

Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского

# РЕГИОН ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ

Межвузовский сборник научных работ студентов

ВЫПУСК 11

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

Саратов  
Издательство Саратовского университета  
2011

УДК 316.334.52(470.44)  
ББК 60.59(235.54)243  
Р32

Редакционная коллегия:

*О. Г. Антонова* (отв. редактор), *С. Г. Ивченко*, *М. В. Калинин*,  
*Д. В. Покатов* (отв. секретарь)

**Регион глазами студентов** : межвуз. сб. науч. работ студентов /  
Р32 под ред. проф. Н. В. Шахматовой, проф. И. А. Бегониной. – Саратов :  
Изд-во Саратов. ун-та, 2011. – Вып. 11. – 208 с.

В сборнике представлены работы студентов социологического факультета Саратовского государственного университета, Тольяттинского 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.

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

УДК 316.334.52(470.44)  
ББК 60.59(235.54)243

## МОЛОДЕЖЬ И РЕЛИГИЯ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

**З. Азизова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

XXI век – переломный момент для многих элементов человеческой культуры. Не является исключением и религиозная жизнь общества в целом, а также религиозность молодежи.

Социология религии – это специальная социологическая дисциплина, формирующаяся на стыке религиоведения, 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], то вопросы религии и молодежи начали изучать сравнительно недавно [2]. Надо отметить, что такой проблеме, как религиозность молодежи, посвящено значительное число публикаций, а также исследования независимого центра «Социум» в Омске (2001), научного коллектива НГГУ (Исследовательский проект «молодежь и религия»). Проводятся ежегодные молодежные конференции «Прикоснись к небесам» (г. Санкт-Петербург, г. Саратов), Всероссийская конференция «Религия и молодежь» (г. Москва), организуются семинары, ведутся многолетние исследования (Российский независимый институт социальных и национальных проблем). В 2006 г. лабораторией проблем молодежи НИИ комплексных социальных исследований СПбГУ было проведено исследование религиозности молодежи, результаты которого представлены в работе Н. В. Клинецкой [3]. Центральным понятием социологии религии в молодежной среде выступает «религиозность молодежи», которое предполагает, прежде всего, выявление степени приобщения молодежи к религиозным ценностям и системам мирового пространства [4–7].

Из истории известно, что в моменты кризисного состояния общества растет влияние религии на общественную и личную жизнь людей расширяется спектр их религиозных и нерелигиозных верований, наблюдается

всплеск всякого рода суеверий, оккультизма, мистики [8–11]. Особенно велика была роль религии в переломные моменты российской истории в деле объединения социальных сил.

Сегодня проблема возрождения духовных ценностей и усвоения их подрастающим поколением обсуждается на государственном уровне средствами массовой информации и педагогической общественностью. Процесс формирования духовности молодежи неразрывно связан с религиозными ценностями.

Обсуждение данной проблемы на различных уровнях приобрело противоречивый, порой конфликтный характер, что находит свое отражение в неоднозначном влиянии религии на молодежь.

Положительная роль веры состоит в том, что она дает людям утешение, т. е. способствует преодолению отрицательных эмоций. Это своеобразная и крайне необходимая сегодня форма психотерапии.

К проявлениям отрицательной роли религии можно отнести пропаганду ложной картины мира (что сдерживает развитие некоторых направлений науки), пропаганду вредных норм морали, сдерживание социальной активности верующих, отчуждение верующих разных конфессий друг от друга и связанные с этим нелады в семьях, отчуждение верующих от светской культуры.

Вместе с тем остается мало исследованным целый ряд вопросов социологического анализа религиозности молодежи – не уделялось должного внимания изучению религиозности в контексте социального поведения молодежи, с позиций духовно-религиозного развития при варьировании систем ценностей в обществе.

Изучение религиозности молодежи необходимо в наши дни, ведь именно молодежь 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.

#### Список литературы

1. *Королев А. А.* Русская православная церковь и молодежь // Молодой человек в условиях кризиса : материалы междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. и сост. В. К. Криворученко. М.; СПб., 1994.
2. *Мчедлов М. П.* О религиозности российской молодежи // Социс. 1998. № 6.
3. *Клинецкая Н. В.* Религия и молодежь в регионах России. СПб., 2006.
4. *Платонов К. К.* Психология религии. М., 1967.
5. *Вебер М.* Социология религии (типы религиозных сообществ) // Работы М. Вебера по социологии и идеологии. М., 1985.
6. *Пирсонс Т.* Введение. Общий обзор // Американская социология. М., 1972.

7. Кулаков П. А. Учащаяся молодежь и религия // Социс. 2000. № 7.
8. Ильсов Ф. Н. Религиозное сознание и поведение // Социологические исследования. 1987. № 3.
9. Кублицкая Е. А. Традиционная и нетрадиционная религиозность: опыт социологического изучения // Социс. 1990. № 5.
10. Вызов Л., Филатов С. Религия и политика в общественном сознании советского народа // Религия и демократия / под общ. ред. С. Б. Филатова. М., 1993.
11. Филатов С., Воронцова Л. Как идет религиозное возрождение России? // Наука и религия. 1993. № 5, 6.

## УРОВЕНЬ РЕЛИГИОЗНОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ

А. С. Ананьева

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

После перестройки религиозные организации начинают играть существенную политическую и общественную роль, и численность различных религиозных объединений становится политически важным фактором. Религиозность отличает искренность и в то же время поверхностное проникновение в сущность веры, которая интуитивно воспринимается как истинная. Её основа – терпимость, милосердие, сострадание, прощение, то есть те социальные идеалы и нормы, которые обеспечивают выживание этноса и индивида. Но сейчас разрушается основа религиозности – целостность этнокультурного бытия, психологическое единство больших человеческих коллективов размываются, и появляется такое новое понятие, как «формальная религиозность» [1]. Формальная религиозность есть проявление глубокого равнодушия к вопросам религии при демонстративном соблюдении обрядовой стороны религиозного бытия. Это форма внешней религиозности, необлагороженной ни религиозным чувством, ни стремлением к реализации религиозных переживаний. В этом и заключается проблема: современная молодёжь верит в Бога, но по сути не имеет представления о том, что такое религиозность.

Проблема религиозности в целом достаточно хорошо освещена в отечественной и зарубежной социологии. Специальная проблема религиозности студенческой молодежи изучена гораздо меньше. Проблемой религиозности молодежи занимались такие социологи, как С. А. Григоренко [2], Н. В. Клинецкая [3] и другие.

Современная проблема религиозности кажется нам очень актуальной и интересной. В связи с этим в январе–марте 2011 г. нами было проведено социологическое исследование с целью выявления уровня религиозности студентов СГУ.

Результаты опроса показали, что чуть больше половины опрошенных

(51,2%) являются верующими, и большинство из них исповедуют православие (70% от числа верующих), так как православие в нашей стране выступает в качестве национальной традиции. Верующие студенты поровну разделились на тех, кто совершал обряды и кто не совершал (по 24,5% соответственно). Возможно, студентам нет необходимости совершать их. Наиболее популярным обрядом оказался обряд крещения, который совершали все студенты от числа тех, кто совершал обряды. Возможно, что студенты не испытывают потребности в посещении храмов, так как посещают их лишь 24,5% верующих студентов. Также было замечено, что показатель отмечания религиозных праздников (66,3%) превысил показатель верующих студентов (51,2%). Так как религиозные праздники выступают как укоренившиеся традиции в обществе, то и отмечают их как верующие, так и неверующие. Среди этих праздников по популярности на первом месте стоит Рождество, на втором – Пасха, третье место занимает Троица и на четвертом месте Крещение. Среди мусульман распространенным праздником является Курбан-Байран. Стоит заметить, что 8,8% социологов-студентов не достаточно хорошо информированы о том, какие праздники являются религиозными, так как отвечали, что празднуют Масленицу и Ивана-Купала, которые, в свою очередь, являются языческими праздниками.

Религиозную литературу приобретают всего лишь 3,5% студентов, 1,2% из которых её читают. Священное Писание читали 10,5% верующих, 14% читают молитвы, чаще всего с частотой от нескольких раз в год (37,5% от числа тех, кто читает молитвы) – из этих данных можно сделать вывод, что студенты не заинтересованы в чтении религиозной литературы, Священного Писания, молитв и не испытывают потребности в этом. Из предметов культа, которые студенты держат дома, наиболее популярными являются иконы (93,9% из числа тех, кто держит предметы культа дома, из них 63,3% верующих).

Студентам было дано несколько утверждений о религии, которые они должны были оценить по пятибалльной шкале (где 1 – абсолютно не согласен, 2 – скорее не согласен, чем согласен, 3 – в равной степени не согласен и согласен, 4 – скорее согласен, чем не согласен, 5 – абсолютно согласен) для выявления степени согласия с ними. Итак, абсолютно не согласились с утверждением о том, что религия просто необходима им как верующим – 67,4% респондентов (из них 24,5% верующие). Это говорит о том, что, вероятно, респонденты воспринимают веру как дань моде.

С утверждением о том, что религия заставляет задумываться о смысле жизни, о душе, о вечности, абсолютно не согласны 62,8% респондентов (из них 30% верующие). Вероятно, исходя из того что большинство респондентов воспринимают религию как дань моде, их знания о ней недостаточно глубоки. 52,3% респондентов (из которых 12,8% верующие) абсолютно не согласны с утверждением о том, что религия помогает быть терпимым к людям и их недостаткам. 60,5% респондентов (из которых

17,5% верующих) абсолютно не согласились с утверждением о том, что религия помогает заботиться о бедных и инвалидах. Скорее всего, это связано с тем, что респонденты считают, что собственных человеческих качеств им достаточно, чтобы быть терпимым к людям, к их недостаткам и заботиться о бедных и инвалидах. Возможно, большинство респондентов (94,2%, верующих из которых 45,4%) абсолютно не согласились с утверждением о том, что чтение религиозной литературы доставляет им радость и наслаждение, из-за того что религиозная литература написана устаревшим языком и что самому человеку трудно в ней разобраться и требуются какие-то разъяснения.

67,4% респондентов (из которых верующих 22,1%) абсолютно не согласились с утверждением о том, что соблюдение религиозных обрядов помогает избежать несчастий и способствует успеху в делах. Высокий процент несогласия с данным утверждением среди верующих (22,1%), вероятно, связан с тем, что респонденты не нашли связи между соблюдением религиозных обрядов и успехами в делах.

Также нам было интересно знать мнения студентов о том, что люди обретают в религии. Большинство респондентов (45,9%) считают, что забвение, утешение, облегчение душевных переживаний. В религии они находят ответы на многие вопросы, из-за которых испытывают душевную боль.

Одной из гипотез нашего исследования выступило предположение о том, что наличие верующих в семье влияет на религиозность респондентов. Наша гипотеза подтвердилась. Так, в большинстве верующих семей дети чаще верующие. Однако удивительно, что на вопрос о наличии в семье верующих 21% студентов затруднились ответить. Скорее всего, респонденты не интересовались религиозными взглядами своих близких. В ходе анализа мы проверили гипотезу о влиянии половой принадлежности на идентификацию себя как верующего. Среди девушек верующих (57,4%) больше, чем среди юношей (40,6%).

Таким образом, результаты нашего исследования позволяют утверждать, что формальный уровень религиозности среди студентов достаточно высок, несмотря на то что реальные ее проявления свидетельствуют об обратном.

#### Список литературы

1. *Матвиевская Я. А.* Проблема религиозности в информационном обществе – статья, 2006. URL: <http://science.ncstu.ru/conf/past/2006/10region/social/61.pdf/view> (дата обращения : 16.04.2011).
2. *Григоренко С. А.* Молодежные организации России и религии // Государство, религия, церковь в России и за рубежом : информ.-аналит. бюл. 1997. № 2(12).
3. *Клинецкая Н. В.* Религия и молодежь в регионах России. URL: [http://www.isras.ru/abstract\\_bank/1209378829.pdf](http://www.isras.ru/abstract_bank/1209378829.pdf) (дата обращения : 16.04.2011).

## СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ БОРЬБЫ И ПРОФИЛАКТИКИ ПОДРОСТКОВОГО ОДИНОЧЕСТВА

Т. С. Анисимова

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

«Одиночество отнюдь не редкость, не какой-то необычный случай, напротив, оно всегда было и остается главным и неизбежным испытанием в жизни человека» [1].

Проблема одиночества была актуальной на протяжении всей истории человечества. Подростковое одиночество является одной из серьёзнейших проблем современности, когда взаимоотношения не складываются, не порождая ни дружбы, ни любви, ни вражды, оставляя подростков равнодушными по отношению друг к другу. Эффективные методы борьбы с этим чувством, а также профилактика одиночества – это большой шаг для установления одинокими подростками нормальных межличностных отношений, помощь в социализации и подготовка подростка к благополучной взрослой жизни.

В 2010 г. было проведено авторское исследование с целью выявления особенности переживания одиночества подростками и его возможные последствия. В исследовании принимали участие подростки в возрасте от 12 до 17 лет общеобразовательной школы № 45 г. Саратова. В результате мы выявили, что 45,8% всех опрошенных подростков 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 ненужности, раздраженности и агрессии.

В борьбе и профилактике подросткового одиночества используют различные социально-педагогические технологии. Анализ литературы [2] 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 существует 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).

С целью определения практической значимости и эффективности применения социально-педагогических технологий мы провели два глубоких интервью с психологом и социальным педагогом общеобразовательной школы № 45 г. Саратова. Анализ полученных результатов 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, 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 (времени, оборудования, помещения, финансовых средств и т. д.). Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее распространенными социально-педагогическими технологиями в современной школе являются непосредственные и прямые непосредственные методики. На наш взгляд, этого не вполне достаточно, поскольку данные технологии решают уже существующие проблемы. Профилактике подросткового одиночества уделяется недостаточно внимания.

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, впоследствии 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 и заходило солнце. По рисунку психолог определил высокий уровень тревожности и депрессивный фон настроения подростка. Дальнейшая технология совместной доработки рисунка позволила педагогам 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 обу-

словлено серьезной диагностикой различных типов детей в коллективе, учитывая особенности 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, так как 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 технологий в большей степени положительные. Классные часы и групповые игры сплачивают школьный коллектив, способствуют 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 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.

Итак, несмотря на огромное количество существующих технологий в теоретической литературе, на практике используются далеко не все. Чаще всего применимы непосредственные и прямые непосредственные социально-педагогические технологии. 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 нуждается не только в решении, но и активной профилактике.

#### Список литературы

1. Тэйрон Вульф – английский психолог. URL: <http://cpsy.ru/cit1377.htm> (дата обращения : 23.03.2010).
2. *Шакурова М. В.* Методика и технология работы социального педагога : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений ; 4-е изд. М.: Академия, 2007.

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СИСТЕМЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ РЕГИОНА

**С. В. Анисьина**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Важнейшим элементом экономической структуры российского общества выступает предпринимательство, способствующее становлению и развитию рыночных отношений.

