стало разделение труда: кто-то был кузнецом, кто-то строителем, кто-то охотником и т.д. Затем на этой основе стали образовываться государства, в которые так же приняли систему разделения (правители, законодатели, летописцы, проповедники). В итоге разделение властей создало свою систему, чтобы обезопасить государственный строй от изменений.

Например, в Афинах законодательная власть принадлежала Народному Собранию, исполнительная – Совету пятисот и коллегии стратегов и архонтов, судебная – ареопагу как верховному судебному органу. Древние мыслители Аристотель, Эпикур (341-270 до н.э.), Полибий (210-123 до н.э.) и др. обосновывали именно такое устройство [1]. Однако большая заслуга в теоретической разработке принципа разделения властей принадлежит Дж. Локку (1632-1704) и Ш. Монтескье (1689-1755). Учение о разделении властей стало быстро развиваться в период разложения феодальных отношений и развития капитализма в Западной Европе в XVII-XVIII вв. Капитализм с его индивидуальной свободой и частной инициативой требовал новых подходов к осуществлению власти. По теории Дж. Локка, власть может быть эффективной, если она разделена между ее носителями. Законодательная и исполнительная власть должны быть разделены, – писал он в своем произведении "Два трактата о государственном правлении". Такое разделение необходимо для предотвращения злоупотребления властью [2]. При этом под законодательной властью он имел в виду парламент, а под исполнительной – короля. Дж. Локк различал три ветви власти: законодательную, исполнительную и федеративную. Под последней он понимал сферу внешней политики, отношения с иностранными государствами. Судебную власть он не называл в качестве самостоятельной ветви, а включал в состав исполнительной. Дж. Локк писал, что законодательная власть является верховной.

Теория разделения властей получила законченный и аргументированный вид в работах Ш. Монтескье, поэтому он по праву считается основоположником этой теории [3].

Ш. Монтескье полагал, что каждая из ветвей власти обладает в отношении другой средствами контроля, причем этот контроль взаимный. Назначение каждой ветви власти состоит в следующем: законодательная власть создает законы, изменяет и отменяет их; исполнительная власть осуществляет законы, принятые законодательными органами; судебная власть "карает преступления и разрешает столкновения частных лиц". Свобода и безопасность людей зависят, прежде всего, от функционирования

судебной власти. Задача судей – добиться того, чтобы их решения и приговоры "всегда были лишь точным применением текста закона". Законодательная власть играет доминирующую роль, в то время как две другие власти лишь реализуют законы и их деятельность имеет подзаконный характер.

Таким образом, разделение и взаимное сдерживание властей служит главным условием политической свободы в обществе.

Считается, что наиболее последовательным воплощением принципа разделения властей является Конституция США 1787 года. При этом Конституция исходит из трех главных посылок:

- 1) сувереном является народ;
- 2) ни один из институтов власти не может быть единственным выразителем общей воли народа;
- 3) власть едина, разделяются лишь властные полномочия. Единство власти обусловлено единством суверенитета.

Система сдержек и противовесов покоится на следующих основополагающих началах:

- а) все ветви власти имеют различные источники формирования;
- б) все органы власти имеют разные сроки полномочий. Таким образом, все три ветви власти обладают самостоятельностью по отношению друг к другу и предупреждается одновременное обновление их состава. В результате сохраняются их устойчивость и преемственность в деятельности;
- в) каждая из ветвей власти обладает такими сдержками и противовесами, которые позволяют ей нейтрализовать узурпацию власти другими ветвями (например, право отлагательного вето Президента, право Конгресса отклонить законопредложения исполнительной власти, право импичмента в отношении Президента и др.).

Учение о разделении властей в течение многих лет совершенствовалось и развивалось, уточнялось и адаптировалось к новым условиям. Современным принцип разделения властей был предложен американским политологом Винсентом Остромом.

В России принцип разделения властей получил конституционное закрепление в ст. 10 Конституции, где провозглашена самостоятельность органов законодательной, исполнительной и судебной властей [4]

Из вышесказанного следует, что в начале создания государств, при разделении властей одна ветвь была более значимой, чем другие. Но на современном этапе все части находятся в равном положении. Это можно представить в виде весов с 3 чашами: на одной будет лежать законодательная ветвь, на второй чаше будет находиться исполнительная ветвь власти и последняя 3 чаша, которую займет судебная ветвь власти.

Для стабильного развития и существования страны надо, чтобы все три чаши находились на одном уровне, если только хотя бы одна из чаш перевесит две остальные – это моментально отразится на развитии страны в целом.

Баланс, в котором должны находиться, названные три части, очень просто нарушить.

Например, если представительная власть примет закон, который будет задевать вопрос, связанный с экономическим развитием страны и усугублять или не давать развиваться финансовой сфере страны, то это непосредственно повлияет на экономическую стабильность страны. Судебная – единственная ветвь, у которой мы можем найти защиту и разрешение любого спорного вопроса. Если этого не будет, то все будет доходить до абсурда. Третья же ветвь, исполнительная, контролирует функционирование государства, ведь эта ветвь наделена властными полномочиями, что проявляется в ее возможностях влиять на поведение и деятельность людей и их объединений [5].

Список литературы

1. Морозов Л.А. Теория и история государства и права: учебник. М., 2011.
2. Матузов Н.И., Малько А.В. Теория государства и права. М., 2004.
3. Азаркин Н.М. Монтескье. М., 1988.
4. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ).
5. Баглай М.В. Конституционное право Российской Федерации. 6-е изд., изм. и доп. М., 2007.

МОДЕЛИ ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ГОРОДУ САРАТОВУ И ИХ ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

А.И. Серова

Саратовский государственный Университет им. Н.Г.Чернышевского

Памятники природы, истории и культуры города Саратова составляют весомую долю в культурном и природном наследии мира, вносят важнейший вклад в устойчивое развитие нашей страны и человеческой цивилизации в целом, что и предопределяет высочайшую ответственность российского народа и государства за сохранение своего наследия и передачу его последующим поколениям. Полноценность, духовность культуры народа зависит от состояния его культурного наследия [2]. Сохранение культурно-исторического наследия является важным фактором для развития чувства патриотизма у молодого поколения. Именно поэтому необходимо изучить отношение молодежи к культуре и на основе полученных факторов формировать политику в сфере сохранения и охраны памятников культурного и исторического наследия.

В сентябре 2010 года в городе Саратове был проведен анкетный опрос для авторского социологического исследования, целью которого было выявление роли культурно-исторического наследия города Саратова в жизни

молодежи и изучение степени приобщенности молодежи к культуре родного города. В опросе приняли участие 53% женщин и 47% мужчин в возрасте от 13 до 30 лет. Средний возраст опрошенных 22 года.

Определяя понятие культурно-историческое наследие, большинство респондентов(46,2%) отметили его синонимичность с памятниками архитектуры, архитектурными сооружениями и зданиями. 21,4% определяют данную категорию как памятники культуры в подлинном виде. Для 20,5% культурно-историческое наследие представляет собой историю государства, города. 20,5% респондентов включают в это понятие литературу.

Описательный анализ данных помог определить, что большая часть респондентов воспринимает культурно-историческое наследие, как материальные артефакты прошлого, а не духовные ценности, неосязаемые памятники истории, литературные произведения; более половины опрошенных любят родной город, однако многое в нем хотелось бы изменить; большинство респондентов, считают, что знают историю города; большинство респондентов читают книги по культурно-историческому наследию и посещают различные экскурсии и музеи; основными источниками получения информации о музеях и памятниках архитектуры, для более половины опрошенных являются СМИ [1].

В ходе исследования было выделено несколько моделей отношения респондентов к городу Саратову. Так же были выделены основные характеристики вышеобозначенных типов отношения молодежи к городу Саратову. Так нами было выявлено что:

- **«Патриоты» (9,4%)** в больше мере знают отлично историю города; желают узнать о культуре и истории города больше, чем знают на данный момент; читают литературу по истории и культуре города; редко смотрят краеведческие телепередачи; имеют любимые места в Саратове; активно интересуются историей родного города; основным источником получения новой информации о культуре и истории города для них служат СМИ и родители; посещают музей и экскурсии в городе Саратове; считают важным сохранность памятников культурно-исторического значения.

- Среди **«коренных Саратовцев» (12,1%)** большая часть не знают историю города, хотя есть немало и тех, кто знает ее отлично; так же имеют желание узнать об истории города больше, чем знают сейчас; большинство читают литературу по культуре города постоянно; большинство смотрят краеведческие телепередачи постоянно; имеют любимые места в Саратове; большая часть интересуется историей и культурой города; посещают экскурсии и музеи Саратова; главными источниками получения информации по истории и культуре города для них служат СМИ и друзья; считают важным сохранность памятников культурно-исторического значения.

- Большая часть **«патриотов-реформаторов» (59,8%)** считают свои знания по истории города весьма средними; хотели бы узнать про историю и культуру больше; читают литературу по истории и культуре города, но, в большинстве своем, достаточно редко; смотрят краеведческие телепередачи; большинство имеют любимые места в Саратове; скорее интересуются

историей города, однако среди них немало и тех, кто ею практически не интересуется; посещают экскурсии и музеи в родном городе; главным каналом получения новой информации о культурно-историческом наследии города для них являются СМИ; считают важным сохранность памятников культурно-исторического значения.

- Большинство **«пофигистов» (8,8%)** совсем ничего не знают о культуре и истории родного города; однако большая часть хотели бы расширить свои знания по истории и культурному наследию; не читают литературу по культуре и истории города; большинство смотрят краеведческие передачи, однако многие делают это достаточно редко; имеют любимые места в Саратове; практически не интересуются историей города или интересуются ею совсем немного; в основном не посещают музеи и экскурсии в Саратове; основным источником получения культурно-исторической информации для них служат СМИ и школа(ВУЗ); считают важным сохранность памятников культурно-исторического значения.

- Среди **«ненавистников» (6%)** большинство не знают историю города, или знают ее, но достаточно плохо; не хотят узнавать о культуре и истории города больше; не читают литературу по истории и культуре города; не смотрят краеведческие телепередачи; в большинстве своем у них есть любимые места в городе, однако таковых может и не быть; совсем не интересуются историей родного города; большая часть не посещает экскурсии и музеи города; главными каналами получения новой информации про культурно-историческое наследие города для них служат друзья, сотрудники музеев (экскурсоводы) и СМИ; считают важным сохранность памятников культурно-исторического значения.

- **«Мигранты» (4%)** скорее знают историю города, чем не знают ее; не хотят узнать о культуре и истории больше, чем знают сейчас; не читают литературу по истории города; не смотрят краеведческие телепередачи; в большинстве своем имеют любимые места в Саратове; как правило не интересуются историей родного города, либо же интересуются ею совсем немного; не ходят на экскурсии и в музеи Саратова; основными источниками получения новых знаний по истории и культуре города для них служат друзья и СМИ; считают важным сохранность памятников культурно-исторического значения.