Согласно ст. 2 Гражданского кодекса РФ «предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [1].

Малый бизнес в социальном плане частично снимает проблему безработицы, повышает занятость трудоспособного населения, позволяет реализовывать способности и профессиональный потенциал, навыки предпринимательства и активного участия в экономической жизни. Следует принять во внимание и то, что малое предпринимательство в значительной мере держится преимущественно на лицах молодого и среднего возраста.

Говоря о региональной специфике предпринимательства, необходимо выделить основные проблемы. Исследования региональной структуры развития малого предпринимательства показывают ее существенную неравномерность. Более трети всех малых предприятий сосредоточено в Центральном федеральном округе, в Москве – 21%, а в Санкт-Петербурге 12% [2, 182].

Что касается Саратовской области, то в 2008 г., согласно статистическим данным, количество малых предприятий в области составило 24,3 тыс. (2000 г. – 10,8 тыс.).

Оценивая сложившуюся структуру малого предпринимательства по видам деятельности, необходимо обратить внимание на то, что по-прежнему наибольшее количество малых предприятий сосредоточено в следующих сферах:

- торговли и услуг 47,3%,
- производства 13,2%,
- строительства – 12,2%,
- транспорта и связи – 4,2%,

Несмотря на рост производства продукции, работ и услуг на малых предприятиях, их вклад в валовой региональный продукт Саратовской области явно не отражает их потенциала. По итогам 2008 г. удельный вес малого предпринимательства в объеме валового регионального продукта области составил 15% [3].

Развитие предпринимательства в Саратовской области сталкивается с многочисленными проблемами, которые являются в основном типичными и для других регионов России. Это, прежде всего:

- проблемы широкого «теневого» сектора предпринимательской деятельности;
- несовершенство, сложность и запутанность регионального законодательства;
- высокие административные барьеры, препятствующие возникновению новых фирм;
- проблемы лицензирования отдельных видов деятельности;
- недостаточность налоговых поступлений от малых предприятий в региональный и местный бюджеты.

Существенным препятствием в развитии предпринимательства является сформировавшаяся структура экономики Саратовской области, в которой преобладают предприятия оборонных и добывающих отраслей промышленности, а также низкий уровень платежеспособного спроса населения, невысокая инвестиционная активность физических и юридических лиц, отсталость промышленных технологий, изношенность производственного оборудования.

Для решения этих проблем необходимы следующие меры:

- укрепление стабильности экономического развития,
- совершенствование правовой и административной сфер,
- повышение правовой культуры населения,
- создание современного законодательства о предпринимательстве,
- исполнение законов и иных правовых актов,
- активизация деятельности предпринимателей.

Тем не менее, несмотря на все проблемы, необходимо сказать, что Саратовская область имеет достаточно высокий ресурсный потенциал, грамотное использование и поддержка которого могут привести к значительному росту предпринимательской активности [4, 255–256].

#### Список литературы

1. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Консультант плюс. URL: <http://www.consultant.ru/popular/gkrfl/> (дата обращения : 27.04.11).
2. Социология предпринимательства: западные традиции и российские инновации изучения региональных проблем / под ред. Г. В. Дьячкова. Саратов, 2008.
3. Областная целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Саратовской области на 2008–2011 годы». URL: <http://www.saratov.gov.ru/government/structure/mineconom/pred/index.php> (дата обращения : 27.04.11).
4. Аникин Л. С., Антонова О. Г., Шляхтин Г. В. Основы регионоведения. Саратов, 2003.

## ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПОКОЛЕНИЙ

Е. Н. Анталик

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Реальные взаимоотношения между поколениями в современном российском обществе отличаются неоднозначностью и противоречивостью. Проблема заключается в том, что произошел разрыв в преемственности поколений, который был вызван резким переходом из одного состояния (советского периода) в другое (постсоветское общество). В 1990-х гг. было зафиксировано явление, которое Э. Дюркгейм и Р. Мертон назвали аномией, когда старые ценности уже «не работали», а новые только формировались. Это порождало ценностные конфликты между поколениями. Однако сегодня термин «аномия» уже не может полностью объяснить существование поколенческих различий в ценностных ориентациях населения.

Исходя из этого в июле – августе 2009 г. методом анкетирования было проведено авторское исследование, посвященное выявлению различий ценностей и ценностных ориентаций, а также особенностей конфликтных ситуаций между поколениями жителей города Петровска. Выборочную совокупность составили 200 представителей трех поколений: младшее (14–30 лет), среднее (31–55 лет), старшее (56 и более лет).

Для начала поясним, что мы понимаем под словом «поколение». Итак, поколение – генерация в семье, т. е. дед, отец, сын рассматриваются как представители старшего, среднего и младшего поколений родственников по прямой нисходящей линии. Они живут в «разные исторические эпохи» и их ценности различаются между собой. В ходе исследования были выявлены возрастные особенности поколенческой идентификации. Большинство городских жителей относят себя к тому или иному поколению в соответствии со своим биологическим возрастом (81,73% опрошенных). Но молодёжь склонна к завышению своего возраста и соотносению себя со средним поколением. Старшие поколения, наоборот, стремятся занижить свой возраст, относя себя также к среднему поколению.

Исследование было нацелено на выявление и сравнение базовых (моральных и статусных) ценностей различных поколений. Под ценностями предполагается свойство общественного предмета удовлетворять определенным потребностям социального субъекта (человека, группы, общества). Моральные ценности – это понятие, с помощью которого характеризуются значения для общества и человека социально-исторических явлений, в моральных ценностях выражено деятельно-заинтересованное отношение человека к миру и самому себе. Под статусными ценностями понимаются ценности, которые позволяют человеку достичь определенного положения, статуса в жизни.

В результате исследования выяснилось, что для представителей младшего поколения базовыми являются такие моральные ценности, как жизнь (53,3% респондентов); взаимопомощь (46,7%). Честность, порядочность (33,3%), взаимопонимание (26,7%) и любовь (26,3%). Для представителей среднего поколения главными моральными ценностями являются следующие: жизнь (63,8%); любовь (56,5%), доброта (24,6%) и ответственность (23,2%). Для представителей старшего поколения базовыми ценностями морали оказались: жизнь и доброта (по 47,8% респондентов), трудолюбие (29,9%), любовь (28,4%). Таким образом, для всех опрошенных независимо от принадлежности к тому или иному поколению, главной моральной ценностью является жизнь, причем особенно высоко ценят жизнь представители среднего поколения, в отличие от старшего. Также все поколения ориентированы на любовь. Но в отличие от среднего поколения, молодежь ценит ее ниже. Для младшего поколения самую большую ценность представляет взаимопомощь. Возможно, это связано с ограниченными стартовыми возможностями молодежи и необходимостью решения многих проблем, которые сами молодые люди в одиночку преодолеть не в состоянии. Молодёжь как социальная когорта склонна, с одной стороны, к достижению прибыли и успеха любым путём, а с другой – считает, что лучше не достигнуть положения в обществе, но не перешагнуть через моральные нормы и свою совесть. Они надеются на собственные силы, но в то же время очень важной для них является взаимопомощь, взаимопонимание, предприимчивость, что склоняет их в определенной степени к риску.

Что же касается статусных ценностей, полученные данные указывают на то, что для представителей молодого поколения особенно важны: семья (60%); предприимчивость, умение заработать (53,3%); материальное благополучие (46,7%) и целеустремленность (46,7%), независимость (33,3%). Для представителей среднего поколения основными статусными ценностями являются: семья (59,4%); материальное благополучие (46,7); уверенность в себе (37,7), независимость (26,6%). «Наши родители» более склонны к получению прибыли честным путём, работают они в первую очередь для получения материальной прибыли, а не с целью самореализации и интереса. Это говорит о том, что среднее поколение привыкло добиваться всего своим трудом, а не перекладывать ответственность на кого-то другого. Ведь именно оно переносит основные жизненные тяготы нашего времени, заботясь о стариках и поддерживая молодежь. Для старшего поколения горожан основными статусными ценностями выступают: семья (58,2%), самостоятельность (32,8%), целеустремленность (28,4%), независимость (26,6%), материальное благополучие (25,4%).

Таким образом, семья выше всего ценится практически всеми поколениями. Материальное благополучие примерно одинаково ценится молодежью и средним поколением, однако для пожилых людей его цен-

ность почти в 2 раза ниже. Независимость и целеустремленность больше других ценит молодежь, а старшее и среднее поколения – меньше. В отличие от других поколений, молодежь ценит предприимчивость, умение зарабатывать, среднее поколение – уверенность в себе, а старшее поколение – самостоятельность.

Эти различия не могут не проявляться во взаимоотношениях поколений друг к другу. Молодому поколению свойственно стремление помочь (19,5% опрошенной молодежи), критика за недостатки (17%), уважение (11%). По отношению к молодым чаще других проявляется жалость (10,5%), непонимание (10%), благодарность (9,5%), восхищение (9%), раздражение (7,5%), презрение (6%). По отношению к среднему поколению на первом месте – уважение (27,5% респондентов) на втором месте – благодарность (24,5%), на третьем месте – стремление помочь (14,5%). Городские жители выразили такие чувства по отношению к среднему поколению, как непонимание (8% респондентов), жалость (7%), презрение (6%), восхищение и критика за недостатки (по 5%). По отношению к старшему поколению доминируют: уважение (26,5% респондентов), благодарность (26%), стремление помочь (11%), восхищение (8,5%), раздражение (7,5%), жалость (7%), критика за недостатки (6,5%) и непонимание (2,5%). Таким образом, чем моложе поколение, тем больше проявляется негативное отношение к нему в различных формах (раздражение, непонимание, критика недостатков, презрение). И наоборот, чем старше поколение – тем выше уровень позитивности в отношении к нему (благодарность, уважение, восхищение, стремление помочь и пр.).

Выбор молодым поколением ценностных ориентаций как основных обусловлен многими факторами. Во-первых, сегодняшняя ситуация ставит молодёжь в такие условия, что им иногда приходится прибегать к криминальным способам получения прибыли и достижения успеха, что говорит о моральной деградации молодёжи в городе. Во-вторых, у молодого поколения ограничены возможности для продолжения обучения. Хотя некоторые молодые люди и получают профессиональное образование, но трудоустроиться по специальности им удается редко и перспективы карьерного роста в провинциальном городке почти нет. Кроме того, в ориентациях молодого поколения особенно сильно сказывается влияние западной культуры.

Представителям старшего поколения свойственны такие ценности, как честность, порядочность, доброта, трудолюбие, профессионализм, образованность. Кроме того, представителям данного поколения присущи черты коллективизма. Они ориентируются в большей степени на достижение успеха и статуса в обществе честным путём. Не следует забывать о том, что старшее поколение воспитывалось и жило в советский период, и нормы «социалистической морали» наложили на них свой отпечаток. Вместе с тем люди старшего возраста считают, что в данный момент от них ничего не зависит, все определяет общая экономическая

ситуация. Это можно объяснить прежде всего тем, что большинство представителей старшего поколения – пенсионеры и их положение зависит от государства.

Таким образом, ценности как моральные, так и статусные, являются достаточно устойчивыми категориями. Честность, порядочность, жизнь, семья, материальное благополучие являются, вечными ценностями, они являются базовыми для всех поколений городских жителей. Но их иерархия значимости претерпевает изменения. Свобода, целеустремлённость, предприимчивость обрели значимость лишь в настоящее время и присущи, как правило, только представителям молодого поколения. Ценности коллективизма, самопожертвования свойственны в основном людям пожилого возраста и в данный момент теряют свою актуальность. Среднее поколение горожан занимает промежуточную позицию. Такие ценности, как уверенность в себе, жизнь как ценность представители среднего поколения разделяют с молодым, ценность же профессионализма и самопожертвования представители среднего поколения переняли у старшего.

## **ВНУТРИ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ**

**А. Ф. Арнакова**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

Прежде чем перейти к изучению феномена социальных сетей и роли их в становлении личности каждого из нас на пару мгновений остановимся на немного скучной, но необходимой для размеренного хода повествования теории. Итак, самому термину «социальная сеть» уже более полувека. В далеком 1954 г. он был впервые применен небезызвестным социологом Джеймсом Барнсом в научном труде «Классы и собрания в норвежском островном приходе». Однако основы теории социальных сетей были положены тремя годами раньше учеными Рэйем Соломоноффым (Ray Solomonoff) и Анатолием Рапопортом (Anatol Rapoport). Классическое определение социальной сети звучит так: социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты, и связи между ними.

Социальная сеть (Интернет) – интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом. К ним относятся и тематические форумы, особенно отраслевые, которые активно развиваются в последнее время.

Всего шесть рукопожатий отделяет меня и Вас от аборигена в Австралии, от знакомства с английской королевой, Биллом Гейтсом или Мадонной. Это так называемый эффект малого мира, или теория шести рукопожатий. Ее автор, Стэнли Милгрэм, доказал, что любые два человека на Земле знакомы друг с другом, образно говоря, через шесть рукопожатий.

Наблюдать этот феномен на практике позволяют социальные сети. В доинтернетовские времена они представляли собой обычные сети человеческих отношений. Само понятие «социальная сеть» включает некий круг знакомых человека, где есть сам человек – центр сети, его знакомые – ответвления сети и отношения между этими людьми – связи.

Один из факторов популярности сетей во всем мире – это анонимность или частичная анонимность участников социальных сетей. Участник сообщает о себе только ту часть сведений, которую он считает нужным или возможным сообщить, и это дает возможность изменить представление о себе в глазах других пользователей.

Вкратце остановимся на истории возникновения (внутри социальной сети) ВСС и ее культурно-нравственных началах. Социальные сети – явление новое, но им предшествовал ряд философских концепций во многих культурах. Например, китайская концепция *guanxi*, подразумевающая использование личного влияния. Это сложное понятие, обозначающее связь между двумя людьми, в которой один может что-то сделать для другого. Например, о ком-то можно сказать, что у него «хорошее *guanxi*», если их сеть общения может оказаться полезной в решении обсуждаемого вопроса. Эту концепцию связывают с понятиями «общества», *Gemeinschaft*, Тенниса, – в котором индивиды более ориентированы на соблюдение интересов общества, чем собственных. Есть также распространенное на Среднем Востоке понятие *Wasta*, означающее по-арабски «те, кого вы знаете», ваши связи, которые вы можете использовать для того, чтобы достичь чего-либо.

Самой популярной на сегодня ВСС является Facebook, которая была основана Марком Цукербергом в феврале 2004 г. изначально в качестве эксклюзивной сети для студентов Гарварда. Ее ждал огромный успех: половина из школ в районе Бостона захотели включение их в сеть Facebook. Цукерберг немедленно привлек своих друзей для помощи в построении Facebook, и в течение четырех месяцев Facebook добавил еще 30 университетских сетей.

С начала 2008 г. Facebook был переведен с английского на 20 других языков. 20 июня 2008 г. заработала русская версия сайта. Facebook является крупнейшей социальной сетью в мире. Его «население» – больше чем население США: сейчас в нем свыше 600 млн пользователей, а через год их число достигнет миллиарда. Россиян среди них сейчас 3 млн 200 тыс., причем темпы прироста аккуантов здесь выше, чем у любой другой социальной сети в России.

Социальная сеть В Контакте. ru создана по образцу зарубежной сети Facebook и входит наряду с сетью Одноклассники. ru в число крупнейших

подобных ресурсов в России. Изначально сайт позиционировал себя как социальная сеть для студентов и выпускников российских высших учебных заведений. В настоящее время аудитория сайта представлена всеми слоями пользователей Интернета. Сегодня **Аудитория сайта (по информации vkontakre.ru)** насчитывает 4 000 000 человек и более. 18% – посетители младше 19 лет, 28% – от 19 до 25 лет, 11% – от 25 до 35 лет.

Что же заставляет людей разных возрастов, социальных статусов и интересов приобщаться к миру виртуального общения? Ответ на этот вопрос можно проиллюстрировать высказываниями пользователей в различных форумах внутри сети. Например, как пишет одна из моих подруг:

*«Каждый день я начинаю с того, что открываю Контакт» – читаю новости, комментирую фотографии друзей и приглашаю их на интересные встречи. Я чувствую себя в центре событий и реально участвую в жизни людей, с которыми иначе бы не встретила!»*

*«В фейсбуке мне доступны новости от самых разных компаний, СМИ, университетов, и это очень помогает мне в работе, – говорит 23-летний Игорь, начинающий менеджер по рекламе, – а еще друзья寄дают мне ссылки на страницы с самыми обсуждаемыми публикациями. Кстати, этот источник информации стал для меня важнее и актуальнее газет и телевидения»*

Культурный феномен социальных сетей сегодня стал возможен благодаря тому, что этот каркас, на который мы «натягиваем» нашу жизнь, оказался почти идеальным. Социальные сети сегодня делают прозрачные барьеры между нами. За группой наших друзей скрывается бесчисленное множество «друзей друзей» – чаще всего нам незнакомых. Мы получаем чужие лайки и комменты, обращаемся за помощью к тем, с кем ни разу не встречались в «реале». Оказывается, эти необязательные знакомства и слабые связи необыкновенно важны для нас, они придают нам чувство уверенности и нужности другим людям.

Социальные сети сегодня стали неотъемлемой частью жизни современного общества. Такие онлайн-сервисы дают пользователям возможность создавать личные профили, акцентируя свои собственные интересы, предпочтения, вкусы и жизненную позицию; находить старых знакомых, чьи контакты были утеряны, а также знакомиться с новыми интересными людьми, невзирая на расстояния, разделяющие пользователей; расширять свой собственный кругозор, объединяться с другими участниками сообщества в группы по интересам, налаживать новые деловые связи и даже флиртовать. Потенциальные возможности общения участников социальных сетей практически безграничны.

Однако односторонне утверждать пользу и значимость ВСС не совсем корректно. И здесь есть одно хорошее высказывание: «Современные глобальные социальные сети напоминают египетские пирамиды. Такие же масштабные, привлекающие толпы посетителей... и такие же бесполезные, как эти гробницы». Идея, лежавшая в их основе (я, конеч-

но, не о пирамидах), – связать нас с нашими старыми знакомыми, одноклассниками и т. д. – с самого начала имела сомнительные перспективы. С одной стороны, эти социальные связи обеспечивали вал новых пользователей эпидемических масштабов. С другой – оказавшись внутри сети, пользователь быстро начинал скучать. Ведь с теми, с кем было о чем поговорить, люди неплохо общались и без социалок; для всех остальных хватало встречи выпускников раз в году.

Итогом стала любопытнейшая ситуация – число пользователей крупнейших соцсетей продолжало расти ударными темпами, но пользователи со стажем в определенный момент стали появляться на их сайтах всё реже и реже, неуклонно теряя интерес.

И все же, судя по данным аналитических исследований, сегодня дети и подростки проводят перед экраном компьютера более половины всего своего свободного времени.

Оказывается, большинство детей в возрасте от 11 до 15 лет просиживают за ПК по 53 часа в неделю! Исследование, проведенное Broadcaster Audience Research Board, установило, что современный подросток проводит семь с половиной часов в день перед монитором.

### **Почему?**

**Во-первых**, каждый может позволить себе анонимность (не представляться или стать вымышленным персонажем, создать иллюзию).

**Во-вторых**, каждый в электронной сети имеет возможность компенсировать дефицит общения, социальной отстраненности (в силу, например, каких-либо личностных психологических и социальных комплексов).

**В-третьих**, можно завести новые знакомства (часто теплится надежда, что отношения в сети перерастут в реальное общение – т. н. «виртуальный флирт»). Социологи утверждают, что большое количество американских пользователей дни напролет просиживают в социальных сетях, лишь для того чтобы расширить свои деловые связи, познакомиться с влиятельными людьми и потом этими связями пользоваться для извлечения выгоды (например, расширение клиентской базы для реализации какой-либо продукции).

**В-четвертых**, можно найти своих старых знакомых и друзей, контакты с которыми давно потеряны, но люди навсегда остались в памяти. Ностальгические воспоминания и «возвращение» себя в детство – одна из наиболее ярких и востребованных функций социальных сетей.

**В-пятых**, как уже упоминалось, это возможность получения оперативной информации о персонально значимых событиях, происходящих в мире.

**В-шестых**, это процесс самообразования и окультуривания личности. К примеру, путешественники, студенты-филологи, полиглоты предпочитают изучать иностранные языки именно посредством небольших социальных сетей, которые объединяют желающих учиться со всего

мира. Сюда же можно отнести культурный обмен в виде рекомендаций друг другу музыкальных, литературных, театральных новинок.

Таким образом, **основными функциями** социальных сетей выступают:

- преодоление территориальных и временных барьеров между контрагентами коммуникативного обмена – участниками общения;
- налаживание и возобновление социальных связей;
- информационная функция, позволяющая расширять свое мировоззрение;
- подавление чувства социальной отчужденности – возможность быть социально активным участником общества.

Резюмируя, можно отметить, что феномен виртуальных социальных сетей довольно противоречив по своей социальной нагрузке. С одной стороны, это явление положительное. Оно способствует расширению границ коммуникативного обмена, чувству сопричастности и полезности обществу и т. д.

С другой стороны, на волне популярности ВСС возрастающее число психологов и неврологов считают, что сети приносят больше вреда, чем пользы. Они полагают, что технологии социальных сетей трансформируют мозг пользователя на стадию маленьких детей, которых привлекают шум и яркие огни, которые не могут долгое время концентрироваться на одном и том же и живут настоящим мгновением. **Социальные сети могут превратить нас в поколение с рассеянным вниманием.**

Нельзя не упомянуть об интернет-зависимости в целом, когда человек просто не может существовать без виртуального пространства, когда реальность ему уже не интересна. Человек все больше погружается в мир фантазий, вымысла и виртуального общения, с помощью которого он получает необходимую ему социальную поддержку, т. е. включается в некую социальную группу (сообщество), где имеет возможность компенсировать свои потребности в общении и чувстве защищенности.

ВСС могут выступать серьезной угрозой семейно-брачным отношениям. Так, специалисты из Санкт-Петербургского психоаналитического центра опубликовали результаты своего исследования, которое было посвящено изучению социальных сетей на предмет их влияния на количество разводов. Согласно выводам ученых, 15% браков распалось именно по вине этих самых сетей.

В конце концов, на наш взгляд, общение в социальной сети приводит к неминуемой деградации живого общения. За компьютерными «смайликами» теряется яркость чувств и эмоциональность вербального общения. Таким образом мы стараемся убежать от проблем, окружающих нас в реальном мире, сделать жизнь ярче и легче. Мы прячем наше внутреннее «Я» за статусами и цитатами, делаем себя такими, какими нас хотят видеть окружающие, в итоге мы практически полностью отрешаемся от активной и разнообразной жизни в реальности.

Жизнь коротка, и общение в реальном мире намного интереснее и выигрышнее, чем общение внутри социальной сети.

## **ТИПОЛОГИЯ ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ В ПОДРОСТКОВОЙ СРЕДЕ ГОРОДА САРАТОВА**

**А. С. Ахметова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Информация является одним из основных богатств человечества. Общество постоянно сталкивается в повседневной жизни со средствами массовой информации, являющимися неотъемлемой частью жизни граждан. Одним из самых перспективных направлений является телевидение.

Наиболее популярными общедоступными молодежными телеканалами являются ТНТ (77,9%), СТС (71,8%), Муз Тв (38,3%) и MTV (59,1%).

В качестве основных причин просмотра молодежных телеканалов большинство старшеклассников отмечают их уникальность, т. е. наличие телепрограмм и сериалов, отсутствующих на других телеканалах (55%), а также их рекреационную функцию (52%).

По результатам опроса, проведенного в Саратове, среди школьников 9–11 классов были выявлены следующие типы телезрителей: «телегурманы», «любители» и «непостоянные телезрители».

Большинство телезрителей среди старшеклассников относятся к категории «телегурманов» (56%). «Телегурманы» – телезрители, выбирающие для просмотра телепродукцию с помощью программы телепередач. Они являются постоянными телезрителями, т. е. смотрят телевизор ежедневно, в полдень и с шести часов вечера до одиннадцати ночи, так как в это время транслируются наиболее популярные среди школьников телепрограммы и сериалы. Самым популярным телеканалом среди «телегурманов» является ТНТ (76,2%), ориентированный на реалити-шоу и развлекательные телепрограммы. В качестве любимых телесериалов на ТНТ выступают «Универ» (61,9%) и «Интерны» (53,4%). Вторым по популярности является телеканал СТС и телесериалы «Папины дочки» (43%) и «Воронины» (25%).

Что касается самых популярных телепередач на ТНТ и СТС, то наибольшая доля телезрителей предпочитают просматривать такие юмористические телепередачи, как «Comedy Club» (24%) и «Наша Russia» (24%) на ТНТ. На СТС это познавательная телепрограмма «Галилео» (44%) и скетч-шоу «6 кадров» (21,5%). Музыкальные телеканалы Муз Тв и MTV менее популярны среди «телегурманов». Тем не менее, наиболее просматриваемыми сериалами на данных телеканалах являются «Сплит. Тайна крови» (9,5%) – Муз Тв и «Клиника» (22%) – MTV. Предпочита-

емые телепрограммы: «Мафия» и музыкальные телепередачи (24%) на Муз ТВ и «Короли танцпола» (31%) на MTV.

При этом наибольший уровень доверия среди телезрителей данной категории имеют телеканалы ТНТ и СТС.

Следующий тип телезрителей – «любители» (35,3%). Это телезрители, не ориентирующиеся на программу телепередач. «Любители» просматривают все, что в данный момент транслируется в эфире. Телезрители данного типа, так же как и «телегурманы», смотрят телевизор ежедневно, в основном с шести до восьми часов вечера (51%), по при этом они проводят перед экраном весь день, с шести часов утра до полуночи. Самым популярным телеканалом среди «любителей» также является телеканал ТНТ (81,1%) и молодежные телесериалы «Универ» (75,5%), «Интерны» (62,3%). СТС является вторым по популярности телеканалом (70%). В качестве любимых сериалов выступают «Папины дочки» (30%) и «Маргоша» (26%).

Среди телепередач, наиболее популярными так же как и у «телегурманов», являются «Comedy Club» (51%) и «Наша Russia» (40%) на ТНТ. «Галилео» (50%) и «б кадров» (34%) на СТС. Большинство «любителей» полностью доверяют телеканалам ТНТ и СТС (около 60%).

Муз ТВ и MTV менее популярны среди «любителей». Любимыми сериалами на этих телеканалах являются «Опасные игры» (13%) на Муз ТВ и «Клиника» (37%) на MTV. Телепрограммы: на Муз ТВ – «Мафия» (24%), на MTV – «Тачку на прокачку» (28%).

Наибольшая доля «непостоянных телезрителей» смотрят телевизор значительно реже, чем «телегурманы» и «любители», проводя перед экраном преимущественно только вечернее время (85%). Наряду с телеканалом ТНТ «непостоянные телезрители» выбирают для просмотра телеканал СТС, который по сравнению с другими молодежными телеканалами больше позиционирует себя семейным телеканалом. В качестве любимых телесериалов «непостоянные телезрители» выделяют «Универ» (77%) на ТНТ, «Папины дочки» (54%), «Воронины» (38%), «Маргоша» (23%) на СТС. Наиболее популярными телепередачами являются «Comedy Club» (31%) и «Битва экстрасенсов» (15,5%) – ТНТ и «Галилео» (65%), «Снимите это немедленно» (7,7%) – СТС.

К тому же телеканал СТС имеет наибольший уровень доверия среди телезрителей данной категории, в то время как музыкальным телеканалам Муз ТВ и MTV телезрители доверяют в меньшей степени. При этом наиболее популярными сериалами на музыкальных телеканалах становятся «Сплит. Тайна крови» (15,4) и «Клиника» (15,4). Среди телепередач первое место занимают «Мафия» (15,4) и «Подium» (39%).

Большинство телезрителей, относящихся к «телегурманам» и «любителям», отмечают в качестве основных недостатков молодежных телеканалов работу ведущих и подачу информации на телеканалах (использование ненормативной лексики, ошибки в речи). «Непостоянные

телезрители» указывают в качестве основного недостатка телесериалы. При этом наименее популярными являются сериалы на телеканалах Муз ТВ и MTV, так как большинство телезрителей всех трех типов типов отмечают, что не смотрят телесериалы на музыкальных телеканалах (60%).

По мнению респондентов, идеальный молодежный телеканал должен иметь развлекательное содержание, транслировать современную музыку, развлекательные телепрограммы, молодежные телесериалы и спортивные телепрограммы, отсутствующие на данный момент в сетке вещания телеканалов.

Этими рекомендациями руководители телеканалов могут воспользоваться для увеличения телеаудитории своих каналов.

## **ФАКТОРЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ НАЦИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ САРАТОВСКОЙ МОЛОДЕЖИ**

**З. Б. Багаудинова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Проблема формирования национальной идентичности и национального самоопределения стала наиболее острой в России в последние 15–20 лет. Это во многом связано с социальными факторами (распадом СССР, вынужденной миграцией, вооруженными конфликтами и др.). Актуальность проблемы исследования обусловлена также происходящими сейчас в России процессами объединения субъектов Федерации, которые показали, что деление Российской Федерации только по национально-территориальному принципу не всегда оправданно. Указанные факторы привели к расслоению национального самосознания («русские» и «россияне», «новые русские» и «старые русские») и фрагментации национальной идентичности на отдельные составляющие – этнические, расовые, религиозные, лингвистические, мифологические и другие субидентичности. Следствием этого стало проявление различных форм этнонационалистического сепаратизма, в первую очередь на Северном Кавказе (Чечня, Дагестан) и в связи с этим усложнение взаимоотношений между различными этническими группами. Наиболее актуальна проблема национального самосознания и межэтнических отношений для полиэтнических регионов России, к которым относится Саратовская область (город Саратов, в частности).