Обобщая все вышесказанное можно сделать вывод о том, что культурное наследие города играет важную роль для тех респондентов, которые положительно относятся к городу(82%)- представителей «патриотов», «коренных Саратовцев» и «патриотов-реформаторов». Они читают литературу по истории города, смотрят краеведческие телепередачи, посещают музеи и экскурсии города. Представители молодежи весьма положительно оценивают свои знания по истории города; для большинства опрошенных основным источником информации являлись СМИ, однако несмотря на главенствующую роль среди источников получения информации в СМИ достаточно слабо освещена проблема культурного наследия города. По данным исследования семья является важным агентом социализации для

21, 4% опрошенной молодежи, причем наибольшее влияние семья оказывает на «патриотов». Это говорит о частичной утери качеств семьи, как агента социализации, влияющего на появление интереса к культуре города и развития чувства патриотизма; школа является важным агентом социализации для 31,7% представителей молодежи, среди которых больше всего «пофигистов».

Если обратить внимание на внешний вид памятников в настоящий момент, то становится очевидно, что если за ближайшие 7-9 лет ситуация с состоянием города не изменится, то Саратов гораздо проще будет разрушить окончательно и отстроить заново. Данные проведенного исследования показывают, что у города все же есть надежда. Если нынешняя молодежь будет понимать культурно-историческую ценность города, ценить красоту архитектурных ансамблей и гордиться историей родного края, то возможно, нам удастся сохранить данное нам историей наследие и не придется все «строить заново».

Список литературы

1. Официальный сайт администрации города Саратова//<http://www.saratovmer.ru/kultura/uchrezhdeniya>(дата обращения:17.11.11)
2. Туристический портал.Саратов// <http://www.sarrest.ru/tourism/arch/ps01.html>(дата обращения:17.11.11)

ПРОБЛЕМА ОТНОШЕНИЯ ВОДИТЕЛЕЙ К КУЛЬТУРЕ ПЕШЕХОДОВ НА ДОРОГЕ

А. Столяров

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Огромное количество ДТП с участием пешеходов «вечная тема» для обсуждений. Анализ этих ДТП показывает, что большинство из них происходит из-за отсутствия «безопасных условий для пешеходного движения», как заявляет ГИБДД. Вместе с тем, по словам начальника ГИБДД, число погибших в ДТП пешеходов в 2011 году впервые за десятилетие стало не много меньше количества погибших водителей. Однако проблема повышения безопасности на наших дорогах остается актуальной [1].

В Саратове на эту тему не однократно проводились социологические исследования. Для наглядности приведу в пример одно социологическое исследование, которое проводилось на сайте «АвтоСаратов» методом голосования [2]. В голосовании приняло участие 68 человек, все они являются автовладельцами. Всегда ли прав пешеход? 85% автовладельцев с этим не согласились. Около 20% ответивших указали на то, что не правы как водители, так и пешеходы. Данные достаточно явно доказывают наличие некоторого напряжения в отношениях «водитель - пешеход». С целью проверки этой

гипотезы мы провели социологический опрос водителей, проживающих в Волжском районе города Саратова «Отношение водителей к культуре пешеходов на дороге». В нашем исследовании приняли участие 100 человек, из которых 75% мужчин и 25% женщин. Большинство опрошенных в возрасте от 18 до 28 лет. Наибольший процент респондентов за рулем либо менее трех, либо более 10 лет.

В ходе исследования выяснилось, что 68% респондентов соблюдают правила дорожного движения и пропускают пешеходов. Из них 30% пропускают пешеходов даже вне зоны пешеходных переходов. Но дальнейший анализ показал, что почти все опрошенные негативно или даже крайне негативно относятся к выбегающим на дорогу пешеходам, и только 18% относятся к таким пешеходам терпимо, с пониманием. При этом 26% согласились бы относиться к ним терпимее, если бы им за это платили. Причем для 7% респондентов, сумма будет иметь значение. Дальнейший анализ показал, что, по мнению большинства респондентов, а именно 69%, государство значительно влияет на проявление культуры на дорогах и всего лишь 8% процентов посчитали, что государство вообще никак не влияет на культуру на дорогах. Регулирует её государство по большей части с помощью усиления карательной политики в отношении водителей и пешеходов и улучшению дорожно-транспортной инфраструктуры, так посчитали больше половины опрошенных. При дальнейшем рассмотрении выяснилось, что почти все респонденты довольны своим обучением на автокурсах. Хотя 30% посчитали, что времени обучения недостаточно, из них почти 2/3 считают, что его надо увеличить хотя бы до 3-4 месяцев.

Основными причинами ДТП с участием пешеходов, по мнению опрошенных водителей, является не трезвое состояние водителя (так ответили 15% респондентов), несоблюдение ПДД пешеходами (так ответили 14% опрошенных) и отсутствие взаимоуважения между участниками дорожного движения (так посчитали 12% респондентов) и самое наименьшее количество респондентов, таких оказалось 0,8% от общего числа опрошенных, посчитали, что основной причиной является хулиганство водителей. И в завершение на вопрос: «Какие бы Вы могли дать рекомендации и пожелания другим водителям, чтобы избежать ДТП?» Наибольшее количество респондентов ответили, соблюдать правила дорожного движения.

Таким образом, наша гипотеза частично подтвердилась. Действительно большинство водителей соблюдают культуру на дороге, однако проявляют достаточно высокий уровень нетерпимости к пешеходам, нарушающим ПДД. Возраст и стаж вождения являются одними из главных факторов, влияющих на культуру автолюбителя. Так, чем старше возраст, а соответственно и стаж вождения, тем выше культура водителя на дороге и его терпимость к пешеходам. Проблема отношения водителей к культуре пешеходов на дороге не оставляет равнодушным ни одного члена общества. Каждый день по пешеходным переходам проходят миллионы пешеходов и проезжают сотни тысяч машин. Случается так, к великому сожалению, что не всегда

попадаются переходы так сказать не «окрашенные» ДТП или потерянной жизнью пешехода. Как показывает анализ, большинство ДТП происходит из-за нарушения участниками дорожного движения даже основополагающих правил.

Список литературы

1. http://64.gibdd.ru/Statistika_ - Статистика ДТП за 2011 по Саратовской области.
2. <http://www.autosaratov.ru> - Сайт автовладельцев города Саратова.

УЧАСТИЕ ГРАЖДАН В МЕСТНОМ САМОУПРАВЛЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

И.Ю. Сураева

Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского

Социальная активность граждан, в том числе их готовность к самоорганизации и добровольному объединению для решения своих проблем являются, несомненно, одним из важных условий становления и развития местного самоуправления. Однако результаты многочисленных исследований показывают, что население муниципальных образований весьма слабо вовлечено в какие-либо формы самоорганизации граждан [1].

С целью изучения данных процессов исследовательской группой «Циркон» в 2011 г. было проведено социологическое исследование. В выборочную совокупность вошли такие города Саратовской области как Саратов, Энгельс и Балаково [2]. Выяснялось отношение населения к процессу функционирования органов местного самоуправления.

Анкета для опроса респондентов включала в себя 3 основных блока вопросов: оценка муниципальных услуг; практика коммуникации граждан с МСУ и отношение к органам МСУ; измерение социальной активности. Как показали результаты исследования, выражение «местное самоуправление» в настоящее время знакомо достаточно широкому кругу жителей городов, в которых проводились опросы. В большинстве из них это выражение знают или слышали от 65 до 76% респондентов. Наибольшую информированность проявили жители Саратова (76%); наименьшую – жители Энгельса (65%).

Одной из функций органов местного самоуправления является предоставление населению общественных муниципальных услуг, значимость которых оценивалась в рамках данного исследования по пятибалльной шкале. Наиболее востребованными услугами оказались подача электроэнергии (4,4-4,6 балла), холодное водоснабжение (4,3-4,6 балла), теплоснабжение (4,1-4,3 балла) и горячее снабжение (3,9 - 4,1 балла). Наименее важной услугой было названо питание в детских учреждениях (2,5- 3,9 балла). Транспортное обслуживание и благоустройство домов занимает промежуточное положение по степени важности для респондентов.

Вопрос об общей оценке работы органов местного самоуправления вызвал у респондентов небольшое затруднение: доля затруднившихся ответить составила от 17 до 36%. Доля положительных оценок населением работы органов МСУ составила от 9 до 25%, доля оценок «плохо» от 48 до 65%.

Наряду с общей оценкой деятельности, доверие является одним из важных показателей отношения населения к тем или иным органам МСУ. Согласно результатам исследования, наибольшим доверием горожан пользуются глава г. Энгельса (33%). В г. Саратове и г. Балаково уровень недоверия составил 68% и 47% соответственно. Доверие местным законодательным органам в 3-х рассматриваемых городах находится на довольно низком уровне (от 41 до 68%).

Как показали результаты исследования, население городов весьма слабо вовлечено в какие-либо формы самоорганизации граждан. В г. Саратове за последний год не участвовали ни в каких мероприятиях 46% респондентов, в г. Энгельсе и г. Балаково – 58%. Самой распространенной формой участия в коллективных мероприятиях остаются субботники – в них участвовали около половины респондентов. Следующей по степени распространенности среди жителей изучаемых городов является такая форма самоорганизации, как участие в собраниях (жильцов дома, жителей города). Здесь наиболее активными себя проявили респонденты Саратова (20%) и Энгельса (21%). Вовлеченность в другие формы самоорганизации является существенно более редкой. Можно отметить лишь участие в акциях протеста, а также в культурно-спортивных мероприятиях.

Участие в выборах – один из индикаторов социальной активности личности. Особенно показательным в этом смысле является участие граждан в выборах местного уровня. От 37 до 39% респондентов утверждают, что принимали участие во всех местных выборах. Максимальный процент неучаствующих составил 47% в Саратове, 51% в Энгельсе и 50% в Балаково.

Исследование обозначило несколько причин отказа граждан от участия в местном самоуправлении. Первая причина – социальная и состоит в том, что муниципальные интересы не преобладают в шкале ценностей многих граждан. Основную часть граждан волнует лишь те стороны МСУ, которые непосредственно связаны с потребляемыми ими социальными услугами. И лишь немногие граждане поднимаются от уровня потребителя муниципальных услуг до уровня активного участника муниципальной политики.

Вторая причина – социально-экономическая и состоит в том, что реальная роль МСУ в системе управления сводится не к самоорганизации и самофинансированию, а к уравнительному распределению государственных ресурсов для социально не самодостаточного населения.

Третья причина – комплексная и имеет конституционно-правовой характер. Важную роль при обеспечении включенности граждан в процесс осуществления публичной власти играет законодательство, регулирующее формы непосредственного народовластия. Закон может неадекватно

усложнять демократическую процедуру, не содержать должных гарантий прав граждан при ее реализации. В таких условиях привлекательность для населения соответствующей демократической процедуры существенно снижается [3].

Проведенный анализ причин отстраненности населения от процессов муниципального управления позволяет сделать следующий вывод. Бесплезно понуждать граждан к самоуправлению. Только добровольное, основанное на личной заинтересованности участие гражданина в деятельности по решению вопросов местного значения может дать положительный эффект.