Исходя из этого, было проведено авторское исследование, посвященное изучению особенностей национальной идентичности и уровня толерантности молодежи города Саратова к инонационалам, в июле-августе 2010 г., методом анкетирования. Выборочную совокупность составили представители двух национальностей города Саратова – русские и татары

в возрасте от 14 до 30 лет. Было опрошено 200 респондентов, из которых 50% русские и 50% татары. Распределение по половому признаку (мужчины – 45,5%, а женщины – 54,5%) соответствует гендерным особенностям распределения по городу Саратову.

Для начала определим, что значит для респондентов принадлежность к своей национальной группе. Так, большинству русских (78,0%) принадлежность к своей национальной группе дает возможность сохранять, передавать детям родной язык, культуру. 7,0% русской молодежи гордятся своими предками, их славными поступками, каждый двадцать пятый русский (4,0%) уверен в помощи со стороны в трудную минуту.

Для татарской молодежи принадлежность к татарской национальной группе также позволяет в дальнейшем сохранять и передавать свои культурные ценности и традиции (76,0%). Уверенно при этом себя чувствуют и имеют поддержку в трудную минуту со стороны 9,0% татар, 6,0% татарской молодежи гордятся своими предками.

Таким образом, для обеих этнических групп принадлежность к своей национальности позволяет следовать своим культурным традициям, нормам и ценностям. Нужно отметить тот факт, что национальное самоопределение у респондентов обеих этнических групп ассоциируется с положительными моментами, а негативная сторона (например, проблемы при поступлении, непонимание внешнего мира) не проявляется так часто.

Далее необходимо выявить периоды первичной дифференциации респондентами окружающих по национальному признаку. Так, среди русских 34,0% опрошенных начали различать людей по национальности в младших классах школы, 19,0% русских вовсе не дифференцируют окружающих по национальному признаку. Дошкольный возраст оказал существенное влияние на 17,0% русской молодежи, послешкольный период – на 14,0% русских и период обучения в старших классах школы – на 13% молодежи.

Для каждого пятого татарина (22,0%) периодом первичной дифференциации явился младший и средний школьный возраст, а также дошкольный период (21,0%).

Таким образом, период первичной дифференциации по национальному признаку как для русских, так и для татар приходится на ранний период времени. Также выявлено, что дальнейшее становление национальной идентичности происходит на протяжении всей жизни.

Формирование идентичности целиком задается социализацией детей. Здесь сразу же выявляются два института влияния на самоопределение: семья и школа. Как известно, семья воспроизводит в детях идентичность по желанию, а школа же обеспечивает общественное воздействие.

Основными информаторами выступают родители (по 33%), родственники старшего поколения (27% татар, 22% русских), другие родственники (12% – для татар, 15% – для русских).

При этом для русских основные критерии дифференциации – это наличие многонационального окружения (16,5%) и особенности их внешнего вида – цвет кожи, цвет волос, разрез глаз, форма носа и т. д. (16,5%). Немаловажное значение также для них имеет процесс общения с представителями различных национальностей (14,4%) и разговоры с родителями, общение с друзьями, влияние средств массовой информации (14,4%). При дифференциации на собственные наблюдения за окружающими сослалось 11,3% опрошенной русской молодежи.

Что касается татарской национальности, то для каждого пятого татарина (21,1%) ключевым критерием дифференциации на национальные группы стало различие культур этнических групп. Посредством общения с инонационалами выявили различие между этническими группами 18,9% татарской молодежи. Для 15,8% татар информаторами стали родители, сверстники, а также различные средства массовой информации. Наличие многонационального окружения явилось критерием дифференциации для 10,5% татар, 7,4% опрошенных сослались на собственные наблюдения за окружающими их людьми.

Итак, основными критериями для русской национальности стало наличие многонационального окружения, а следовательно, и внешние особенности представителей этого окружения. Для татар же эти критерии отошли на задний план, для них значительную роль сыграло общение с представителями разных национальностей и в связи с этим различие культур этнических групп. При этом как для русских (14,4%), так и для татар (15,8%) немаловажное значение при первичной дифференциации имеет общение с друзьями, разговоры с родителями, а также влияние средств массовой информации.

Из всего вышеизложенного следует, что формирование национальной идентичности начинается в младшем и среднем школьном возрасте при участии института семьи (родителей, родственников старшего поколения). При этом для русских важными критериями в национальном самоопределении стали многонациональное окружение, различие внешних особенностей и средства массовой информации, в то время как для татар основными факторами выступили различие культур народов, общение с инонационалами, а также СМИ.

На формирование этнической идентичности, и в дальнейшем национального самоопределения, влияет многонациональное внешнее окружение, круг общения молодежи, который разнообразен. Они готовы общаться и поддерживать связь не только с представителями своей национальной группы, но и с другими. Именно семья заложила в них определенную линию общения, поведения с окружающими, на которые в дальнейшем и ориентируется саратовская молодежь.

## ВЛИЯНИЕ УРОВНЯ РЕЛИГИОЗНОСТИ МУСУЛЬМАН НА ИХ ЖИЗНЕННЫЕ ОРИЕНТАЦИИ

**А. Н. Бисамбиева**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В современном обществе одной из первооснов социального развития является семья, претерпевающая в настоящее время большие изменения. Идет процесс разрушения семейных ценностей, что в первую очередь связано с понижением социальной роли родителей, отсутствием уважения к старшим, утратой связи рода, фамилии.

Многие мусульманские семьи, так же как и западноевропейские, испытывают утрату данных ценностей, связано это с понижением уровня религиозности. Постепенно идет процесс разделения мусульманского общества на этнических (объединенных общими признаками: происхождение, язык, культура, территория проживания, самосознание и др.) и правоверных (мусульман, исповедующих и придерживающихся всех канонов ислама) мусульман.

По результатам авторского исследования, проведенного в г. Саратове в августе 2010 г., среди мусульман была выявлена классификация (типичные категории) мусульман по уровню их религиозности. Были выделены «истинно верующие мусульмане», соблюдающие все необходимые религиозные обряды (32,7% опрошенных), однако преобладают в исследовании «безобрядные мусульмане» (50% опрошенных), они характеризуются верой в Бога, но редким соблюдением религиозных обрядов. «Традиционно верующие мусульмане» – нерелигиозные, но предпочитающие соблюдать некоторые обряды. Данная категория насчитывает 15,3% всех опрошенных. «Неверующие мусульмане» – совершенно неверующие и не участвующие в религиозных обрядах. Такая группа респондентов представлена 2% из числа опрошенных мусульман.

Соблюдение традиционных религиозных праздников в семьях представителей ислама является одной из основных отличительных черт мусульман. Так, например, пост в месяц Рамадан (Ураза-Байрам) соблюдается 79,2% мусульман, праздник жертвоприношения (Курбан-Байрам) соблюдается в 73,2% случаев, скорее всего потому, что данные праздники являются основополагающими праздниками ислама и их в основном соблюдают такие категории мусульман, как «истинно верующие» (Ураза – 93,9%, Курбан – 75,5%), «безобрядные» (Ураза – 80%, Курбан – 81,3%), «традиционно верующие» (Ураза – 52,2%, Курбан – 47,8%).

33,6% мусульман предпочитают проводить ночь Предопределения в молитвах, хотя данный праздник тоже является одним из основных, но ему уделяется не такое большое внимание, как праздникам Ураза и Курбан-Байрам. В основном данный праздник отмечают «истинно верующие мусульмане» (55,1%).

В День рождения пророка Мухаммада (с.а.в.) приходят в мечеть и знакомятся с его жизнеописанием всего 2,7% респондентов, в основном это «истинно верующие мусульмане», их доля составляет 6,1% принявших участие в исследовании.

Наурыз отмечают 17,4% респондентов, хотя данный праздник не относится к религиозным и его соблюдение нежелательно для верующих мусульман, так как этот праздник языческий по своему происхождению, а одной из основных отличительных черт язычества является многобожие и идолопоклонение, что напрямую противоречит исламу. Тем не менее, данный праздник распространен среди «истинно верующих» (28,6%) и «традиционно верующих» (21,7%) мусульман.

В зависимости от уровня религиозности определенные типы мусульман по-разному относятся к религии.

Взаимосвязь признаков уровня религиозности и отношения к религии показала, что среди 100% истинно верующих мусульман распространена очень значимая степень отношения к религии. 35,1% «безобрядных мусульман» определили религию как скорее значимую, чем незначимую жизненную ценность. По мнению 56,5% «традиционно верующих мусульман», религия занимает скорее значимую, чем незначимую позицию в рейтинге жизненных ценностей. «Неверующие мусульмане» в 33,3% случаев определили религию как скорее незначимую, чем значимую жизненную ценность. 66,7% респондентов затруднились в определении места религии в их жизни.

Что касается частоты посещения мечетей, молельных домов среди различных категорий мусульман, было выявлено, что чаще всего (2–3 раза в неделю) посещают мечети «истинно верующие мусульмане» (42,9%). Тогда как «безобрядные мусульмане» (37,8%) бывают в мечети только по праздникам, а 39,1% «неверующих мусульман» вообще не посещают мечети.

Для «истинно верующих мусульман» семья как одна из важнейших жизненных ценностей очень значима в 98% случаев. Так же как и для первой группы респондентов, значимость семьи очень высока для 90,5% «безобрядных мусульман». Для «традиционно верующих предшественников ислама» семья очень значима в 95,7% случаев. Среди большинства «неверующих мусульман» (66,7%) семья скорее значима, чем незначима.

Таким образом, уровень религиозности мусульман является очень важным признаком влияния на их жизненные ориентации, такие как: соблюдение религиозных традиций, отношение к религии и семье, частота посещения мечетей.

Итак, архаичный ислам играет сдерживающую роль в сфере сохранения традиционных ценностей и мусульманский мир в меньшей степени сталкивается с проблемами понижения социальной роли родителей, отсутствием уважения к старшим, утратой связи рода, фамилии. При продолжении сохранения данной тенденции ислам может повлиять на

сложившуюся ситуацию в обществе по поводу современного состояния семьи как в России, так и в развитых странах Запада, которое многими специалистами расценивается как кризисное с точки зрения неэффективного выполнения своей репродуктивной функции [1, 50].

#### Список литературы

1. Кучмаева О. В., Марыганова Е. А., Петрякова О. Л., Синельников А. Б. О современной семье и ее воспитательном потенциале // Соисс. 2010. № 7.

## **ГОРОДСКОЙ ПАРК КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Г. И. Болотов**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Проблема здорового образа жизни, досуга и отдыха населения, в том числе и молодежи, выдвигается сейчас на одно из первых мест в программе модернизации современного российского общества. Одна из ее задач – сделать жизнь каждого россиянина богатой, разносторонней, достойной реалиям двадцать первого века. Средств, форм, путей решения этой многосторонней проблемы – множество, и важно использовать их комплексно, с учетом региональной специфики. В системе средств и форм можно указать и на такую форму, как городские парки культуры и отдыха населения. Они, как известно, функционируют во многих городах и населенных пунктах Российской Федерации.

Целью данного социологического исследования является как раз выявление специфики городского парка культуры и отдыха как формы досуга и анализ проблем их функционирования на примере ГПКиО города Саратова.

В связи с целью социологического исследования сформулированы следующие задачи:

- 1) выяснить, чем является городской парк для респондента, как часто он посещает городские места отдыха;
- 2) выявить осведомленность респондента о природоохранной деятельности парка;
- 3) изучить мнение респондента о том, кто должен осуществлять охрану парковой зоны от застройки, загрязнения и уничтожения;
- 4) выявить наиболее важные проблемы для парка.

Эмпирической базой социологического исследования являются результаты опроса, проведенного в январе 2011 г. среди случайных посетителей парка методом фокусированного интервьюирования.

Всего в ходе исследования было опрошено 35 посетителей городского парка разных возрастных групп.

По данным интервьюирования, все опрошенные – это местные жители в возрасте от 15 до 50 лет, материальное положение семьи которых таково, что денег в основном хватает, но для покупки дорогих товаров они пользуются кредитом.

Теперь несколько слов о городском парке культуры и отдыха города Саратова.

Городской парк культуры и отдыха расположен в Октябрьском районе города Саратова, территория ограничена улицей Чернышевского, Дегтярными проездами и улицей 2-я Садовая – в общем, со всех сторон парк окружен постройками и жилыми домами. Общая площадь составляет примерно 18,7 га и является особо охраняемой природной территорией регионального значения, памятником природы.

Городской парк – излюбленное место отдыха жителей города. Главная достопримечательность парка – естественная роща дуба черешчатого и каскад прудов. Роща существует на территории городского парка более 200 лет и является уникальной. Ее площадь составляет 5,4 га, расположено на ней около 515 двухвековых дубов, высота отдельных экземпляров достигает до 25 м, при толщине ствола до 1 м и более. Другой подобной дубравы нет не только в Саратовской области, но и на всем Юго-Востоке европейской части России.

Городской парк культуры и отдыха на протяжении уже многих десятилетий остается самым посещаемым и самым исторически значимым местом отдыха города Саратова. Парк объединяет на своей территории горожан любого возраста, социального статуса и материального положения. Проблема отдыха для Саратова является наиболее важной, так как качественных мест отдыха на территории города почти не осталось, что ухудшает культурную, эмоциональную, психологическую, а значит и социальную среду населения в целом.

Далее перейдем к анализу результатов интервьюирования посетителей городского парка культуры и отдыха.

Для большинства респондентов городской парк в основном является местом хорошего отдыха, городские места отдыха посещаются только по праздникам, но если стоит выбор за местом проведения отдыха, то чаще всего предпочитают городской парк.

В ходе исследования была также выявлена осведомленность респондента о природоохранной деятельности парка. Все посетители парка единогласно ответили, что не знают о наличии природоохранной деятельности парка, но предполагают, что такая деятельность последние три года ведется в парке, парк стал более ухоженным.

Большинство респондентов считает, что руководство по охране парковой зоны от застройки, загрязнения и уничтожения должны осуществлять все органы власти совместно с администрацией парка и населением.

На вопрос о наиболее важных проблемах городского парка большинство респондентов ответили, что главной проблемой является незаконная застройка территории парка жилыми домами и особняками, вследствие чего уничтожаются и незаконно вырубаются вековые дубы. Также не менее важной проблемой, по мнению посетителей парка, стало загрязнение прудов и озер.

В городе подобных территорий очень мало, а количество жителей продолжает расти, и если так будет продолжаться и дальше, парк не выдержит подобной нагрузки. Жители города Саратова не имеют права терять такой уникальный памятник природы. Его нужно оберегать, чтобы он сохранился для наших детей, а те сохранили его для следующего поколения. Ведь разрушить и сломать всегда легко, а восстановить уже в десятки раз сложнее.

Итак, сделаем общие выводы по исследованию.

Опрошенные нами жители города любят свой городской парк. Они также обратили внимание на позитивные изменения в парке за последние три года.

Жители видят основные проблемы парка, связанные с застройкой прилегающей территории, загрязнением прудов, вырубкой вековых деревьев. Опрошенные полагают, что для спасения парка и его дальнейшего развития необходимо объединение усилий органов городской власти, администрации парка и самого населения – посетителей парка.

## **ЧИТАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА САРАТОВА**

**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 свой характер: 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; при этом мировоззренческая функция чтения уходит на второй план, что проявляется в виде падения интереса к классической литературе [2].

Помимо того, на сегодняшний день книге трудно выдержать конкуренцию с видео, компьютерными играми, Интернетом. За последние годы произошло снижение численности читающих книги граждан с 80 до 65%; ежедневно книги читают лишь 22% россиян, от случая к случаю – 42% и очень редко или никогда – 35%. Но здесь же необходимо отметить, что 79% россиян читают газеты и 64% – журналы [3]. Таким образом, интерес к чтению в целом не приходит в упадок, его поддерживает ряд других источников: газет, журналов, комиксов и проч. Свой вклад вносят возникшие с развитием Интернета их электронные издания, а также новостные ленты, блоги и т. д. Но цели, с которыми данные ресурсы используются, а также приобретаются, различны. А цели, в свою очередь, определяют читательские предпочтения.

Налицо противоречие в структуре читательских предпочтений, что требует проведения социологического исследования данной проблемы. С одной стороны, современная динамичность жизни горожан и рост требований к уровню обучения и квалификации работников обуславливает использование литературы лишь с прагматической целью – для получения конкретного знания, что влечет за собой широкое использование профессиональной и учебной литературы. С другой стороны, существует тенденция преобладания развлекательной функции чтения над остальными, когда чтение становится лишь средством приятного времяпровождения. Это подтверждается массовым распространением «легкой» литературы – любовных романов, иронических детективов, сборников анекдотов, глянцевого журналов о моде. Во многом это объясняется опять же динамичностью современной жизни, провоцирующей физическое и интеллектуальное напряжение при очень ограниченном количестве свободного времени, использование которого соответственно преимущественно направлено на расслабление.

Отметим, что снижение интереса к книге не сильно отразилось на уровне приобретения литературы в целом. Во-первых, по-прежнему бытует выражение, что «книга – лучший подарок», где чтение книги не подразумевается, хотя процесс ее приобретения существует. Во-вторых, значительная доля населения страны приобретает газеты и журналы [3], и, вероятнее всего, подобная динамика сохраняется на уровне конкретного города. Газеты и журналы являются регулярным источником новостей регионального, федерального и международного уровня; здесь же следует отметить и роль глянцевого журналов, которые являются одними из главных источников информации о модных новинках. В-третьих, с развитием Интернета наращивает темпы приобретение электронной литературы и цифровых книг, использование которых имеет больше преимуществ по сравнению с их печатными аналогами – значительно сокращается время

поиска нужной литературы и создается возможность всегда иметь ее «под рукой».

Немаловажную роль в данной проблематике играют источники приобретения литературы, выбор которых определяется целями ее приобретения и предъявляемыми к литературе требованиями. На сегодняшний день доступность по-прежнему является одной из важных характеристик литературы в Саратове – даже при многообразии ассортимента, представленного в книжных магазинах города, зачастую сложно найти конкретное произведение.

Одна из причин использования печатной литературы – книгу, по мнению респондентов, «просто приятно держать в руках» [2]. Жители города при отсутствии произведения в книжных магазинах прибегают к услугам онлайн-магазинов, где можно найти практически все. Однако серьезным минусом онлайн-магазинов является низкая скорость доставки покупки. Также процесс поиска и приобретения литературы значительно упрощается с использованием международной сети Интернет, где произведение можно скачать, не тратя время на поиск работы и деньги на ее покупку. Дополнительной выгодой является то, что ее перемещение на значительные расстояния легко осуществляется либо с помощью специальных носителей (жесткие диски, флеш-карты и проч.), либо при использовании электронной почты. К тому же как носить с собой печатную литературу не всегда удобно.

Читательские предпочтения неразрывно связаны с отношением людей к литературе и чтению в целом. Вполне возможна ситуация, при которой чтение художественной литературы может восприниматься как напрасная трата времени, но в то же время основными источниками информации о событиях в стране и мире могут являться газеты, журналы и новостные ленты, а также может иметь место активный интерес к профессиональной литературе. Причем здесь ситуация тоже не всегда однозначна – формально индивид может интересоваться профессиональной литературой: иметь обширную домашнюю библиотеку, приобретать соответствующие книги, читать их – но все это определено работой, и с интересами или тем более ценностями никакой связи не имеет. При смене рода занятий интерес к подобной литературе будет потерян.

Следует сказать, что чтение играет значительную роль в жизни населения. Оно выполняет познавательную, воспитательную, мировоззренческую и рекреационную функции [4]. При изучении читательских предпочтений, их структура могут послужить своеобразным «зеркалом», отображающим происходящие в социальных группах культурные, социальные, политические и др. изменения, что на фоне событий последних двадцати лет приобретает особую актуальность.

## Список литературы

1. Россияне стали меньше читать книги, 35% опрошенных вообще их не читает / ИТАР-ТАСС. URL: <http://www.bigbook.ru/litnews/detail.php?ID=7192> (дата обращения : 17.06.2009).
2. *Кореикова Л. Д.* Читательские предпочтения молодежи Томской области. По результатам исследования ТОДЮБ. URL: [http://odub.tomsk.ru/image/pdf/read\\_yan.pdf.13.11.2008](http://odub.tomsk.ru/image/pdf/read_yan.pdf.13.11.2008) (дата обращения : 13.02.2010).
3. *Читающая Россия / ВЦИОМ.* URL: <http://gm-dar.livejournal.com/118435.html> (дата обращения : 03.02.2010).
4. *Самохина М. М.* Библиотечное обслуживание юношества в условиях изменения роли и функций чтения. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea98/doc2/doc145.html> (дата обращения : 10.10.2010).

## **ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА И ЯВЛЕНИЕ ФЛАНЁРСТВА В РОССИИ**

**М. А. Герасимова, Н. Ю. Кравченко**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

О необходимости развития в нашей стране гражданского общества говорится на самом высоком уровне, изучением его состояния занимается ряд исследователей [1–4]. Констатируется, что сложность формирования гражданского общества в России заключается в том, что его невозможно создать «сверху» или сконструировать. Это долгий процесс, основа гражданского общества – правовое государство и граждане, практикующие социальные взаимодействия особого качества, наличие у них гражданского образа действий и демократических убеждений [5]. Данная позиция должна стать неотъемлемой ценностью индивидов, проживающих на территории России, особенно молодежи. По мнению исследователей, напротив, в современной России «отмечается тенденция на сворачивание реального участия молодежи в политике, в управлении делами государства и общества» [6, 85].

Молодежь реально оценивает результаты активной деятельности, что увеличивает социальную базу андеркласса. По мнению британских исследователей, это «группа молодежи, которая самим обществом выбрасывается за его границы» [7, 74]. В результате молодежь принимает участие не в автономной активности, а в пассивной, мобилизационной, характеризующейся принудительным участием.

Подобное квазиучастие в значительной степени характерно для молодежи, которую причисляют к фланерам. Так как понятия «фланер» и «фланерство» достаточно новые, рассмотрим их подробнее. Слово

«flâneur» вошло в обиход в 30-х гг. XIX в., в то время, когда стали складываться современные формы городского досуга. Фланирование, или привычка к бесцельным прогулкам, являлось обязательным атрибутом жизни парижской творческой элиты. «Альфред де Мюссе, Теофиль Готье, Чарльз Бодлер и Эдуард Мане прославились не только как писатели, но и как завзятые денди, регулярно совершавшие моцион в самых изысканных туалетах, чтобы, как говорится, себя показать и других посмотреть» [8].

Считается, что слово «фланёр» закрепилось в европейской культуре благодаря французскому поэту Ч. Бодлеру. Он понимал под фланёром «человека, прогуливающегося по городу с целью его изучения» [9]. Ч. Бодлер говорил о возникновении нового типа столичного человека, которого можно встретить в городской толпе. По его мнению, фланёрство включает в себя не только прогулки по городу и исследование городского пространства, но также особый философский образ жизни и мышления [10, 658].

Упоминание о новом типе городского человека – фланёре, можно встретить в работе Г. Зиммеля [11], в которой он рассматривал влияние больших городов на развитие индивидов. Г. Зиммель показал, что сложное устройство современных городов порождает новые типы взаимоотношений индивидов и их обязанностей, происходят процессы трансформации людей. Современные города изменяют отношение индивидов ко времени и пространству, а также взгляды на их свободу и существование в целом [12].

О фланёре или человеке «гуляющем» говорит З. Бауман в работе «От паломника к туристу» [13, 133–154]. Он анализирует фигуры паломника, фланёра, бродяги, туриста, игрока в философско-исторической перспективе, отмечает, что они выполняют роль ярких парадигмальных образцов культурного пространства идентичности. З. Бауман отмечает, что фланёр занимал позицию между «видимостью» и реальностью; был мастером имитации своего времени; «гуляющий» вкушал все прелести современной жизни, но без сопутствующих мучений [13, 134]. З. Бауман точно подметил, что «фланировать – значит играть в игру под названием игра» (to play the game of playing) [13, 15]. Откуда и один из руководящих принципов фланёра: «смотри, но не прикасайся» [14, 16].

По Бауману, в эпоху модерна господствовали «паломники», они имели четкое представление о своем жизненном пути. Однажды осознав маршрут своего странствия, они не имели права изменить его, но могли лишь следовать ему. «Паломники» представляли свой путь на долгие годы вперед. Главной целью для поколения модернизма была идея прогресса, не важно, эволюционного или революционного, главное: «движение к всеобщему процветанию и благополучию» [15, 300]. Таким образом, у «паломника» всегда имеется четкий маршрут и/или цель, к которой он стремится.

Но все меняется в эпоху постмодерна. «На смену миру, сконструированному из долговременных объектов, приходят дешевые изделия, спланированные для краткосрочного использования» [13, 139]. На сцену выходят «потомки паломников», один из них – фланёр. Все сложнее становится планировать свою жизнь на долгое время вперед. «Правила жизненной игры постоянно меняются» [13, 140], вынуждая придерживаться стратегии ведения коротких партий и избегать какой-либо фиксации, чтобы в любой момент иметь возможность выбрать другой путь. Итак, фланёр XXI в. живет сегодняшним днем и берет от него все. Ведь кто знает, как ты изменишься завтра и кем ты станешь и получишь ли ты удовольствие от того, что ты хочешь сегодня.

Возможным жизненным пространством для фланёра эпохи постмодернизма становится не город в целом, а лишь его часть – гипермаркет. Идею торгового центра как модели жизни высказывали М. Уэльбек (французский писатель) и З. Бауман.

Как мы отмечали ранее, фланёр – человек толпы. Он находится в постоянном поиске толпы, потому что там его убежище. Фланёр наблюдает со стороны и протестует против предприимчивости [15, 303]. Он ведет жизнь «как если бы» и «как если бы» участвует в жизни других людей [13, 143]. Фланёр пытается достичь свободы от общества и в то же время сохранить различные связи с различными обществами.

Из всего вышесказанного можно вывести определение фланёра XXI в. – это человек, живущий сегодняшним днем; он не имеет возможности строить долгосрочные планы и цели; у него особые отношения со временем, в связи с чем окружающие зачастую воспринимают его как бездельника; он мастер имитации деятельности; его жизненная модель напоминает торговый центр; он находится в состоянии постоянного выбора; стремится находиться в «состоянии покоя» (данное состояние вызывает аналогию с законом физики, о стремлении системы к абсолютному покою).

В последнее время отмечается распространение фланёрства на различные сферы жизни [16–18], фланёр XXI в. не просто человек, прогуливающийся по городу, это особый вид мышления и жизни.

Как было сказано выше, понятие «фланёр» появилось в эпоху модерна. Можем ли мы использовать этот термин для анализа развития современной молодежи и характеристики социальных процессов? Здесь уместно вспомнить идею о цикличности истории: некоторые процессы и явления, имевшие место в прошлом, начинают повторяться, иногда в измененной форме. Проведем сравнительный анализ фланёра эпохи модерна и постмодерна.

В отличие от фланёра XIX в., который обладал субъективным правом на самоопределение, современный фланёр лишен такой возможности. В последнее время явление фланёрства приобретает массовый характер, следовательно, человек попадает в условия принудительного выбора.

Как отмечалось ранее, фланёрство в XIX в. – явление, распространенное среди представителей творческих профессий: художников, писателей, музыкантов. Целями фланёра эпохи модерна был эпатаж публики, а также имитация пассивного ничегонеделания, как правило, результатом неспешных прогулок фланеров XIX в. было создание нового шедевра (это был поиск образов и сюжетов для картин, пьес или литературных произведений). В настоящее время мы наблюдаем совершенно другую картину: современный фланёр пребывает в «состоянии покоя», не желает что-либо менять, он боится перемен; он создает симулякры различных сфер своей жизни (например, имитация учебы, работы, общения с друзьями) [19]. Его деятельность виртуальна и, как правило, не имеет реального, действительного, осязаемого результата.

Почему современное фланёрство, в отличие от фланёрства XIX в., вызывает такую тревогу?

Прежде всего потому, что молодежь по определению – самая активная часть населения, напротив, тяготеет к ничегонеделанию и пассивному времяпровождению, что может привести к возникновению различного рода социальных проблем. Модернизированное общество отличалось от традиционного достаточно высоким уровнем гражданской культуры широких масс, что создавало предпосылки для установления гражданского общества. В эпоху постмодерна структуры потеряли четкость, характерные для эпохи модерн, появилась неустойчивость социальных структур. Как сказал Вацлав Гавел, бывший Президент Чешской Республики: «Мы живем в постмодернистском мире, где все возможно и почти ни в чем нет определенности» [20].

Это порождает ряд причин, влияющих на состояние современного фланёрства:

- у молодежи возникает мнимая свобода выбора форм проведения досуга, что является следствием распространения массовой культуры;
- формирование рыночных отношений способствует превращению времени в товар, с которым можно совершать различные операции;
- изменения, происходящие в обществе, а также нарушение процесса социализации приводят к исчезновению критериев субъективности у индивида;
- большинство россиян находится в состоянии виртуального потребления. Доказательствами тому служит расширение и коммерциализация пространства досуга, усиление значения символической составляющей досуга, осуществление общения посредством потребления (общение так же как и время превращается в товар).

Заметим, что представленный здесь перечень факторов не является полным. Стоит также отметить, что степени влияния данных факторов не эквивалентны друг другу.

Таким образом, можно сделать вывод, что на формирование гражданского общества в России отрицательное воздействие оказывает рост

такого явления, как фланерство. Гражданское общество не может функционировать без граждан, некоторая часть может проявлять активную гражданскую позицию, часть следовать за ними.