Список литературы

1. *Болотова В.А., Гурман Ю.А. и др.* Гражданское участие в местном самоуправлении. М., 2008. С.7.
 2. Граждане оценивают местное самоуправление. Аналитический отчет по итогам опросов общественного мнения. Циркон. 2011. С.4.
- ¹ *Сергеев А.А.* Местное самоуправление в РФ: проблемы правового регулирования. М., 2006. С. 212.

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ 9-11 КЛАССОВ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКОГО ЛИЦЕЯ Г. САРАТОВА

М.Б. Тареева

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Проблема профессионального самоопределения молодежи в настоящее время является весьма актуальной в связи с интенсивным характером социальных изменений, происходящих как в России, так и в мире в целом.[1] В связи с этим зимой (февраль-март) 2011 года, было проведено исследование, с целью изучения особенностей выбора специальности представителями современной молодежи. Объектом являлись школьники 9-11 классов Восточно-Европейского лицея г. Саратова.

При исследовании планов учащихся после окончания 9 класса мы получили интересные данные: 93,8% 10-и 11-классников планируют пойти учиться в ВУЗ, пойдут работать- 1%. Таким образом, можно сказать, что у большинства учащихся(93,8%) есть стремление к получению высшего образования, нежели пойти работать или получать рабочие специальности.

При рассмотрении вопроса о том, чем чаще всего занимаются школьники в свободное от учебы время, большинство учащихся(72,2%) ответили, что они проводят своё свободное время с друзьями, что говорит о том, что коммуникативная среда для школьников является более интересной.

В выборе профессии современные школьники ориентируются на свои интересы и склонности, самостоятельно подходят к её выбору. Самой

важной из характеристик оказался профессиональный интерес(70,2%). Это говорит о том, что учащиеся ориентируются, прежде всего, на реализацию своих интересов в соответствующей профессиональной сфере.

Результаты нашего опроса показали, что у большинства школьников(61,6%) выбор будущей профессии в большей степени определён наличием определённого таланта, востребованностью специальности - у 39,5% школьников, престижность специальности важна для 37,2% учащихся, для 31,4% школьников определяющим при выборе профессии является качество образования по данной специальности, для меньшинства учащихся (1,2%) определяющим является материальное благополучие профессии, симпатия к профессии. Более того, аргументация психологов важна лишь для 4,7% учащихся. Таким образом, большинство школьников стараются выбирать именно те профессии, в которых они смогут реализовать свои таланты и способности.

Наше предположение, что материальное положение семьи респондента влияет на выбор будущей профессии, подтвердилось. Большинство тех учащихся, чьи семьи едва “сводят концы с концами”(25%), видят себя в будущем сотрудниками финансовой сферы и респонденты семей без материальных затруднений, тоже отдают предпочтение финансовой сфере(50%). Большинство школьников, чьи семьи могут без труда покупать вещи длительного пользования, кроме дорогих вещей, отдают предпочтения финансовой сфере(24%). Респонденты, чьи семьи могут без труда приобретать вещи длительного пользования, например, как купить машину отметили, что хотят связать свою жизнь с правовой сферой(27%). Все это говорит о том, что для молодого поколения финансовая сфера представляется наиболее благополучной и перспективной с точки зрения дохода.

Исследуя влияние профессий родителей на выбор будущей специализации школьника, мы предполагали, что профессия как мамы, так и папы, оказывает влияние на профессиональный выбор школьника. В результате данная гипотеза подтвердилась, при этом нужно отметить, что респонденты, чьи мамы работают в государственной сфере однозначно отметили, что хотят быть работниками СМИ(100%); 33 % учащихся, чьи мамы работают в финансовой сфере, тоже видят себя работниками в этой сфере, 25% школьников, чьи мамы работают в области здравоохранения, планируют тоже стать работниками здравоохранения. Половина учащихся, чьи папы работают в сфере здравоохранения, хотели бы связать свою жизнь с их профессией; 33% респондентов видят себе в будущем работниками в финансовой сфере; с профессией папы - сферой строительства, планируют связать свою жизнь 13% опрошенных школьников. Таким образом, можно отметить, что профессиональные сферы родителей очень влияют на профессиональный выбор учащихся.

Одной из гипотез нашего исследования было предположение о том, что пол респондента влияет на выбор будущей профессии. Так большинство парней(17%) видят себя в будущем работниками в строительной сфере и столько же процентов респондентов хотели бы связать свою жизнь с

правовой сферой. Среди девушек большинство видят себя работниками в финансовой сфере(22%). Из вышесказанного можно сделать вывод, что наша гипотеза подтвердилась, и это говорит о различиях в профессиональных интересах парней и девушек при выборе профессии.

В ходе анализа у нас появилась аналитическая гипотеза, что возраст респондента влияет на выбор профессии. В результате наша гипотеза подтвердилась, при этом нужно отметить, что большинство опрошенных респондентов в возрасте 14 лет видят себя в будущем работниками здравоохранения(40%), учащиеся в возрасте 15 лет (16%) отметили, что в будущем видят себя работниками образования и науки. Нами был получен интересный факт, что, по мнению учащихся в возрасте 16-18 лет, финансовая сфера оказалась очень популярной профессиональной сферой, нежели остальные. Таким образом, чем старше возраст, тем больше ориентации на более престижные и финансово выгодные специальности.

В заключении можно сказать, что на сегодняшний день молодежь при выборе профессии ориентируется, прежде всего, на свои интересы в определенной профессиональной сфере, на востребованность рынком этой специальности. Основными факторами, влияющими на выбор специальности являются пол респондента, его возраст и профессии родителей.

Список литературы.

1.Особенности профессионального самоопределения старшеклассников и студентов начальных курсов в Москве. Отчет о результатах исследования. http://www.vedomosti.ru/research/getfile/164/242_prof Opr.pdf. (дата обращения: 10.11.2011, 17:00)

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ХОТОРНСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

А.Г. Тимофеев

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

В современных условиях в период глобализации и трансформации мировой экономической системы, наука об управлении приобретает остро актуальное значение.

Любая наука базируется на использовании исторического опыта. Изучение уроков истории позволяет избежать противоречий и ошибок, встречающихся на ранних этапах развития науки. Наука управления в этом отношении мало отличается от других наук. Как и любая наука, она интересуется прошлым, настоящим и будущим. Анализ прошлого позволяет лучше понять настоящее, чтобы спрогнозировать будущее развитие. В этом смысле изучение итогов Хоторнского эксперимента является в наши дни необходимым опытом повышения эффективности управления персоналом организации.

Хоторнский эксперимент - общее название ряда социально-психологических экспериментов, проводившихся группой учёных под руководством Элтона Мэйо на фабрике «Вестерн Электрике» в США [1]. Руководство компании было озабочено низкой производительностью труда сборщиц на конвейере. Группу психологов пригласили для того, чтобы проанализировать условия труда и высказать рекомендации, которые позволили бы поднять производительность труда. Главной целью этих исследований было стремление снизить текучесть персонала, сократить потери рабочего времени, найти дополнительные факторы повышения эффективности производства.

Эксперименты в Хоторне в общей сложности длились с 1924 по 1936 гг., в них четко обозначены различные этапы, однако в данной работе воспроизведена лишь основная схема эксперимента.

В выделенных Э. Мэйо экспериментальной и контрольной группах были введены различные условия труда, например менялась освещенность места работы. Было отмечено, что в экспериментальной группе, там где освещенность увеличивалась, наблюдался рост производительности труда, а в контрольной группе при неизменной освещенности производительность труда не росла. На следующем этапе новый прирост освещенности в экспериментальной группе дал новый рост производительности труда; но вдруг и в контрольной группе – при неизменной освещенности – производительность труда также возросла. На третьем этапе в экспериментальной группе были отменены улучшения освещенности, а производительность труда продолжала расти; то же произошло на этом этапе и в контрольной группе [2].

Эти неожиданные результаты заставили Э. Мэйо модифицировать эксперимент и провести еще несколько добавочных исследований: теперь изменялась уже не только освещенность, но значительно более широкий круг условий труда (помещение шести работниц в отдельную комнату, улучшение системы оплаты труда, введение дополнительных перерывов, двух выходных в неделю и т.д.). При введении всех этих новшеств производительность труда повышалась, но, когда по условиям эксперимента, нововведения были отменены, она, хотя и несколько снизилась, осталась на уровне более высоком, чем первоначальный.

Мэйо предположил, что в эксперименте проявляет себя еще какая-то переменная, и посчитал такой переменной сам факт участия работниц в эксперименте. Осознание ими важности происходящего, своего участия в каком-то мероприятии, внимания к себе со стороны руководства привело к большему включению в производственный процесс и росту производительности труда, даже в тех случаях, когда отсутствовали объективные улучшения. Мэйо истолковал этот факт как проявление особого чувства социальности – потребности ощущать себя "принадлежащим" к какой-то группе. Второй линией интерпретации явилась идея о существовании внутри рабочих бригад особых неформальных отношений, которые как раз и обозначились, как только было проявлено внимание к

нуждам работниц, к их личной "судьбе" в ходе производственного процесса. Мэйо сделал вывод не только о наличии наряду с формальной еще и неформальной структуры в бригадах, но и о значении последней для возможности использования ее как фактора воздействия на бригаду в интересах компании. Не случайно впоследствии именно на основании рекомендаций, полученных в Хоторнском эксперименте, возникла особая доктрина "человеческих отношений", превратившаяся в официальную программу управления и преподаваемая ныне в качестве учебной дисциплины во всех школах бизнеса [3].

Что же касается теоретического значения открытий Мэйо, то оно состоит в получении нового факта – существования в малой группе двух типов структур: формальную и неформальную, открывшего широкую перспективу для исследований. После Хоторнских экспериментов возникло целое направление в исследовании малых групп, связанное преимущественно с анализом каждого из двух типов групповых структур [4].

В современной организационно-управленческой литературе часто ставятся под сомнение чистота Хоторнских исследований и правомерность многих выводов, сделанных на его основе. Среди наиболее очевидных просчетов выделяется феномен, получивший позже название "хоторнский эффект" - эффект присутствия экспериментаторов, побуждающих работников к изменению поведения.

Наиболее интересными и не подлежащими сомнению итогами Хоторнских экспериментов, способствующими развитию теории и практики управления, стали открытие и осмысление феноменов самоорганизации и саморегуляции, неформальных отношений и неформального лидерства в организационных системах, коллективизма, роли малой группы как инстанции, способной осуществлять контроль за поведением и деятельностью работников, устанавливающей нормы и использующей санкции за отклонение от них, а также расширение представлений о природе и механизмах трудовой мотивации, основательная критика "машинной модели" организации, модели "экономического человека".

К недостаткам школы психологии и человеческих отношений можно отнести игнорирование вопросов самоуправления и самоорганизации рабочих в производстве, учеными был явно завышен уровень воздействия на рабочих с помощью социально-психологических методов.

В наши дни на многих предприятиях не учитывают психологические факторы действующие внутри малого коллектива. Результаты Хоторнского эксперимента позабыты практиками менеджмента, а ведь именно они позволяют найти дополнительные факторы повышения эффективности производства, не требуя значительных капиталовложений.

Список литературы

1. Мыльник В.В., Титаренко Б.П., Волочиенко В.А. Исследование систем управления. - М., 2006. - 220 с.