В настоящее время мы наблюдаем рост бездействующих наблюдателей, то есть фланёров. Формально фланёры – такие же граждане, как и все остальные: у них есть паспорт граждан РФ. Они имеют права и обязанности в соответствии с действующей в стране Конституцией наряду с остальными гражданами. Более того, они могут имитировать активность различного рода: создавать симулякры работы, политической деятельности, активистской деятельности, быть включенными в партии и организации. Но при этом основной их деятельностью будет пассивное наблюдение. То есть это категория, которая формально в гражданском обществе, а реально за его пределами.

Гражданское общество и правовое общество не могут существовать одно без другого, первое – сфера частной жизни, второе – сфера публичной жизни. Фланёры практикуют наличие формальных связей и в той и в другой сфере, и там, и там маргинальное существование. По факту они только наблюдают за публичной и частной жизнью.

Таким образом, фланёры разрывают связь между государством и гражданским обществом. Состояние гражданского общества ухудшается от фланёрства и, как следствие, приводит к повышенной неопределенности и рискам.

#### Список литературы

1. *Баренбойм П. Д.* Правовое государство как партнер гражданского общества: К 150-летию опубликования концепции «Государство как произведение искусства» // Законодательство и экономика. 2010. № 9.
2. *Патрушев С. В.* Гражданская активность: институциональный подход. Перспективы исследования // Политические исследования. 2009. № 6.
3. Доверие, гражданское действие, политика : опыт «старых» и «новых» демократий // Россия реформирующаяся : ежегодник / отв. ред. М. К. Горшков. Вып. 7. М., 2008.
4. Философия права в начале XXI столетия через призму конституционализма и конституционной экономики / Моск.-Петербург. философ. клуб. М., 2010.
5. *Зигерт Й.* Гражданское общество в России // Общественные записки. 2005. № 6 (26).
6. *Шенина О. Г.* Формы участия молодежи в политическом процессе современной России : дис. ... канд. полит. наук. М., 2005.
7. *Cote J. E., Allahar A. L.* Generation and Hold. Coming of Age in the Late Twentieth Century. N. Y., 1996.
8. Понятие фланёр. URL: <http://3dway.org/node/4145> (дата обращения : 02.03.2011).
9. Понятие фланёр. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Flaneur> (дата обращения : 02.03.2011).

10. Дэвид Д., Джери Дж. Большой толковый социологический словарь. М., 2001.
11. Фрагменты из работы З. Баумана. URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Metropolis\\_and\\_Mental\\_Life](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Metropolis_and_Mental_Life) (дата обращения : 02.03.2011).
12. Г. Зиммель. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Flaneur> (дата обращения : 02.03.2011).
13. Бауман З. От паломника к туристу // Социол. журн. 1995. № 4.
14. Кларк Дэвид Б. Потребление и город, современность и постсовременность // Логос. 2002. № 3–4.
15. Смирнов Д. А. Десоциализация в условиях электронной культуры // Культура. Личность. Общество. 2004. № 6.
16. Молодежь России: социологический портрет. 2-е изд., доп. и испр. М.: Ин-т социологии РАН, 2010.
17. Погрешаева Т. А. Свободное время человека в условиях трансформации российского общества. Саратов, 2000.
18. Понукалина О. В. Специфика досуга современной молодежи // Высшее образование в России. 2007. № 11.
19. Иванов Д. В. Глэм-капитализм. СПб., 2008.
20. Havel V. The end of the modern era // New York Times. 1992. March 1, 4(1).

## **ФЛАНЁРСТВО МОЛОДЕЖИ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ**

**М. А. Герасимова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Изучение особенностей социального развития молодежи в современных условиях – одно из наиболее актуальных направлений в социологии. Изучив и поняв, чем живет современная молодежь, озвучив проблемы, волнующие ее, можно спрогнозировать дальнейшее развитие страны и мира в целом.

Современная Россия находится на стадии реформирования, осуществляется переход к рыночной экономике, происходит становление нового государства. Стоит отметить, что реформы коснулись не только политической и экономической сфер, они осуществляются повсеместно: в социальной сфере, в образовании, религии.

К процессам, описанным выше, добавляется такая черта постмодерна, как фрагментарность, которая сказывается на темпе и характеристиках времени. Эта категория разительно отличается в разных социальных группах.

В настоящее время можно говорить о том, что единого времени для общества и индивида не существует. Индивиду приходится догонять развитие общества или, наоборот, разрабатывать тактики замедления индивидуального времени. Заметим, что темпы индивидуального времени и

того, которое проживает общество, претерпевают серьезные трансформации и зачастую не совпадают. Следствием чего являются качественные типологические сдвиги по отношению к своему времени, его ценности как таковой, а также серьезные изменения в сфере досуговых практик современной молодежи [1, 349].

Всем этим обусловлен феномен фланёрства. Изучив его, мы сможем выявить некоторые особенности социального развития общества. Французский поэт Ч. Бодлер понимал под фланёром «человека, прогуливающегося по городу с целью его изучения» [2]. В толковом словаре Ушакова дается немного пренебрежительное определение фланёра – «человек, гуляющий без дела, праздношатающийся» [3, 417]. Фланёр XIX в. эпохи модерна обладал субъективным правом на самоопределение. Как правило, это был представитель элитных слоев общества: писатель, художник. Фланёрство воспринималось как проявление свободы. Такое явление в эпоху модерна стало возможным благодаря увеличению количества свободного времени у населения.

В эпоху постмодерна фланёрство как социальное явление претерпевает изменения, что объясняется рядом факторов:

1) явление приобретает массовый характер, следовательно, человек лишается возможности независимого самоопределения;

2) отсутствие идеологического воспитания и нарушение процесса социализации приводят к исчезновению критериев субъективности у индивида;

3) массовая культура навязывает населению, молодежи в частности, стандартизированный, шаблонный досуг, возникает мнимая свобода выбора форм проведения досуга, что приводит к усугублению процесса обезличивания [4; 50];

4) современное состояние экономики и формирование рыночных отношений способствуют превращению времени в товар, с которым можно совершать различные операции (продажа, обмен);

5) большинство россиян находится в состоянии виртуального потребления. Доказательствами тому служит расширение и коммерциализация пространства досуга («shopping about») [5; 125], усиление значения символической составляющей досуга, осуществление общения посредством общения (общение так же как и время превращается в товар).

Изучив ряд работ таких авторов, как Э. Бауман, В. Беньямин, Г. Зиммель, А. Мартин, Э. По, мы получили целостный образ фланёра XXI века. В настоящем исследовании под фланёром понимается человек, живущий сегодняшним днем; он не имеет возможности строить долгосрочные планы и цели; у него особые отношения со временем, в связи с чем окружающие зачастую воспринимают его как бездельника; его жизненная модель напоминает гипермаркет; он находится в состоянии постоянного выбора; он мастер имитации деятельности. В последнее время отмечается рас-

пространение фланерства на различные сферы жизни, фланёр в наши дни – это не просто человек, прогуливающийся по городу, это особый вид мышления и жизни.

Заметим, что представленный здесь перечень факторов не является полным. Стоит также отметить, что степени влияния данных факторов не эквивалентны друг другу.

Нередко молодежь ассоциируется с досугом и отдыхом: «молодежь в известном смысле организована вокруг досуга» [1, 353]. Предметом данного исследования являются социальные практики молодежи в сфере досуга. Характерная черта нашего времени – переход от активного к пассивному досугу – была отмечена нидерландским теоретиком культуры Й. Хейзингой еще в 1938 г. Отметим, что пассивный досуг создается не самим индивидом, но конструируется и регулируется извне, что заставляет личность переходить в область виртуальной, мнимой свободы и подчиняться идеологии «принудительного потребления» [5; 127].

Методологической базой авторского исследования выступает концепция символического интеракционизма, основоположником которого принято считать Джорджа Мида. В качестве теоретической основы нашего исследования была взята феноменологическая концепция, разработанная А. Шютцем и Т. Лукманом. В ходе исследования мы использовали качественные эмпирические методы, а именно глубинное интервью и включенное наблюдение. Выбор данных методов объясняется объектом и предметом настоящего исследования.

В ходе настоящего исследования было проведено включенное наблюдение и два глубинных интервью. В работе исследовались досуговые практики студентов саратовских вузов. Целью включенного наблюдения стало установление форм действий и взаимодействий, а также изучение того, как они объясняются и понимаются самими участниками.

В качестве респондента для интервью был выбран один представитель социальной общности фланеров. Используя обоснованную выборку, мы определили данного информанта как типичного: является студентом вуза; попадает в возрастные границы 17–23 года; у него возникают трудности с конструированием долгосрочных планов; он часто прибегает к замещению реального действия виртуальным; в его свободном времени преобладают пассивные виды досуга.

Анализ материалов глубинных интервью помог расширить и углубить знания по данной проблематике, создать более целостную картину. В ходе интервью были отмечены чувства страха и тревоги у информанта, связанные с беспокойством о своем будущем, а также неумение и нежелание самоорганизовать свое свободное время, негативное и пассивное отношение к нему. Также стоит отметить ярко выраженное парадоксальное желание дистанцироваться от родителей, но оставаться зависимым от них в финансовом отношении. Среди других

особенностей изучаемой социальной группы можно выделить: акселерацию, эмансипацию и аддикцию (уход от реальности для реализации примитивных интересов). Особенно важно отметить стремление информанта действовать сообразно одному из фундаментальных законов физики: любая система стремится к абсолютному покою и находится в нем до тех пор, пока приложенные силы извне не заставят изменить это состояние. Его нежелание и в некоторой степени страх изменить что-либо в своей жизни, уход в сферу виртуального, избегание анализа сложившейся ситуации – все это является подтверждениями того, что респонденту комфортнее находиться в «состоянии покоя» и пассивного бездействия.

Автор планирует продолжать исследовать данную проблему, для чего будет проведено глубинное интервью с представителем другой когорты, а также экспертное интервью.

#### Список литературы

1. *Либерова М. С.* Характер перемен в сфере молодежного досуга // Социально-гуманитарные знания. 2009. № 4.
2. Определение фланёрства. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Flaneur> (дата обращения : 10.10.2010).
3. Большой толковый словарь русского языка / под ред. Д. Ушакова. М.: Астрель, 2004.
4. *Погрешаева Т. А.* Свободное время человека в условиях трансформации российского общества. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2000.
5. *Понукалина О. В.* Специфика досуга современной молодежи // Высшее образование в России. 2007. № 11.

## ПРОБЛЕМЫ РАННЕГО МАТЕРИНСТВА В ГОРОДЕ САРАТОВЕ

**П. И. Гондаренко**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

На сегодняшний день в России наблюдается снижение порога материнства, что исторически достаточно закономерно – в сложные периоды социально-экономического развития дети «взрослеют» раньше. С одной стороны, это положительное явление, с другой – часто случается так, что раннему социальному взрослению не всегда сопутствует просвещение подростков, юношей и девушек, по многим вопросам, включая их правовое сознание, а также создание служб помощи для адаптации их к взрослой жизни. Ранняя беременность – это состояние беременности у несовершеннолетней девочки-подростка (обычно в возрасте 13–18 лет),

возникающее в первую очередь из-за несоответствия возраста половой и социальной зрелости.

Исследования последнего десятилетия свидетельствуют о том, что возраст начала сексуальной жизни подростков снижается, причем интенсивнее среди девушек.

По результатам авторского опроса, проведенного в Саратове, была выявлена доля респондентов, которая лично сталкивалась с проблемой ранней беременности, она составляет 34%. В большинстве случаев беременность происходила в результате «рискованного» поведения.

Основной проблемой раннего материнства является психологическая неготовность подростков взять на себя такую ответственность, как воспитание ребенка (34%), это происходит из-за пропаганды средствами массовой информации специфичного образа жизни, основанного на жизни одним днем, веселье, эгоизме. Привыкая к такому образу жизни, молодые люди уже не способны и не испытывают желания брать на себя серьезные решения. Также большинство молодых людей и девушек (43%) боятся, что не смогут получить достойного образования и окажутся в затруднительном материальном положении.

Среди основных причин ранней беременности выделяют СМИ, пропагандирующие сексуальную свободу (28%), и неправильное воспитание (27%).

Статистика говорит о том, что незапланированная подростковая беременность чаще всего заканчивается абортами. Так, на 100 беременностей у девочек-подростков приходится 70 абортов, 15 родов и 15 самопроизвольных выкидышей. Причем прерывание беременности у подростков в 25% случаев происходит на сроках 22–27 недель (аборты разрешены до 12 недель беременности), что исключительно негативно сказывается на здоровье в дальнейшем [1]. Несмотря на это, больше половины опрошенных (63%) относятся к аборту отрицательно, но все же идут на него, так как просто не видят другого выхода.

Также выяснилось, что подростки-матери (60%) нуждаются в помощи и поддержке своих родителей, родственников и близких.

Среди основных методов, которые нужно применить, чтобы хоть немного решить проблему ранней беременности, это больше информировать подростков о проблемах пола и методах контрацепции и также повысить материальные выплаты и льготы юным матерям, столкнувшимся с подобной проблемой.

#### Список литературы

1. Ранняя беременность: причины и последствия. URL: <http://www.moscow.strana-krasoty.ru/beremennost/45-rannaya-beremennost-prichiny-i-posledstviya.html> (дата обращения : 10.10.2010).

## ОЦЕНКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ СТУДЕНТАМИ

**Л. Горбачева**

*Тольяттинский государственный университет*

На сегодняшний день в сфере высшего образования одной из важных проблем является организация эффективных отношений в системе «преподаватель–студент». Эффективность взаимодействия преподавателей со студентами во многом определяется успехом коммуникации, при построении которой важную роль играют не только профессионализм педагогов, но и их личностные качества.

В Тольяттинском государственном университете было проведено исследование, одной из задач которого стала оценка студентами характера их взаимоотношений с преподавателями. В ходе исследования было использовано два метода: количественный (анкетирование) и качественный (экспертное интервью). Аналитическим объектом первого метода стали студенты Тольяттинского государственного университета с 1 по 5 курс (выборка – 100 человек), объект второго метода – преподаватели ТГУ (выборка – 5 человек).

В результате анкетирования выяснилось, что для студентов наиболее ценным качеством преподавателей является умение вызвать и поддерживать интерес к предмету, ясное и доступное изложение учебного материала, соблюдение логики изложения. Эту позицию отметили 88% респондентов. Позиция «объективность в оценке знаний, справедливость» заняла в шкале оценок студентов второе место (83%). 70% опрошенных высказали мнение о том, что важным является терпение и выдержка педагогов, интеллигентность и культура поведения, а также соразмерность требований на экзаменах и зачетах изученному программному материалу. На четвертом месте (64%) среди приоритетных качеств преподавателей студенты выделили умение слушать и поддерживать обратную связь с учащимися. 63% респондентов отметили важность четкости дикции и культуры речи. Менее существенными же качествами преподавателей, по мнению респондентов, является современный уровень информативности лекций (40%), а также научная эрудиция и использование достижений науки (30%).

Преподавателям по поводу качеств, наиболее оцениваемых студентами, была предложена ситуация: «При проведении опроса выяснилось, что студенты наиболее ценят в преподавателях такие качества, как умение вызвать интерес к предмету, объективность в оценке знаний и культура речи. Что Вы можете сказать по этому поводу? Какие качества преподавателей, по Вашему мнению, должны быть приоритетными в отношениях со студентами?». Единогласно согласившись с приведенной картиной, респонденты высказали мнение относительно приоритетов

деловой этики, профессионализма, коммуникативных навыков и умений, а также умения не переступать грань, за которой студенты «салятся на шею» преподавателю.

Научный и педагогический статус преподавателя, по мнению студентов, особой роли не играет. Число респондентов, ответивших, что для них имеет значение, является ли преподаватель заведующим кафедрой или деканом, составляет 40%. Как мы считаем, это может быть связано с тем, что заведующий кафедрой обычно контролирует учебную деятельность студентов, находит пути разрешения конфликтов, возникающих как в студенческой среде, так и между студентами и преподавателями.

Преподавателям для размышления по этому вопросу была предложена ситуация, когда учащиеся обходят рядовых педагогов стороной по какому-либо вопросу, ориентируясь сразу на заведующего кафедрой. Как выяснилось, по мнению опрошенных, такие ситуации происходят «сплошь и рядом», однако отношение преподавателей к ним разделилось. Два опрошенных респондента утверждают, что такие ситуации являются просто жизненным уроком для рядового педагога и что отношение к студентам, обошедшим стороной преподавателя, после таких случаев не меняется. В любом случае заведующий кафедрой примет решение, которое посчитает нужным. Оставшиеся же преподаватели оценивают предложенную ситуацию как негативную. Один респондент высказал по этому поводу мнение, что из-за таких случаев происходит девальвация статуса преподавателя. С такими «наглыми» студентами нужно бороться. Обычно после каких-то неприятных ситуаций к ним пропадает уважение и всякое желание продолжать поддерживать связь. Также респондент отмечает, что «в итоге получается, что заведующий кафедрой учит студентов, как можно человека обходить стороной». Еще один преподаватель указывает на беспринципность студентов, которые идут за зачетом не к своему преподавателю.

Такое качество, как требовательность преподавателей, выразила следующая ситуация: «Зачастую, дабы казаться “хорошим” и завоевать имидж “доброго”, преподаватель во многом идет на уступки студентам, снижает до минимума требования, а зачеты и экзамены просто “рисует” студентам в зачетки». По этому поводу респонденты сошлись в едином мнении, что «добряки» только усугубляют ситуацию. Снижается заинтересованность и мотивация студентов к учебе. Учащиеся буквально «салятся на шею» своим педагогам, что впоследствии оборачивается халатным отношением студентов к учебе в целом. По подсчетам мнений респондентов, среди 5 опрошенных – 2 «добрых» преподавателя и 3 оценили себя как «умеренно строгих».

*Таким образом, на сегодняшний день в студенческой среде ценятся как профессиональные, так и личностные качества педагогов. Что же касается мнений преподавателей, то в деятельности коллег педагоги больше ценят профессиональные качества, такие как требователь-*

*ность, честность, объективность в оценке знаний и, самое главное, умение заинтересовать студента в изучении предмета.*

*Наличие мотивации к получению знаний является основным моментом в учебной деятельности студентов. Мотивация выступает своеобразным ключом к построению успешной коммуникации преподавателей со студентами. Необходимым условием эффективного взаимодействия педагогов с учащимися является то, что преподаватели должны в совершенстве знать преподаваемую дисциплину, а также четко и доступно представлять информацию студентам. Здесь не последняя роль отводится коммуникативным навыкам – различным вербальным и невербальным приемам, с помощью которых преподаватель воздействует на студентов так, чтобы достичь главной коммуникационной цели – повысить их успеваемость. Также в построении успешной коммуникации важным фактором является посещаемость студентов, ведь только при непосредственном взаимодействии педагога с аудиторией учащихся происходит полноценный диалог, который является неотъемлемой частью коммуникационного процесса.*

## **СТИЛЕВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ В ОДЕЖДЕ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА САРАТОВА**

**Е. С. Денисова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Стиль – это единство основных идейно-художественных особенностей какого-либо произведения искусства или отличительных черт человека, которых он придерживается как в одежде, так и в поведении [1].

С течением времени форма одежды, манеры, нормы поведения, то есть все, что является показателем какого-либо стиля, постепенно трансформировалось, принимая знакомые очертания. Человеческое общество разграничило роды деятельности, определило нормы и правила поведения, а также соответствующую манеру одеваться.

Существует великое множество стилей. Наиболее популярными у современной молодежи являются классический (33,6%), спортивный (32,9%), романтический (17,4%) и деловой (16,8%).

При выборе стиля одежды важную роль играет род деятельности. Школьники и студенты выбирают спортивный стиль (49%), работающие предпочитают классический (39%). Безработные отдадут предпочтения спортивному стилю в одежде (60%). Школьники (78%) и работающие (52%) предпочитают одеваться самостоятельно, а студентам «помогают» средства массовой информации (47%).

Большинство участников опроса пробуют новые стили и цветовые решения (69%) и отдают предпочтение палитре коричневых и ярких, жизнерадостных тонов (24%).

По результатам опроса, проведенного в Саратове, среди молодежи было выявлено, что большинство респондентов считают свой выбранный стиль удобным (46,3%) и практичным (32,9%).

Что касается места покупки одежды, то большая часть респондентов выбирает поход по магазинам (50%). Тем не менее, бутик так же пользуется популярностью у 30% молодежи.

Молодежь предпочитает ходить по магазинам раз в месяц (41,3%) и считает это достаточным для приобретения новой одежды.

При выборе одежды респонденты делают акцент на большой ассортимент (59%), так как можно быстро без потери времени подобрать нужную вещь. А вот наименее популярный для них критерий – это уровень обслуживания (36%). Не менее важный фактор при покупке одежды для респондентов – это качество товара (58,7%).

Исходя из этого, качество (62%) оказывает наибольшее влияние на работающих респондентов при покупке одежды. Для школьников (50%) и студентов (63%) на первом месте стоит стиль, а безработные отдают предпочтение цене (80%).

Наибольший процент респондентов тратит в месяц на одежду до 3000 руб. (61,3%), в то время как до 6000 руб. расходуют всего лишь 20% опрошенных.

Современная молодежь считает, что нужно обязательно придерживаться моды и быть модно одетым (78%). Но производитель одежды для них не так важен (53%). При этом наибольшее влияние оказывает на предпочтение в моде общение с друзьями и коллегами (50,7%), также одним из основных источников модных тенденций является Интернет (47%).

Таким образом, по мнению респондентов, стиль одежды должен быть удобным, модным и практичным. При выборе стиля одежды у меньшей доли современной молодежи возникают некоторые затруднения, в связи с этим они нуждаются в консультации стилиста, подборе определенной литературы, модных журналов и статей в Интернете. Несмотря на это, молодежь не боится пробовать новые стили и цветовые решения, придерживается модных тенденций и считает, что окружающие молодые люди по возможности должны быть модно одетыми.

#### Список литературы

1. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. акад. РАН Г. В. Осипова. М., 1998.

## БРЕНДЫ ОДЕЖДЫ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА САРАТОВА

М. С. Денисова

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

На сегодняшний день молодежь – это одна из наиболее привлекательных целевых аудиторией для производителей одежды, так как в структуре российского общества люди в возрасте 16–30 лет не только являются наиболее массовой социально-демографической группой, но и относятся к наиболее активной потребительской группе.

Молодежь выбирает брендовый товар больше, чем другие группы населения. Невысокая покупательская способность молодежи, тем не менее, не снижает ее уровня осведомленности и потребления брендов.

По результатам опроса, проведенного в Саратове, среди молодежи было выявлено, что респондентам более известны такие бренды, как Gloria Jeans (76%), Твое (62%) и Mango (60%). Но большинство молодежи предпочитают марку одежды Mango (43,3%), Gloria Jeans (42%), Oggi (40%). Также пользуются популярностью у молодежи известные фирмы: Твое (35,3%), Savage (30,7%), Adidas, Nike, Puma (27,7%).

При выборе бренда одежды важную роль играет род деятельности молодежи. Школьники отдали свое предпочтение такому бренду, как Твое (67%), студенты выбрали Mango (36%) и Твое (47%). Работающие приобретают покупки в Mango (52%) и Oggi (45%). Безработные предпочитают покупать брендовую одежду в Gloria Jeans и Savage (100%). При этом школьники (67%) и студенты (38%) узнают о бренде из рассказов и демонстраций друзей. Работающие (41%) и безработные (100%) придерживаются своего личного опыта, так как они считают свой вкус идеальным и поэтому не прибегают к помощи средств массовой информации.

Что касается частоты посещения магазинов брендовой одежды, то молодежь предпочитает ходить по магазинам раз в месяц (55%).

Большинство участников опроса покупают брендовую одежду уже более 12 месяцев (48%), и важным критерием для них является наличие большого ассортимента (62%).

В качестве основных причин при выборе бренда молодежь привлекает качество (47,3%), комфорт (45,3%) и престиж марки (35,3%), также им важен бренд одежды (48%).

Молодежь предпочитает зарубежный бренд (68,7%), чем российский, но в дальнейшем наметилась тенденция к покупке российского бренда.

Большая часть респондентов тратит в месяц на брендовую одежду от 2001 до 4000 рублей.

Респонденты не видят отличия бренда от торговой марки (47,3%) и на них не влияет реклама при выборе марки одежды (61,3%). Но по всей вероятности не исключается возможность, что реклама может побудить и заинтересовать их к покупке бренда.

Друзья опрошенных также носят брендовую одежду и предпочитают такие же марки одежды, как и респонденты. В большинстве случаев молодежь ходит по магазинам в одиночестве (41,3%).

По мнению респондентов, в идеальном бренде их привлекает и устраивает комфорт, цена и престиж марки. Молодежь выбирает брендовый товар чаще, чем другие группы населения. Бренд – интеллектуальная часть товара, обладающая устойчивой и сильной положительной коммуникацией с покупателем.

Молодежь, как правило, выступает новатором в области покупки и применения новых товарных марок. Кроме того, приверженность к определенной торговой марке, сформированная в молодости, может остаться у потребителя на всю жизнь. Молодежь знает понятие «бренд», но не видит существенной разницы между торговой маркой и брендом.

## **МАРКЕРЫ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ**

**М. Ежова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Под влиянием ряда негативных факторов в России сложилась угрожающая ситуация с состоянием здоровья населения, в частности молодежи и студенчества. К факторам, негативно сказывающимся на состоянии здоровья нации, относят следующие: пренебрежение охраной здоровья человека, просчеты в социальной политике, перемены в образе жизни населения, стресс, проявляющийся из-за постоянных изменений норм жизни, большое количество проявлений саморазрушающего поведения – пьянство, курение, употребление наркотических средств, – что особенно распространено в студенческой среде. Перечисленные факторы особо актуализируют оценку отношения студентов к здоровому образу жизни. В нашем опросе принимали участие студенты Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского и студенты Саратовского государственного технического университета. Исследование проводилось в период с февраля по март 2011 года.

Само понятие «здоровый образ жизни», на наш взгляд, наиболее полно отразил В. И. Угнивенко: «Здоровый образ жизни – это система разумного поведения человека (умеренность во всем, оптимальный двигательный режим, закаливание, правильное питание, рациональный режим жизни и отказ от вредных привычек) на фундаменте нравственно–религиозных и национальных традиций, которая обеспечивает человеку физическое, душевное и духовное, социальное благополучие в реальной окружающей среде и активное долголетие» [1]. Наше авторское исследование выявило, что большая часть студентов понимает

само понятие «здоровый образ жизни» правильно. Мы делаем выводы, что студенты хорошо информированы о нормах здорового образа жизни и понимают, что оно также включает отсутствие вредных привычек, правильное питание, регулярные занятия спортом и позитивный образ мышления.

В ходе анализа результатов исследования мы выявили, что большая часть студентов (62%) занимаются спортом, при этом студенты СГУ имеют меньшую спортивную активность, чем студенты СГТУ. Девушки занимаются спортом чаще, чем юноши. Также выяснилось, что наиболее популярным видом спорта среди студентов являются танцы (8,8% опрошенных), на втором месте стоят фитнес и борьба (по 7,5%), затем идут лыжи, гимнастика и баскетбол (по 3,8%), после них следуют плавание, футбол, легкая атлетика, большой и настольный теннис (по 2,5%). Стоит отметить, что 21,3%, то есть 17 человек из 80 опрошенных имеют спортивные разряды или другие достижения. Из полученных данных мы можем сделать вывод, что занятия спортом довольно популярны среди студентов.

В результате исследования мы выявили отсутствие вредных привычек у 43,4% студентов, 31,3% указали, что имеют такую вредную привычку, как курение, 17,2% опрошенных отметили, что употребляют спиртные напитки и 7,1% – наркотические вещества. Студенты СГУ употребляют наркотические вещества чаще (57%), чем студенты СГТУ (43%). 1% опрошенных указали на привычку грызть ногти.

В ходе дальнейшего анализа выяснилось, что 52,5% студентов едят 3–5 раз в день, что соответствует нормам здорового питания, при этом 26,3% едят каждые 3–4 часа. Также из полученных данных мы можем сделать вывод, что большинство студентов, а именно 62%, предпочитают полезные для здоровья продукты (овощи и фрукты, молочные продукты, морепродукты, мясные продукты, тушеную пищу).

В процессе анализа мы выявили, что те студенты, которые живут в экологически неблагоприятном районе (41% опрошенных), болеют чаще, чем те студенты, которые живут в более благоприятном месте проживания (22,5%).

Мы выяснили, что студенты, которые ведут здоровый образ жизни (спят 7–9 ч в день), испытывают стресс меньше и справляются с ним легче.

Один из факторов ведения здорового образа жизни – позитивный образ мышления. Так, к оптимистам себя относят большинство студентов (61,3%), а к пессимистам – 8,8%. Почти треть всех опрошенных не смогли отнести себя к какой-либо группе. Кроме того, нами была выявлена интересная зависимость: пессимисты испытывают стресс реже (хотя и незначительно), чем оптимисты. Это может показаться совершенно нелогично. На наш взгляд, это можно объяснить тем, что стабильный достаточно негативный фон пессимиста формирует готовность к неприятностям, что в результате помогает снизить уровень стрессовости от неприятного собы-

тия. Мы не будем экстраполировать данный факт на всю генеральную совокупность, поскольку наше исследование носит пилотажный характер, и данная зависимость не имеет достаточной статистической значимости.

В заключение мы можем сделать вывод, что многие студенты ведут не совсем правильный образ жизни, хотя осознают, что это такое и понимают нормы здорового образа жизни. Необходимость формирования культуры самосохранительного поведения в российском обществе должна стать одной из первостепенных задач социальных технологов.