2. Бурганова Л.А., Савкина Е.Г. «Человеческие отношения»: уроки Хоторнского эксперимента // Вестник экономики, права и социологии. 2007. № 8. 18-28 С.
3. Кузнецова Н.В. История менеджмента: формирование основных школ. - Владивосток: Изд-во Дальневосточного университета, 2002 г. - 387 с.
4. Хоторнские эксперименты // <http://www.bibliotekar.ru/biznes-43-2/41.htm>
[дата обращения: 05.03.2012]

ГОСУДАРСТВЕННАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПОМОЩЬ В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

О.В.Тимофеева

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Понятие «социальное обеспечение» возникло в советский период истории России. Оно отражало совокупность взаимоотношений по поводу всестороннего государственного попечительства о гражданах в связи с рисками (угрозами) их социального положения.

Радикальные изменения российской действительности начала 90-х годов сформировали новый тип взаимоотношений «государство - гражданин», на смену системе социального обеспечения СССР пришла система социальной защиты населения РФ, а парадигма социального обеспечения как патерналистской опеки фактически уступила место парадигме государственной социальной помощи.

Несмотря на то, что социальное обеспечение не существует уже более двадцати лет ни как принцип, отражающий всестороннее государственное попечительство, ни как система защиты от рисков, - это понятие продолжает использоваться. В одних случаях им определяют совокупность пособий, льгот, выплат, в том числе и пенсионных, производимых из государственного бюджета и внебюджетных страховых социальных фондов, в других - «остатки» советского соцобеспечения в системе социальной защиты населения РФ [1].

В научной литературе мы можем встретить следующие определение понятия «социальное обеспечение». «Социальное обеспечение - это одна из форм выражения социальной политики государства, которая направлена на материальное обеспечение определённой (льготной) категории граждан из средств государственного бюджета и специальных внебюджетных фондов в случае наступления событий, признаваемых государством социально значимыми (на данном этапе его развития) с целью выравнивания социального положения граждан по сравнению с остальными членами общества» [2].

Иными словами социальное обеспечение – это забота нашего государства о самых незащищенных слоях населения. Таких как дети, старики (пенсионеры), инвалиды, сироты и другие лица, которые в силу тех или иных причин неспособны позаботиться о себе самостоятельно.

В настоящее время эту функцию на региональном уровне выполняет государственная социальная помощь. Государственная социальная помощь – это предоставление малоимущим семьям, малоимущим одиноко проживающим гражданам, а также иным категориям граждан, социальных пособий, субсидий, социальных услуг и жизненно необходимых товаров [3].

Для наиболее полного рассмотрения механизма Государственной социальной помощи на региональном уровне нами была изучена деятельность ГКУ СО «УСПН Краснопартизанского района», как эффективно действующей организации Саратовской области.

В настоящее время ГКУ СО «УСПН Краснопартизанского района» производит выдачу справок о нуждаемости в государственной социальной помощи для получения следующих мер социальной поддержки:

1. Предоставление государственной социальной помощи;
2. Социальной стипендии студентам, обучающимся по очной форме обучения в образовательных учреждениях высшего и среднего профессионального образования;
3. Обеспечение полноценным питанием беременных женщин, кормящих матерей, детей в возрасте до трех лет;
4. Оказание бесплатной юридической помощи;
5. Предоставление иных мер социальной поддержки.

Как показывает практика, самой востребованной мерой социальной поддержки для малоимущих граждан является государственная социальная помощь. Она предоставляется для малоимущих семей и одиноко проживающих граждан, если величина их дохода не превышает величину прожиточного минимума установленного в области.

Малоимущие семьи и малоимущие одиноко проживающие граждане обращаются в ГКУ СО «УСПН Краснопартизанского района» за назначением государственной социальной помощи. При этом общий размер оказанной малоимущей семье или малоимущему одиноко проживающему гражданину государственной социальной помощи в календарном году не может превышать 2000 руб, и это обязательное условие [4].

По данным ГКУ СО «УСПН Краснопартизанского района» в 1 квартале 2012 года управление оказало государственную помощь 129 чел. на сумму 129 000 руб. Таким образом количество получателей по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличилось на 10% [5].

Таким образом, государственная социальная помощь, является существенной поддержкой малоимущих граждан. В ГКУ СО «УСПН Краснопартизанского района» несмотря на кризисное состояние в экономики, как в Саратовской области, так и государства в целом, в 2012 году было выделено такое же количество бюджетных ассигнований, как и в 2011 году.

Список литературы

1. *Калашиников С.В.* Становление социального государства в России. М.: ЗАО «Изд-во «Эко-номика», 2003. 159 с.
2. Закон Саратовской области № 214-ЗСО «О государственной социальной помощи в Саратовской области» от 25.12.2009. Региональное законодательство. // <http://www.regionz.ru/index.php?ds=485976> (дата обращения: 08.04.2012)
3. Правовой центр «Праврзащита» <http://elevate.ru/socobespechenie/> [дата обращения: 08.04.2012]
4. Министерство социального развития правительства Саратовской области. // http://www.social.saratov.gov.ru/news/social.php?ELEMENT_ID=720&phrase_id=20306 (дата обращения: 08.10.2012)
5. Там же.

СЧАСТЬЕ САРАТОВЦЕВ: ГЕНДЕРНЫЙ СРЕЗ

О.А. Трофименко

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Значимость в жизни того, что люди называют словом «счастье», вряд ли можно ставить под сомнение. Счастье - одна из основных человеческих ценностей. Стремление к счастью заложено в каждом человеке и составляет неотъемлемую часть его природы. Представления человека о счастье входят в смысложизненную систему его ценностей и выражают его сущностное отношение к миру. Чем раньше человек определит для себя, что для него самое важное в жизни и к чему ему надо стремиться, тем яснее у него будет жизненная цель, и тем лучше уровень жизни [1].

Проблема человеческого счастья рассматривалась сначала в философии, затем в психологии, и уже последнюю очередь – в социологии. Изучали счастье как западные, так и российские исследователи, например: М. Аргайл [2], И. Бонивелл, Э. Диннер, М. Селигман [3] и др. Однако и в России в рамках социологии эту тему раскрывали М.В. Бахтин [4], О.Е. Кошелева, В.О. Татаркевич [5] и др.

Отсутствие широкой степени изученности приводит к необходимости дополнительного изучения данной темы, а также к проведению исследований в данной области. Социологическое исследование с целью выявления общественного мнения о счастье среди саратовских жителей было проведено в июле-августе 2011 года. В ходе исследования было опрошено 50 % мужчин и 50 % женщин (в возрасте от 14 до 84 лет).

Надо отметить, что взгляды мужчин и женщин на то или иное определение счастья где-то очень схожи, а где-то всё-таки есть различия. Именно поэтому целесообразно смотреть на понимание счастья через систему рейтинга ценностей – так наиболее наглядно видны различия и сходства. Для этого варианты ответа на вопрос «Что для Вас счастье» были перекодированы и сгруппированы по видам ценностей.

Как показал проведенный опрос, на первом месте у саратовских жителей стоят семейные ценности, которые лежат в основе понимания счастья: это 31,5% всех опрошенных, среди которых - 49,2% женщин и 50,8% мужчин (они понимают счастье как наличие семьи, детей, здоровье близких, любовь). На втором месте у обоих полов стоят смысложизненные ценности [6] (это 23% всех ответивших, среди них: 43,5% женщин и 56,5% мужчин соответственно, которые понимают под счастьем хорошее здоровье, наличие цели в жизни, самореализацию, свободу). На третьем месте у опрошенных выявлены духовые ценности, т.е.: 14% респондентов видят счастье как наличие друзей, уважение и понимание, религию и веру, положительные эмоции и гармонию самим собой, причём среди них 46,4% женщин и 53,6% мужчин. Счастье через материальные ценности понимают 9% саратовских жителей, а именно 38,9% мужчин и 61,1% женщин. Витальные ценности [7] воспринимаются как счастье у 8,5% саратовцев - 47,1% женщин и 52,9% мужчин считают счастьем совершение греха, наслаждение, удовольствие, развлечения, одиночество. Сравнительно большое количество респондентов не смогли дать свой ответ – это 14% всех опрошенных. Среди них - 39,3% женщин, а число затруднившихся ответить на данный вопрос мужчин составляет 60,7% мужчин. Это говорит либо о нежелании рассказывать о своём понимании счастья, либо об ещё несформированном мнении мужчин по данному вопросу. Вполне возможно, что мужчины определили для себя жизненные ценности, но с такой категорией как счастье никогда их не связывали.

Как видно, для женщин и мужчин наличие семьи и детей является самым главным в жизни, исполнение этой ценности приносит им ощущение счастья. Материальные ценности, хоть сегодня и распространёно обратное мнение, не многим приносят счастье, причём намного меньше мужчинам, чем женщинам. То же самое можно сказать и про смысложизненные ценности. Ко всему прочему, именно мужчины сегодня под счастьем чаще понимают духовные и витальные ценности. Это для них является более ценным, нежели для женщин.

Самый главный вывод, который можно сделать – это то, что семья, любовь и дети у противоположных полов играют практически одинаково важную роль в жизни. Совпадение понимания счастья через семейные ценности, несомненно, оправдывает целенаправленное создание семьи. Семья даёт человеку ощущение не только положительных эмоций, но и ощущение своей значимости, ответственности. Что касается остальных ценностей, то женщинам сегодня гораздо чаще приносят счастье успешная карьера и денежные средства, в то время как мужчинам – наличие друзей, и, например, крепкого здоровья и смысла в жизни.

Список литературы

1. Мишутина Е.А. Философия счастья. // Социальная философия. 2009. №4. С. 23
2. Аргайл М. Психология счастья. Спб., 2003. С. 36.

3. Мишутина Е.А. Философия счастья. // Социальная философия. М., 2009. №4. С. 26.
4. Бахтин М.В. Вечные ориентиры счастья. Полное собрание сочинений. М., 2001-2003 г. Том 1. С. 121.
5. Татаркевич В. О счастье и совершенстве человека. М., 1981, С. 8.
6. Маслоу А.Г. Мотивация и личность. Спб., 1999. С. 45.
7. Маслоу А.Г. Мотивация и личность. Спб., 1999. С. 46.

ФАКТОРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ СОВРЕМЕННОЙ САРАТОВСКОЙ МОЛОДЁЖЬЮ

Т.В. Ульянова

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

В последние десятилетия потребление косметических товаров во всём мире, в том числе и в нашей стране, возрастает. На российском рынке появилось огромное количество новых товаров с новыми потребительскими свойствами, много неизвестных ранее фирм, как зарубежных, так и российских.

Широкий ассортимент, разнообразие косметической продукции, конечно же, является положительным фактором, но зачастую вводит в затруднение при выборе того или иного средства. Интенсивная и не всегда добросовестная реклама часто вводит в заблуждение потребителей. К сожалению, в отечественных публикациях оценку косметических товаров часто дают не специалисты, а, как правило, журналисты, основываясь на своём потребительском опыте.

В ходе авторского социологического исследования, проведённого в сентябре 2010 года, было определено, что 89% респондентов используют косметические средства и 11% не используют их.

В процессе исследования так же были выявлены недостатки внешности мужчин и женщин.

По мнению респондентов – мужчин, наибольший недостаток внешности у мужчин - состояние кожи лица (36,5%), 15,8% считают своим недостатком фигуру, состоянием кожи головы недовольны 14,3% и только 17,5% респондентов довольны своей внешностью.

Таким образом, по мнению мужчин одни из самых острых проблем их внешности - состояние кожи лица, фигура и состояние кожи головы.

В тоже самое время женщины выделяют следующие недостатки внешности: состояние волос (секущиеся, ломкие) (45,2%), кожа лица 44,1%. Своей фигурой недовольны 25,8% женщин, полностью довольны своей внешностью всего 7,5% всех опрошенных представительниц женского пола. В рейтинге недостатков внешности у женщин определено, что самую большую проблему для них составляет - состояние волос, затем состояние кожи лица и фигура.

Что касается возраста, то можно сказать о том, что 14-17 летние подростки считают недостатком внешности состояние кожи лица 44,8%. 25,9% опрошенной молодёжи указывают на проблему состояния волос. По 22,4% представителей молодёжи имеют проблему с фигурой. 19% молодёжи в период с 14 до 17 лет не жалуются на свою внешность.

В 18-23 года современная саратовская молодёжь сталкивается с проблемной кожей лица 38,6%. 35,1% не довольны состоянием волос. В то время как 19,3% респондентов жалуются на свою фигуру. 10,5% опрошенной молодёжи всё устраивает в их внешности.

Респонденты в возрасте 24-30 лет испытывают недостаток внешности, выраженный в состоянии кожи лица 39%. Состоянием волос (секущиеся, ломкие) не удовлетворены 36,6% молодёжи. Наряду с ними респонденты в возрасте 24-30 лет имеют недостаток внешности – фигуру 24,4%. При этом только 2,4% опрошенной молодёжи не имеют недостатков внешности.

Таким образом, с изменением возраста уменьшается степень неудовлетворённости своей внешностью, как у женщин, так и у мужчин. По общим показателям в 14-17 летнем возрасте молодёжь имеет суммарный коэффициент 196,4% недостатков, в то время как 18-23 летние – 173,9%. Молодёжь – 24-30 лет имеет недостатков около 185,4%. Это объясняется тем, что появляются первые признаки старения организма.

Недостатки внешности респонденты уменьшают косметическими средствами.

46% молодёжи пользуются косметическими средствами, имея проблемы с кожей лица. Используя косметику, 35,3% имеют проблемы с состоянием волос, в то время как 23% недовольны своей фигурой, но так же используют косметические средства. В то время как 10,1% представителей молодёжи г. Саратова удовлетворены своей внешностью, но и они применяют косметику.

Таким образом, имея недостатки, десятая часть (10,1%) респондентов довольна своей внешностью, и активно использует косметические средства.

96,8% мужчин больше всего предпочитают ухаживать за волосами. 61,9% придают уход коже лица. 47,6% респондентов мужского пола ухаживают за кожей рук и 34,9% уделяют внимание коже ног. Для 97,8% женщин в рейтинге ухода за телом, волосами и кожей лица (91,4%) стоят на первой позиции, 83,7% женщин ухаживают за кожей рук и 75,3% следят за состоянием кожи ног.

Как мужчины, так и женщины особое внимание уделяют своим волосам. В то время как женщины в два раза больше чем мужчины, уделяют внимание состоянию рук и состоянию ног. Ухаживая за лицом, мужчины отстают от женщин в использовании косметических средств. В следствие этого, респондентки оставляют за собой ведущее положение в уходе за своей внешностью.

Таким образом, независимо от пола и возраста саратовская молодёжь имеет проблемы с кожей лица. Чем старше человек становится, тем меньше становится степень удовлетворённости своей внешностью. По данным

исследования, производителям косметических средств рекомендуется обращать внимание на данные проблемы и производить более качественную продукцию.

ОТНОШЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ КИРОВСКОГО РАЙОНА ГОРОДА САРАТОВА К СОСТОЯНИЮ ДВОРОВ И ДЕТСКИХ ПЛОЩАДОК

А. Фомин

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Проблема состояния дворовых территорий и детских площадок Кировского района достаточно актуальна. Кировский район можно назвать центральным районом Саратова, на его территории находятся железнодорожный вокзал, аэропорт, от железнодорожного вокзала начинается главная магистраль областного центра - Московская улица. Кировский район - лицо Саратова, но чистота и качество дорожного покрытия должны быть не только на центральных улицах, но и во дворах и на детских площадках. Изучение городского пространства – задача многих современных социологических исследований. Так, в Калининском районе города Челябинск был проведен опрос на тему «оценка состояния улиц и дворов своего района». Результат ответов неутешительный, лишь 2% опрошенных оценили состояние своего двора как хорошее [1]. Подобные исследования проводились во многих городах России и в других странах. Например, в Белоруссии в городе Гомель результаты исследования показали, что 25% населения обеспокоены состоянием улиц и дворов и 22.5% недовольны работой ЖЭУ [2].

Объектом авторского исследования являлись жители Кировского района города Саратова [3]. Результаты нашего исследования показали, что самый большой процент опрошенных (47%) оценили состояние ближайшей детской площадки как хорошее (детская площадка убрана, инвентаря больше целого, чем сломанного). Так же большинство (75%) оценили состояние своего двора как хорошее (в целом хорошо, но есть небольшие недочеты, которые быстро устраняются). И всего 9% населения указали на то, что их совершенно не устраивает освещение в своем дворе. Больше половины жильцов оценили состояние своего дома как отличное. Все это свидетельствует о том, что жители Кировского района города Саратова могут похвастаться чистыми и хорошо освещенными дворами. Но, увы, не все граждане готовы поддерживать чистоту своего двора, на вопрос о готовности самим заняться облагораживанием двора большинство не высказали желания принимать в этом участие. Основным аргументом сказала нехватка времени.

Таким образом, можно сделать вывод, что жители Кировского района города Саратова довольны состоянием дворов и детских площадок. Это

свидетельствует о том, что федеральная программа по улучшению дворов и детских площадок была частично реализована. Но так, же четверть жителей видят существенные недоработки, такие как отсутствие детских площадок, недостаточная освещенность, загрязненность. На которые власти я надеюсь, в будущем будут акцентировать внимание.

Список литературы

1. Дипломная работа на тему «Повышение эффективности по управлению благоустройством (на примере Калининского района города Челябинска)» Автор скрыл свое имя.(student.zoomru.ru, 12 ноября 2011 20:00).
2. *Анатолий Касьяненко* канд. филос. наук, доцент «Общество и государство: механизмы социальной коммуникации»(review.w-europe.org, 15 ноября 2011 21:30).
3. По выборке было опрошено 98 человек живущих в Кировском районе города Саратова.

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ДОСУГОВОГО ВРЕМЕНИ СТУДЕНТАМИ

Ю.Н. Храмова

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Актуальность данной темы заключается в том, что досуг для современной молодежи является одной из первостепенных ценностей. Именно в сфере досуга молодые люди более чем где-либо выступают в качестве свободных индивидуальностей. Актуализация вопросов молодежного досуга обусловлена и тем, что молодое поколение, в соответствии со своими социокультурными потребностями, время досуга посвящает в основном общению в молодежных компаниях, группах сверстников, где формируется особая молодежная субкультура, влияющая на становление личности молодого поколения. Таким образом, досуг как социокультурная сфера жизнедеятельности современной российской молодежи требует глубокого научного осмысления.

Проблемами досуга в разное время занимались социологи, психологи, философы, педагоги и экономисты. В пример приведу социологическое исследование на тему «Досуг молодого поколения», которое проводилось 10 ноября 2011 года Представителями Прикамского Современного Социально – Гуманитарного Колледжа. Количество респондентов 73 человека, 51 из которых являются учащимися, а 22 работают или являются безработными. Исследование проводилось в городе Пермь. В анкетировании принимало участие 35 человек мужского пола и 38 женского [1].

На вопрос «Где и как Вы проводите свой досуг?» лидирующее положение занял ответ: дома (20 человек). Во-первых, это может быть объяснено тем, что досуг дома в настоящее время можно проводить более разнообразно (компьютер, телевизор с большим количеством программ и

т.д.). Во-вторых, изменились жилищные условия (практически исчезли коммунальные квартиры, большинство молодых людей имеют отдельную квартиру). Так же юноши и девушки проводят свободное время в Интернет - кафе (16 человек), кинотеатрах (14 человек) и ночных клубах (9 человек), предпочитая в значительной мере эти места отдыха библиотекам и различным спортивным секциям (8 человек). В качестве «другого» чаще всего указывалось посещение прогулок на свежем воздухе, чтение литературы. По результатам этого исследования видно, что в разных областях своей деятельности, в том числе в области досуга, молодежи представлена большая свобода выбора.

Объектом нашего исследования являлась студенческая молодежь, как социальная группа. Исследование было проведено с целью выявления структурно-функциональных характеристик досуговой сферы жизнедеятельности современной российской молодежи. В исследовании участвовали студенты СГУ и СГСЭУ [2].

Наиболее популярными формами проведения свободного времени студенческой молодежи оказались досуг, так ответили 37% опрошенных, чуть менее популярной формой оказалась подготовка к занятиям в университете. В числе упомянутых также оказались домашние дела, общественно – полезная деятельность и работа. На вопрос «Какую часть свободного времени Вы тратите на свой досуг в день» большинство - 43% опрошенной молодежи ответили, что на досуг тратят большую часть свободного времени, 29% - половину своего свободного времени и 1% - нисколько. При этом реальный замер времени показал, что для практически половины опрошенных временные затраты на досуг составили от двух до четырех часов.

Хобби у опрошенных респондентов оказалось разнообразным. Почти 13% занимаются танцами, приблизительно 12% - занимаются рисованием, 9% - музыкой, 6% - чтением книг и 1% - футбол, волейбол, театр-студия, бильярд, боулинг, коллекционирование, фортепиано. У трети респондентов, как показал анализ, круг общения достаточно широк (более 15 до 30 человек), у большинства (39%) до 15 человек. Все это свидетельствует о достаточно выраженной коммуникативности среди студенческой молодежи.

Чаще всего студенты проводят свое досуговое время с друзьями» - 76%, 11% - с одноклассниками, 7% - с родственниками (братьями, сестрами и т.д.), 2% - в одиночестве и 1% - с родителями.

Формы проведения досуга среди опрошенных оказались достаточно разнообразными. Почти 18% проводят свой досуг, встречаясь с друзьями, 11% - проводят свой досуг, посещая кинотеатры/театры, 9% - тратят это время на хобби, почти 8% - проводят свой досуг, общаясь с родителями, 7% - занимаются ничегонеделанием и почти 5% проводят свой досуг в ночных клубах. Мы предполагали, что обретение статуса студента может способствовать изменению характеристик досуга молодого человека. Гипотеза частично подтвердилась, большинство опрошенных (76%) отметили, что досуг изменился, однако не существенно.

Дальнейший анализ позволил выявить достаточно высокий уровень удовлетворенности студенческой молодежи формами и временем проведения своего досуга. Так, 80% всех опрошенных указали на то, что их устраивает и то, как они проводят свой досуг, и затраченного времени вполне достаточно.

Таким образом, наше исследование показало:

1. Формы проведения досугового времени студенческой молодежи достаточно разнообразны, однако, в большинстве случаев – это общение с друзьями. В данном случае можно сделать вывод о том, что коммуникативная функция досуга молодежи на сегодняшний день одна из доминирующих.

2. Наличие свободного времени напрямую влияет на время проведения досуга. Чем больше свободного времени, тем больше его выделяется на досуг.

3. Уровень удовлетворенности студенческой молодежи формами и временем проведения досуга достаточно высок.

Список литературы

1. http://otherreferats.allbest.ru/sociology/00057830_0.html - социологическое исследование на тему «Досуг молодого поколения», проводилось 10 ноября 2011 года Представителями Прикамского Современного Социально – Гуманитарного Колледжа.

Количество респондентов 73 человека, 51 из которых являются учащимися, а 22 работают или являются безработными. Исследование проводилось в городе Пермь. В анкетировании принимало участие 35 человек мужского пола и 38 женского.

² Выборка формировалась как экспериментальная. Всего было опрошено 100 человек. Из которых, 50 – являются студентами второго курса СГСЭУ и 50 - студентами второго курса СГУ.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ В РЕГИОНЕ

Т.М. Шевелева

Институт социального образования (филиал) РГСУ в г.Саратове

Функционирование и развитие современной цивилизации самым тесным образом связано с процессом информатизации, который интенсивно проникает во все сферы человеческого бытия. Процесс информатизации развивается, главным образом, на базе информационно-коммуникационных технологий, реализация которых связана с созданием, преобразованием и потреблением информации и процессами ее передачи [1].

Как известно, новые информационные технологии призваны расширить способы и скорости трансляции информации, повысить степень ее доступности, обеспечить возможность принципиально нового подхода к распространению информации - передаче данных непосредственно между

заинтересованными в ней лицами, снижая масштабы ее дублирования, и существенно сокращая путь ее движения от адресата к адресату.

Одна из перспективных сфер общества, в которой потенциальный эффект информационно-коммуникационных технологий может проявиться наиболее масштабно, это социальная сфера.

Проведенный нами анализ данной проблемы показал, что в Российской Федерации и ее субъектах в настоящее время активно идут процессы информатизации социальной сферы. Существует программа Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)», в которой особое внимание уделяется возможностям использования информационных технологий для поддержки социально незащищенных групп населения, а также лиц с ограниченными физическими возможностями [2]. В соответствии с этой Программой, осуществляется перевод в электронный вид услуг органов государственной власти и местного самоуправления.

Вместе с тем, очевидно, что процесс формирования и развития единого информационного пространства социальной сферы происходит медленно и неравномерно (фрагментарно).

К примеру, в Саратовской области, хотя и создана инфраструктура, включающая информационные ресурсы (т.е. базы данных), которые функционируют в региональных органах исполнительной власти, органах местного самоуправления и организациях различных форм собственности, тем не менее, отмечаются противоречия между декларируемыми гарантиями доступа граждан к информации и отсутствием реального механизма обеспечения этого доступа.

Региональным правительством намечены различные направления инновационной стратегии информатизации системы социальной работы, суть которых - поддерживать функции взаимодействия государственных органов с населением, общественными организациями и предпринимательскими структурами. В этих целях, с 2006 года Министерством социального развития Саратовской области проводится целенаправленная работа по информатизации системы социальной защиты населения в рамках региональной целевой программы «Создание автоматизированной информационной системы «Электронный социальный регистр населения Саратовской области»». Важным направлением инновационной деятельности в социальной работе должно стать использование интернет-технологий. В целях обеспечения открытости деятельности, в настоящее время создан самостоятельный сайт министерства социального развития Саратовской области [3].

Что касается оперативности информационного взаимодействия с гражданами по реализации их законных прав и обязанностей, вызывает сомнение, прежде всего, способность населения определенных категорий, допустим, пожилых, воспользоваться этим способом, в связи с их невладением подобными технологиями. О каком информировании граждан об услугах в сфере социальной поддержки может идти речь, если это предполагает абсолютную гарантию того, что клиент пользуется интернетом.

Очевидными проблемами для обеспечения права граждан на получение информации из сети Интернет, могут стать элементарно возраст, состояние здоровья, инвалидность и т.п.

Для методического обеспечения деятельности структурных подведомственных подразделений и учреждений министерства необходима подготовка и выпуск информационно-методических материалов и сборников и своевременное обучение кадрового состава внедряемым информационным технологиям (к примеру, курсы повышения квалификации и т.д.).

Социально значимой инновацией в деятельности регионального министерства социального развития видится также реализация проекта по использованию интерактивных форм информационной работы с населением. В рамках данного проекта проводятся on-line конференции, работают интернет-приемная, четыре интернет-форума министерства: «Организация отдыха и оздоровления детей в Саратовской области», «Доступная среда», «Особый ребенок», форум проекта «Не будем в стороне». В целом можно отметить, что число посетителей сайта Министерства социального развития Саратовской области увеличилось в 1,5 раза в сравнении с 2010 годом. В среднем в день на сайте министерства в 2011 году фиксировалось более 1,8 тысяч посетителей [4].

Инновационным направлением деятельности социальных служб региона является также перевод государственных услуг в электронную форму. Важно подчеркнуть, что ввод в действие портала для электронного доступа к государственным услугам должен осуществляться, в первую очередь, в тех случаях, когда возникает потребность в целом комплексе государственных услуг. В принципе, на это и нацелена программа «Создание системы оказания государственных услуг в электронном виде с использованием единой электронной карты в Саратовской области на 2010-2012 годы».

Так, в настоящее время гражданам Саратовской области оказывается 67 государственных услуг в сфере социальной поддержки населения. Внедрение системы единой электронной карты гражданина позволит использовать ее как инструмент идентификации при получении гражданами государственных услуг в электронном виде, а также как платежную карту при получении различных начислений и расчетах за услуги.

Единая электронная карта также может иметь транспортное приложение, используемое в качестве социального месячного проездного билета на общественном транспорте (автобус, трамвай, троллейбус) для электронного учета транспортной подвижности льготных категорий граждан, контроля адресности и объемов, компенсационных бюджетных выплат транспортным предприятиям за перевозку граждан льготных категорий, а также целевого использования этих средств.

Таким образом, учитывая, что на территории Саратовской области проживает свыше 700 тысяч получателей мер социальной поддержки, необходимо провести значительную работу, прежде всего, по формированию у них позитивного отношения к новому виду услуг, а также навыков

осуществления операций с социальной картой (заходить в приложения, производить платежи, знакомиться с информацией).

Кроме того, для повышения информационного обеспечения сайта Министерства целесообразно создать форум работников сферы социальной защиты и социального обслуживания населения с целью обмена опытом инновационной деятельности.

Список литературы

1. *Тавокин Д.Е.* Информационно-коммуникативные технологии в реализации социальных функций государственной власти: автореф. дисс. канд. соц. наук. М., 2010.
2. Распоряжение Правительства РФ от 20.10.2010 № 1815-р «О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)».
3. Приказ министерства социального развития Саратовской области от 23.12.2009 г. № 1196 «Об утверждении Регламента администрирования и информационного обеспечения официального сайта министерства социального развития Саратовской области».
4. Итоги работы министерства социального развития Саратовской области <http://www.social.saratov.gov.ru>

СТУДЕНЧЕСКАЯ ДРУЖБА: ЦЕННОСТНО – ГЕНДЕРНЫЙ СРЕЗ

М.А. Шедловская

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского

Человечество всегда высоко ценило дружбу. Трудно назвать мыслителя или ученого, который бы не рассуждал о ней. Но говоря о дружбе, часто подразумевают разные явления. Во-первых, дружба – определенный социальный институт, выполняющий важные социальные функции, изучением которых занимаются такие науки как социология, история, социальная психология, этика и антропология. Во-вторых, это складывающиеся в повседневной жизни реальные личные отношения, которые составляют неразрывную канву социализации. В-третьих, это чувства, эмоции и переживания, которые составляют важнейшую часть жизни личности. В-четвертых, это практики межличностного и группового взаимодействия, выступающие в качестве школы формирования социальных сетей. В-пятых, дружба – важная нравственная ценность, которая играет важную роль в процессе формирования, социализации молодого поколения.

Дружба – один из видов личностных отношений, где один человек не использует другого для достижения своих целей, а безвозмездно помогает другу в любой момент, находятся рядом и искренне радуются победам друга. Иными словами у них «одна душа в двух телах», отношение глубокое и интимное, предполагающее не только верность и взаимопомощь, но и внутреннюю близость, откровенность, доверие, любовь. Недаром мы называем друга своим «alter ego» («другим Я»).

Как показали результаты авторского социологического исследования, проведённого в 2011 году в СГУ (по квотно - стратифицированной выборке, N=200), больше всего друзей (от 16 человек и выше) у юношей – 61%, что на 14% выше, чем в среднем по выборке. Тогда как у девушек в этой же категории показатель на 22% ниже, чем в среднем по выборке. Иными словами, у молодых людей дружеские отношения чаще интерпретируются через призму дальнейших социальных связей и отношений, которые можно использовать для взаимной выгоды, флирта, совместных развлечений. Довольно распространены случаи, когда количество друзей не превышает трёх человек. Однако в этой категории процент ответивших девушек превалирует над противоположным полом - 52,5% и 47,5% соответственно. Узкий круг друзей компенсируется более тесными, длительными, сплоченными, доверительными, прочными отношениями между ними. Третье место занимают респонденты, которые имеют от 4 до 7 друзей. В этой позиции ответивших юношей также меньше, чем девушек - 42% и 58% соответственно. Много друзей (8-15) имеют 58,3% и 41,7% опрошенных девушек и юношей соответственно. Можно предположить, что для этой категории студентов дружба сопрягается с отношениями открытости, коммуникабельности, осторожной доверительностью, поиском верных настоящих друзей.

Анализ результатов показал, что в рейтинге ценностей доминирует в качестве базовой – семья (24% положительных ответов). На втором месте – дружба (18%). Эти ценности для студентов – более значимы, чем здоровье (14%), карьера (9%), деньги (7%), развлечения (6%), творчество (5%), популярность (3%), религия (2%). Это согласуется с данными других исследователей [1], фиксирующих 2 по значимости место дружбы в рейтинге базовых студенческих ценностей (после семьи).

Также результаты опроса позволили сделать вывод о том, что значит дружба для студентов СГУ. Каждый второй опрошенный отметил, что для него в дружбе важны понимание, взаимопомощь и возможность довериться другу. Вторым по популярности оказалось мнение о том, что дружба - это «одна душа в двух телах», с ним согласны 18% опрошенных. С тем, что дружба-это сексуальные отношения без обязательств, деловой обмен услугами и любовь без сексуального подтекста, согласились 9%, 7% и 5% респондентов соответственно.

Исследование показало также зависимость значения дружбы от пола респондента. Половина опрошенных мужчин и женщин согласились с тем, что в дружбе важны доверие и понимание. Однако на второе место у мужчин выходит мнение о том, что дружба-это сексуальные отношения без обязательств (12,8%), а у женщин - одна душа в двух телах(19,%) . У женщин также преобладает мнение о дружбе как о любви без сексуального подтекста (15,1%), тогда как согласных с этим мужчин всего 2%. Более половины опрошенных (71% по выборке) мужчин и женщин согласились с тем, что в друзьях их привлекает честность. Однако на второе место у мужчин выходит мнение о том, что в друзьях их привлекает чувство юмора и верность(66%),

а у женщин – понимание и отзывчивость (по 50%). У женщин также преобладает мнение о том что их привлекает искренность, доброта и умение слушать (51,9 – 41,5 – 37,7% соответственно).

Исследование показало зависимость самооценки качеств студентов, привлекающих друзей. Половина опрошенных согласилась с тем, что друзей к ним привлекает чувство юмора. Однако на второе место у женщин выходит мнение о том, что друзей к ним привлекает их отзывчивость(51,9%), а у мужчин – честность (46,8%) . У женщин также преобладает мнение о том, что к ним привлекает доброта и умение слушать (49,1 – 48,1% соответственно), тогда как согласных с этим мужчин всего на 14% меньше. Также у мужчин и женщин в равной степени (35,1 – 35,8% соответственно) получило отклик мнение, что понимание притягивает к ним друзей. А вот искренность (35,8%) и верность (26,4%) преимущественно притягивает друзей к девушкам.

Анализ результатов показал, что среди студентов доминируют дружеские отношения с девушками и юношами в равной степени. Однако среди юношей преобладает ориентация на дружеские отношения внутри своего гендера (почти в 2 раза чаще, чем девушки), или на дружбу с юношами и девушками поровну. Это (видимо) связано с большей степенью взаимопонимания, раскрепощенности сетевого общения внутри однополых групп.

На количество друзей у юношей и девушек оказывает значительное влияние семейное положение. Так, если до узаконивания отношений было выявлено, что респондентов, имеющих друзей было 41,7%, то после – 41,2%. у разведённых этот показатель увеличивался на 8,9%, что на 32% превышает средний показатель по выборке. У помолвленных пар количество друзей было также высоко (8-15 человек) и составляло 50% ответов. Таким образом, на дружбу оказывает влияние степень определенности семейного статуса.

Чем менее определен семейный статус, тем выше уровень коммуникабельности, тем больше количество друзей. Однако в основном они не являются настоящими друзьями, скорее это люди с которыми в дальнейшем можно либо построить отношения, либо просто флиртовать, проводить время вместе. Ограничен круг друзей у тех, кто женат/замужем и у тех, кто разведен. Среди них дружба носит самый стабильный характер, и дружат они в основном уже много лет. Это связано с тем, что брак налагает повышенные обязанности на человека, поэтому стабильная и устойчивая дружба становится для него ценной и важной. Круг друзей значительно уменьшается, отсеиваются поверхностные знакомства и остаются рядом только истинные друзья, которые не требуют от них чрезмерного внимания, радуются победам, семейному счастью и сопереживают беды друг друга.

При этом юноши скорее склонны поддерживать универалистские принципы, считая, что закон и истина более значимы, чем личные отношения. Девушки, напротив, чаще готовы проявить дружескую лояльность и являются представителями скорее партикуляристской культуры, для них межличностные связи более важны, чем правила.

Студентки в своих взаимодействиях ближе к диффузной культуре, где ценится понимание, доверие и манеры. Эти гендерные различия позволяют достичь социального и культурного равновесия, например, преобразовательные импульсы юношей сдерживаются сохранительными стратегиями девушек. Мужские качества более индивидуальны. Юноши готовы проявить жесткость, уверенность в принятии решений. Женский взгляд на ценности позволяет предположить, что именно она будет сохранять традиции и проявлять толерантность по отношению к "другому". Сочетание мускулинности и феминности будет выступать в качестве стабилизирующего звена социума и, дополняя друг друга, создавать гармонию в обществе.

Учет ценностно-гендерного среза формирования дружеских отношений важно учитывать в ходе анализа и оптимизации микроклимата студенческих групп, межличностного взаимодействия в студенческой среде, теории и практики воспитательной вузовской работы с молодым поколением, со всеми категориями учащихся.

Список литературы

1. Назарова И.Б. Ценности и ценностные установки студенческой молодежи: гендерный аспект // [Дети и молодежь](#). Интернет-конференция 1.03.10 - 4.04.10. Эл. Вариант: <http://ecsocman.hse.ru/text/33373130/>

КНИГА В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ШКОЛЬНИКА

А. Шешукова

Лицей № 15 г. Саратова

В процессе социализации личности важную роль играет формирование духовно-нравственных ориентиров. Постоянное самосовершенствование школьника невозможно без чтения книг различной тематики. Активность чтения различных поколений в России постоянно изменяется.

По результатам опросов ВЦИОМ «Читающая Россия» [1] в 2009 году было выявлено, что россияне не стали читать книги чаще. Ежедневно читают книги 22% опрошенных. Газеты пользуются большей популярностью, чем книги. Ежедневно их читают 36%, часто – 43%. Каждый пятый житель России постоянно читает журналы: ежедневно – 19%, иногда – 45%. Как правило, в домашней библиотеке россиян не более 100 книг у 44% опрошенных, до 300 книг – у 21%, до 500 книг – у 9%, до 1000 книг – у 4% респондентов.

Это свидетельствует о том, что чаще покупают книги в домашнюю библиотеку и читают их (40%), берут у знакомых 31%, реже пользуются книгами из государственных библиотек. По-прежнему, фаворитами чтения являются приключенческие романы (26%), более популярной стала русская и

зарубежная классика (25%), детективы (14%), фэнтези (10%), классические и историко-приключенческие романы (26%), современные романы об истории дореволюционной России (16%).

Таким образом, взрослые и школьники имеют достаточно возможностей в выборе различной литературы.

Опрос ВЦИОМ в июне 2011 года [2] подтвердил, что интерес к чтению в России возрастает. Количество россиян, имеющих дома до 100 книг возросло до 49%, более обширные библиотеки есть у 31% опрошенных. До 100 книг имеют в домашних библиотеках респонденты со средним специальным образованием (53%), обширным собранием обладают респонденты с высшим образованием (46%). «Среднестатистический» россиянин за три месяца прочитывает около 5 книг (4% опрошенных). Более популярным стало скачивание книг из Интернета (11%), этот способ востребован у молодежи (27%).

По-прежнему, самыми популярными остаются традиционными бумажные книги (89%), электронные книги читают 28%, аудиокниги – 11%. Эти виды чтения популярны в молодежной среде. В целом, среди старшего поколения не знают, что такое электронные книги 33% и аудиокниги 59% опрошенных.

Если провести сравнение популярности чтения среди поколений [3] школьников и родителей, то представители молодого поколения определили читательские предпочтения следующим образом: научная фантастика – 65%, периодические издания – 40%, детективы – 37%, исторические романы – 23%, другое – 28% (проза, классика, популярная литература, поэзия).

Поколение родителей отдает предпочтение приключенческим романам – 48%, классическим произведениям – 43%, историческим романам – 36%, книгам о войне – 27%, другое – 21% (книги советских писателей, поэзия, научно-популярная литература).

В сравнении поколений выявилась и еще одна тенденция – современные школьники имеют меньше свободного времени, чем поколение родителей в эпоху своей юности. Это объясняется тем, что школьники сегодня больше занимаются дополнительно по предметам, реализуют себя в различной творческой деятельности, занятиях спортом.

Перспективы современного интеллектуального чтения школьников имеют положительную тенденцию. Возможности для реализации собственных стремлений, потребностей в различных областях наук, искусства, культуры существуют. Важным остается желание школьников постичь новое, интересное через чтение различной литературы. Книга, по-прежнему, остается важным источником знаний, формирует устную и письменную речь и способствует творческому развитию личности.

Список литературы

1. «Олимпиабус» ВЦИОМ – июнь 2009 – <http://wciom.ru/>

2. Пресс-выпуск ВЦИОМ № 1780, 2011. Книги, которые мы читаем и не читаем..
[http: \\wciom.ru\](http://wciom.ru/)
3. Боброва А. Сравнительный анализ проведение досуга молодежью на рубеже 60 – 70 годов XX века и в наше время. <http://art.ioso.ru/seminar2004>.

ВЛИЯНИЕ СОСТОЯНИЯ ЗДОРОВЬЯ САРАТОВЦЕВ НА УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КАЧЕСТВОМ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

О.Р. Юсупова

Саратовский государственный университет им. Н. Г.Чернышевского

Актуальность вопросов обеспечения качества медицинской помощи объясняется, прежде всего, ухудшением в последние годы показателей здоровья россиян. И в связи с этим перед здравоохранением поставлена задача обеспечения всего населения высококачественной, высокоспециализированной медицинской помощью. Предусмотрено "усилить профилактическую направленность здравоохранения, повысить качество медицинского обслуживания и начать переход к ежегодной диспансеризации всего населения" [1].

Однако на сегодняшний день не уделяется должного внимания на качество амбулаторных медицинских услуг в государственных медицинских учреждениях, что сказывается как на здоровье людей города, так и на их отношении к медицинским услугам.

По результатам авторского исследования, проведенного в г. Саратове среди пациентов городских поликлиник можно выявить следующие типы пациентов: «здоровые» (21,3%), «хроники» (46,7%), «тяжелые больные» (3,3%) и «обычные пациенты» (22,7%).

Почти 1/5 часть всех опрошенных считают себя абсолютно здоровыми. К «здоровым» пациентам относятся как мужчины (56,3%) так и женщины (43,7%), которые принадлежат к возрастной категории от 18 до 30 лет, это в основном студенты и работающие. Большинство пациентов посещают поликлинику не реже 1 раза в год. Что касается удовлетворенности оснащением поликлиник, то больше половины (56,3%) респондентов удовлетворены медицинской техникой и оборудованием. Также здоровых пациентов устраивает профессионализм врачей и им не приходилось сталкиваться с некачественными медицинскими услугами.

Большинство опрошенных, а именно 46,7 % являются хроническими больными. Это в основном пациенты от 41 до 50 лет, которые в настоящее время являются либо пенсионерами по болезни, либо домохозяйками. При такой степени заболеваемости «хроники» посещают поликлинику не реже 1 раза в месяц. В основном они удовлетворены оснащением поликлиник, но что касается удовлетворенности профессиональными качествами врачей и медицинского персонала, то половина хронически больных лишь частично удовлетворены профессионализмом работников поликлиник. Скорее всего,

такой показатель связан с тем, что больше половины (64%) респондентам - «хроникам» приходилось сталкиваться с медицинскими услугами, которые были некачественными.

Третий тип, к которому относится наименьшая доля всех опрошенных это «тяжелые больные». Это посетители поликлиник в основном женского пола пенсионного возраста. Что касается посещения врачей, то этот тип является наиболее активным по этому показателю и посещают в основном не реже 1 раза в неделю (20%) и не реже 1 раза в месяц (80%). 60% тяжелых больных, возможно, удовлетворены медицинской техникой и оборудованием, но также следует отметить, что именно в такой категории 1/5 часть пациентов скорее не удовлетворены этим показателем. Также большинства (40%) не устраивает и профессиональные качества врачей, так как им приходилось сталкиваться с некачественными медицинскими услугами и не однократно.

В ходе анкетирования была выделена еще одна типология пациентов это «обычные пациенты». «Обычные пациенты» это пациенты, у которых есть заболевания, но не хронические. В основном это работающее и безработное население, посещающие поликлинику не реже 1 раза в полгода. Такие пациенты удовлетворены оснащением поликлиник и частично удовлетворены профессионализмом врачей и им не приходилось сталкиваться с некачественными медицинскими услугами.

В современном мире все чаще становится вопрос об осуществлении оплаты медицинских услуг. В ходе анкетирования выяснилось следующее: в основном и «абсолютно здоровые» и «хроники» производят оплату формально. Это говорит о том, что осуществление оплаты не зависит от оценки состояния здоровья.

Итак, исходя из всего вышесказанного, следует отметить, что болезни есть во всех возрастных категориях, большинство молодежи причисляют себя к «здоровым», «хрониками» в основном себя считают пациенты в возрасте от 31 до 50 лет. Ну а респонденты предпенсионного и пенсионного возраста относят себя к «тяжелым больным», но было выявлено, что не всегда при увеличении возраста степень заболеваемости становится серьезнее. Также в ходе исследования было выявлено, что частота посещения поликлиники «хрониками» и «тяжелыми больными» выше, чем у «здоровых» и «обычных пациентов».

Что касается влияния состояния здоровья на удовлетворенность оснащением поликлиник, то было выявлено, что представители всех типологий в основном удовлетворены этими показателями. Пациенты, которые относят себя к «здоровым» вполне удовлетворены профессиональными качествами работников поликлиник. А не удовлетворены или частично удовлетворены в основном «хроники» и «тяжелые больные» так как они сталкивались с некачественными медицинскими услугами.

Следует отметить, что проблема качества медицинских услуг в поликлиниках сегодня существует и занимает приоритетное место. В

улучшении качества заинтересованы как население, так и местные власти, представители министерства здравоохранения, работодатели и медицинские работники. Для этого надо снизить цены на оказываемые услуги и на лекарства, но при этом нужно обеспечить сохранение их качества, повысить уровень профессиональной подготовки врачей и рабочего персонала, ввести определенные наказания врачам за некачественно предоставленные услуги, ошибки и халатность.

Список литературы

1. *Бурмыкина О.Н.* Гендерные различия в практиках здоровья: подходы к объяснению и эмпирический анализ// Журнал исследования социальной политики, 2006, №2, с. 119.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Азизова З.С.</i> Восприятие религии молодежной средой.....	3
<i>Алашкова М.Ю.</i> Реалии и перспективы молодежного предпринимательства в условиях современного российского общества (региональный аспект).....	5
<i>Алишаускас В.В.</i> Применение социально-педагогических технологий в работе с подростками и их семьями.....	8
<i>Андропова Ю.Э.</i> Распределение обязанностей в молодых семьях.....	11
<i>Анисимова Т.С.</i> Особенности социально-педагогической работы в поле подросткового одиночества.....	13
<i>Антонова А.В.</i> Коммуникативные практики современного телевидения.....	17
<i>Ахметова А.С.</i> Вестернизация молодежного телевидения.....	20
<i>Бегинина А.А.</i> Уровень финансовой грамотности студентов российских вузов.....	22
<i>Безверхова Н.И.</i> Роль личных факторов в управлении персоналом.....	24
<i>Бирючева В.Г.</i> Факторы реализации творческого потенциала молодой личности.....	27
<i>Бисамбиева А.Н.</i> Факторы, влияющие на степень удовлетворенности студентов социологического факультета, своим образованием.....	28
<i>Близникова Е.А.</i> Роль сети интернет в повседневной жизни поколений.....	30
<i>Богославская М.В., Журбина Ю.М.</i> Интернет-убийца.....	32
<i>Богославская М.В., Хамова А.А.</i> Психологическое воздействие рекламы на потребителя.....	34
<i>Болотов Г.И.</i> Социальный характер функций художественной самодеятельности в вузе.....	36
<i>Бондаренко М.Н.</i> Влияние телевидения на молодежную аудиторию.....	38
<i>Бондарь В.В.</i> Мотивация к чтению саратовской молодежи.....	40

<i>Полякова С.А., Воеводина Л.А.</i> Смертная казнь в России: история и современность.....	43
<i>Гангало Е.С.</i> Любовь как нравственный регулятор.....	45
<i>Герасимова М.А.</i> Явление фланерства в контексте теории структуризации.....	47
<i>Головина Е.С.</i> Жизненные стратегии поколений.....	50
<i>Доронкина С.Д., Куряева М.С</i> HR-брендинг	52
<i>Забродина Е.О.</i> Актуальность экономического районирования на современном этапе.....	53
<i>Ерохина М.С.</i> Детский оздоровительный лагерь в формировании ценностных ориентаций у подростков.....	55
<i>Захарова Д.И.</i> Влияние эталонов красоты на конструирование тела на примере жителей г. Саратова.....	58
<i>Зырянова К.Р.</i> Неблагополучие в «благополучной» семье.....	60
<i>Иванова О.П.</i> Особенности структуры ценностных ориентаций осужденных к лишению свободы.....	62
<i>Игонина Е.В.</i> Ценностные приоритеты молодежи Саратова.....	65
<i>Ильин В.С.</i> Офицер сквозь призму материального благосостояния.....	66
<i>А.П. Исаева</i> Деньги как подарок в современном обществе.....	69
<i>Кабанова Ю.Р.</i> Этнорелигиозные традиции как фактор социальной конфликтности в мусульманской городской среде.....	71
<i>Капитонова К.Э. П.А.</i> Столыпин – великий реформатор.....	73
<i>Карасева А.Н.</i> Шопинг – Барьер против стресса.....	75
<i>Карелин М.А.</i> Рок-движение: от протестной культуры к популярной.....	78
<i>Коротин В.О.</i> Социальные сети как одна из форм этнической толерантности.....	81

<i>Косырева В.А.</i> Букмекерство в жизни молодёжи Саратова.....	83
<i>Кравченко О.В.</i> «Подвешенный» кофе как инновационная социальная практика горожан.....	86
<i>Кульман Р.Э.</i> Отношение саратовской молодёжи к гендерным стереотипам: социально-демографический ракурс.....	87
<i>Курканина М.А.</i> Основные индикаторы понятия «Мужество» школьников.....	89
<i>Кутиков В.</i> Формирование общественного сознания населения.....	92
<i>Леонова К.А.</i> Региональная политика социальной защиты.....	95
<i>Локтионова С.О.</i> Жизненные стратегии саратовской молодежи.....	98
<i>Ломоносова Д.А.</i> Мода как форма потребительского поведения.....	100
<i>Лопаткин И.В.</i> Особенности изучения рынка труда в современной России.....	103
<i>Мазаев Д.В.</i> О формах работы с детьми в молодежных общественных организациях (на примере г. Саратова).....	105
<i>Малаев А.А.</i> Брендинг городов.....	108
<i>Милантьева О.А.</i> Феномен работающего студента в современной России.....	112
<i>Насибова Ф.С.</i> Общение как форма коммуникации молодежи.....	114
<i>Николаева П.</i> Роль театра и кино в социализации современных школьников.....	116
<i>Овчинникова В.А.</i> Основные факторы, влияющие на оценку качества высшего образования студентами СГУ.....	117
<i>Огурцова Н.Н.</i> Добровольческая активность как фактор формирования гражданского общества в регионе.....	120
<i>Пилипенко Н.И.</i> Развитие местного самоуправления в Саратове в конце XIX - начале XX веков.....	122

<i>Поликарпов П.Б.</i> Социальная эффективность дистанционного обслуживания в современном банке.....	124
<i>Политова Н.А.</i> Счастье жителей г. Энгельса через призму материального достатка.....	128
<i>Прочаковский В.Б.</i> Структура экономической безопасности региона.....	130
<i>Сазонова Е.</i> Особенности использования сети интернет на примере студентов СГУ и СГСЭУ.....	136
<i>Саймакова А.В.</i> Социально-демографические проблемы в регионе: тенденции и перспективы.....	137
<i>Самохвалова А.А., Ушакова С.А.</i> Использование SPSS в маркетинговых исследованиях.....	139
<i>Сараева О.В.</i> Роль мобильных телефонов в жизни молодежи.....	141
<i>Свинцов Д.В.</i> Концепция разделения властей, как необходимое условие стабильного развития страны.....	143
<i>Серова А.И.</i> Модели отношения молодежи к городу Саратову и их основные характеристики.....	146
<i>Столяров А.</i> Проблема отношения водителей к культуре пешеходов на дороге.....	149
<i>Сураева И.Ю.</i> Участие граждан в местном самоуправлении (на примере Саратовской области).....	151
<i>Тареева М.Б.</i> Особенности профессионального самоопределения школьников 9-11 классов восточно-европейского лица г. Саратова.....	153
<i>Тимофеев А.Г.</i> Повышение эффективности управления персоналом организации на примере Хоторнского эксперимента.....	155
<i>Тимофеева О.В.</i> Государственная социальная помощь в системе регионального социального обеспечения.....	158
<i>Трофименко О.А.</i> Счастье саратовцев: гендерный срез.....	160
<i>Ульянова Т.В.</i> Факторы потребления косметических средств современной саратовской молодёжью.....	162

<i>Фомин А.</i> Отношение жителей Кировского района города Саратова к состоянию дворов и детских площадок.....	164
<i>Храмова Ю.Н.</i> Особенности проведения досугового времени студентами.....	165
<i>Шевелева Т.М.</i> Информационно-коммуникативные технологии как фактор инновационного развития социальной работы в регионе.....	167
<i>Шедловская М.А.</i> Студенческая дружба: ценностно – гендерный срез.....	170
<i>Шешукова А.</i> Книга в жизни современного школьника.....	173
<i>Юсупова О.Р.</i> Влияние состояния здоровья саратовцев на удовлетворенность качеством медицинских услуг.....	175

Научное издание

РЕГИОН ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ

Сборник научных работ студентов

ВЫПУСК 12

Под редакцией профессора *Н.В. Шахматовой* и
профессора *И.А. Бегининой*

Редактор *Вардухин В.И.*
Корректор *Савкина Т.И.*
Оригинал – макет *Комиссаржевская В.О*

Пописано в печать 07.06.12. Формат 60x84 1\16
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Печать офсетная
Усл. печ. л. 11,5. Уч.-из. л. 9,0. Тираж 200. Заказ №

Издательство «Наука»
410031, г. Саратов, ул. Московская, 35.
Отпечатано в типографии «Новый ветер»,
410012, г. Саратов, ул. Б. Казачья, 113.