#### Список литературы

1. Угнивенко В. И. Здоровый образ жизни: здоровье души и тела. URL: <http://www.kgafk.ru/kgufk/html/faktori.html> (дата обращения : 15.03.2011).

## **ОБЩЕСТВЕННОЕ ОТНОШЕНИЕ СЕЛЬСКИХ ЖИТЕЛЕЙ К ПРОБЛЕМАМ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ**

**О. А. Ермакова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Для функционирования любой социальной системы необходимы социальные институты, поддерживающие нормативный порядок и закон в обществе. Функции этих правоохранительных институтов напрямую зависят от социально-политической и идеологической ситуации. Милиция не может не взаимодействовать с гражданами, общественными организациями, она должна учитывать общественное мнение, что актуализирует необходимость выявления оценок их деятельности. Объектом данного исследования\* является население в возрасте от 18 до 60 лет, исключая работников правоохранительных органов.

В разные времена понятие «правоохранительные органы» интерпретировалось по-разному. Как показало авторское исследование, 33% респондентов понимают под этим понятием только милицию; 32% – органы по защите прав и свобод человека. В понимании 29% респондентов это органы, осуществляющие расследование правонарушений; 22% опрошенных, данное понятие интерпретируют как органы власти, осуществляющие государственную безопасность; по 0,5 – исполнительную власть государства и надзор общественного порядка. Тот факт, что большинство опрошенных понимают под правоохранительными органами только милицию, указывает на низкий уровень понимания данного понятия. Правоохранительные органы – обособленная группа государственных органов,

---

\* Опрос жителей р. п. Екатериновка Саратовской области в июле-августе 2009 г. (200 респондентов).

уполномоченных осуществлять деятельность по охране правопорядка и законности, защите прав и свобод человека (правоохранительную деятельность).

Убежденность в том, что институты власти действуют в своих интересах, порождает недоверие к ним. Рассматривая степень доверия различным правоохранительным органам, было выявлено, что население не доверяет всем правоохранительным органам, однако деятельность милиции оценивается при этом особенно низко. Общество привыкло так относиться к органам охраны правопорядка, такая привычка к недоверию – явление весьма распространенное.

Было установлено, что респондентам в основном приходится обращаться в правоохранительные органы не более трех раз в полгода или не более трех раз в год, мала доля тех, кто обращается более трех раз в месяц к сотрудникам правоохранительных органов. Чаще всего опрошенным приходилось обращаться в такие структуры, как милиция, прокуратура и суды. Почти четверть опрошенных не обращается в правоохранительные органы совсем, малая доля тех, кому пришлось обращаться к юристам и адвокатам. При этом, что касается влияния гендерных особенностей на частоту обращения в правоохранительные органы, было выявлено, что мужчины чаще, чем женщины обращаются в различные правоохранительные органы. Мужчины чаще имеют дело с представителями правоохранительных органов, так как им свойственна более активная позиция в сфере отстаивания собственных прав и прав окружающих.

При изучении отрицательных характеристик работников правоохранительных органов основными были названы взяточничество (71,5%), грубость (66,5%), пьянство (61%), бескультурие (48,5%), нечестность (46,5%), высокомерие (46%), алчность (45,5%), 37% респондентов отметили злобу и физическую неподготовленность. По данным исследования можно составить не очень презентабельный образ сотрудников правоохранительных органов. В общественном сознании сформировался устойчивый отрицательный образ стража порядка.

Среди положительных качеств сотрудников правоохранительных органов на первое место в рейтинге был поставлен профессионализм (34,5% респондентов), на второе – образованность (15%). Хорошая физическая подготовка, везучесть, удачливость – на третьем месте в рейтинге (по мнению 11,5% респондентов). Грамотность и профессионализм важны, но еще более важны общечеловеческие положительные качества. Человечность, способность к состраданию – пятое место в рейтинге (9% респондентов), далее следуют – отвага, смелость (7%), доброжелательность в общении с людьми (7%), на восьмом месте – честность (6%). Приоритет «человеческих качеств» указывает на то, что от общения с сотрудниками правоохранительных органов граждане ожидают прежде всего внимания к своей проблеме и сочувствия.

Низкая заработная плата, плохие социальные условия, физические и психологические перегрузки, большая текучесть кадров – вот неполный перечень проблем, нерешенность которых создает условия, при которых сотрудники правоохранительных органов идут на нарушение закона и произвол. Высока доля тех, кто считает проблему произвола правоохранительных органов серьезной и очень серьезной. Не очень серьезной проблему произвола и беззакония в деятельности правоохранительных органов считают 14% респондентов. Всего 4% опрошенных считают, что такой проблемы не существует.

«Жертвами» правоохранительных органов чаще всего становятся люди, относящиеся к «социально слабым» или уязвимым категориям населения, находящимся в состоянии частичной или полной невменяемости, а также приезжие и даже обычные люди, законопослушные граждане.

Среди проблем, связанных с работой правоохранительных органов, основными, по мнению опрошенных, являются денежные борборы с автомобилистами сотрудниками ГИБДД (43,5% опрошенных) и нежелание возбуждать уголовное дело (40,5% респондентов). Также одной из наиболее важных проблем является продажность милиции, следственных органов, судей (34% респондентов), что влечёт за собой условия для увеличения количества правонарушений и фактов произвола среди сотрудников правоохранительных органов. По мнению 27,5% опрошенных, нередким является неправомерное задержание, лишение свободы; 21,5% респондентов указали на оскорбления, физическое насилие и даже пытки.

Слабый подбор кадров как фактор, затрудняющий работу правоохранительных органов, является следствием отсутствия юридического и профессионального образования у работников правоохранительных органов. Все проблемы, переживаемые правоохранительными органами в целом, непосредственно отражаются на качестве их работы. Их нерешенность препятствует достижению эффективности работы правоохранителей, ведет к произволу. Кадровые, управленческие и финансовые проблемы правоохранительных органов искажают цели, задачи и методы работы. Безотлагательного решения требуют проблемы материально-финансового обеспечения деятельности правоохранительных органов, зарплат сотрудников и их социальной защиты, кадров и их подготовки, корпоративной этики.

Новый вариант закона, ранее известного как закон «О милиции», является частью широкомасштабной реформы МВД, о подготовке которой Президент Д. А. Медведев объявил в конце 2009 года. В рамках реформы у милиции отберут несвойственные ей функции, ужесточится система отбора кадров. Аргументируя свое предложение переименовать милицию в полицию, Д. А. Медведев сказал, что название «милиция», введенное после Октябрьской революции 1917 г., подчеркивает народный характер правоохранительных органов, «это, по сути, дружинники

в погонах». Полиция же, по его мнению, ассоциируется с профессиональными людьми, «которые работают эффективно, честно, слаженно». Необходимость реформы не вызывает сомнений – вопрос в ее форме. В правоохранительных органах должна быть конкурентная среда, чтобы работали только лучшие сотрудники. По крайней мере, к этому нужно стремиться.

## **СПЕЦИФИКА МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ РЭПЕРОВ В ЦЕНТРЕ И РЕГИОНЕ**

**М. С. Ерохина**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Традиционно систему норм и ценностей, отличающих группу от большинства обществ, называют субкультурой. Она формируется под влиянием таких факторов, как возраст, этническое происхождение, религия, социальная группа или место жительства. Ценности субкультуры не означают отказа от национальной культуры, принятой большинством, они обнаруживают лишь некоторые отклонения от нее [1].

Проблемой особенностей субкультуры в России занимались М. И. Рожков, М. А. Ковальчук, А. М. Ходырев, В. А. Луков, М. В. Вершинин, Е. В. Макарова и многие другие [2]. Большинство авторов выделяют три особенности субкультур неформальных объединений: часто демонстративная отстраненность от культурных ценностей старших поколений, национальных традиций; преобладание потребления над творчеством; авангардность, устремленность в будущее, часто экстремальность.

В России среди большого разнообразия субкультур существуют рэперы. Данная субкультура является одним из элементов «вестернизации», это заимствование англо-американского или западноевропейского образа жизни в области культуры [3].

Сравнительный анализ, проведенный в рамках социологического исследования, позволил нам получить данные о рэперах в Москве и Саратове и выявил некоторые различия\*.

Влияние западной культуры, моды, музыки достаточно сильно отразилось на мировоззрении российской молодежи. Но в отличие от Запада, мода на рэп и хип-хоп музыку в России выражается лишь в манере молодых людей одеваться, двигаться и определенным образом доносить

---

\* Социологическое исследование проводилось в июле 2009 г., методом раздаточного анкетирования, выборочная совокупность определялась случайным принципом (основой выборки стали рэперы). Было опрошено 70 респондентов (из них 50% – саратовские рэперы, 50% – рэперы Москвы).

свои мысли до аудитории зрителей, так же как это делали и делают именитые рэперы западной эстрады. Ценности данной субкультуры, такие как музыка, общение, материальные блага, публичная жизнь, важны для московских рэперов больше (54%), чем для саратовских (46% опрошенных), что, возможно, связано с недостатком знаний о своей субкультуре. Так, степень осведомленности о данной субкультуре различна, большинство московских рэперов знают всё о своей субкультуре (63%), а саратовские – ознакомлены частично.

Рэп в России, по сути, является крупным коммерческим проектом, приносящим рэп-исполнителям и их продюсерам солидные гонорары. Отклик поклонников на творчество артистов, а также личностное и творческое самоутверждение в определенной среде шоу-бизнеса и самореализация – вот те силы, которые мотивируют «звезд рэпа» продолжать свое культурное шествие по миру подростков и молодежи. Именно поэтому московские рэперы выступают больше и чаще (55% респондентов), чем саратовские (всего 45%).

Следует отметить, что в настоящее время в современном мире нет конкретного идеала образа рэпера, так появилось 4 типа рэперов: беггер, бекпер, рэпер, RnB. Каждый из этих типов имеет свои особенности как в поведении, так и во внешнем виде. Большинство (53%) среди опрошенных респондентов рэперы, 35% – представители RnB, 7% – бэкперов и 5% – беггеров.

Предположить, как именно в будущем будет проходить развитие рэп-индустрии в России, достаточно сложно. Русский рэп в России связан непосредственно с шоу-бизнесом, а точнее является его неотъемлемой частью, и логично было бы предположить, что рэп будет развиваться теми же темпами, что и другие массовые проекты в российском мире музыки и шоу. Пока рэп-музыка будет приносить моральное и материальное удовлетворение тем, кто ее делает, и тем, кто ее потребляет, рэп в России будет развиваться и процветать, приобретая новые формы, подвиды, сторонников, почитателей, а также врагов, недоброжелателей и, что естественно, завистников, поскольку данный вид молодежной субкультуры считается достаточно дорогим.

#### Список литературы

1. *Ионин Л. Г.* Социология культуры. М., 1996.
2. *Вершинин М. В., Макарова Е. В.* Современные молодежные субкультуры: рэперы. М., 2007.
3. *Рожков М. И., Ковальчук М. А., Ходырев А. М.* Особенности субкультуры неформальных молодежных объединений. М., 2006.

## **СОЦИАЛЬНО-АДМИНИСТРАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ВУЗЕ**

**Л. Н. Ешкилева**

*Тольяттинский государственный университет*

В настоящее время существует ряд проблем внедрения компьютерных технологий в российские вузы. Одна из них связана с недостаточно ясным пониманием сотрудниками университетов целей и преимуществ внедрения ИКТ. С психологической точки зрения у отдельных сотрудников возникают трудности в овладении компьютерной грамотностью, они кроются в боязни контакта с новой техникой, в отсутствии у большинства педагогов положительного опыта использования ИКТ при проведении занятий по своему предмету. Недостаток же подобных навыков порождает у персонала вуза инертность при использовании компьютерных возможностей.

Все это делает проблему социально-административных особенностей внедрения ИКТ в вузе актуальной для исследования. Нами было проведено исследование влияния ИКТ на социальное поведение сотрудников университета, воздействия информатизации на процесс управленческой и учебной деятельности в вузе на примере Тольяттинского государственного университета. В ходе этой работы мы постарались определить мнение руководителей относительно влияния ИКТ на их управленческую деятельность, деятельность их подчиненных, выявить причины применения участниками образовательного процесса данных технологий, а также обозначить негативные и позитивные стороны использования данных технологий в процессе социального управления персоналом.

Для получения необходимой информации было проведено глубинное интервью на месте работы респондента в присутствии интервьюера. По типу выборка – целевая, где единицами отбора выступали заведующие кафедрами (6 чел.), а также руководители отделов научного, инфраструктурного, административного подразделений вуза (4 чел.). Возраст респондентов от 29 и более 50 лет. Стаж работы руководителей в должности варьируется от 1 года до 15 лет.

На наш вопрос, о том как руководители используют ИКТ в управленческой деятельности, ответы были разные: «в информировании обратной стороны коммуникации, получении сообщения, введении в курс дел. Пишу письма коллегам из других городов, вузов», «если мне надо сообщить что-то своим сотрудникам из дома», «для рассылки и скачивания информации, для обсуждения каких-либо вопросов перед подготовкой Положений» и т. д. Тем не менее, некоторые заведующие кафедрами отметили, что им важен визуальный контакт с сотрудниками, поэтому они внутри кафедры электронные источники связи не используют, а решают все рабочие вопросы на совещаниях.

Важным условием благоприятного развития ИКТ в вузе является высокий уровень компьютерной грамотности всех участников образовательного процесса, поэтому мы выяснили, стремятся ли руководители и их сотрудники к ее повышению. Мнения респондентов по этому поводу разделились: кто-то говорил, что постоянно старается самостоятельно развиваться в данной области званий, приобретать новые навыки, а также убеждает своих сотрудников в необходимости повышения знаний и умений в сфере ИКТ. Другая половина опрошенных призналась, что вопрос о повышении компьютерной грамотности их несильно волнует. Они объясняли свои ответы следующим: «я и так знаю все, что необходимо для моей работы на сегодняшний день, а мои сотрудники, если хотят работать – учатся сами», «я не сомневаюсь в высоком уровне знаний и навыков работы с компьютером своих сотрудников, поэтому мне это незачем», «на курсы по повышению компьютерной грамотности я не хожу – не хватает времени, у меня много других курсов».

Из интервью мы выяснили, что для руководителей значимы следующие плюсы ИКТ. Во-первых, это сокращение времени, сил сотрудников на выполнение работы, во-вторых, видимость обратной связи: «Вместо того чтобы каждый день бегать по корпусам, я открываю каждое утро рассылку и смотрю новости, просматриваю пришедшую информацию через документооборот и сайт ТГУ». Во-вторых, поддержание корпоративного духа, удобное планирование деятельности своей и своих подчиненных, контроль над их действиями. В-третьих, возможность мгновенного реагирования на получаемую информацию, легкость ее в нахождении, мобильная доступность в любой точке мира. Также для руководителей оказалось немаловажным то, что компьютерные технологии способствуют оперативности работы персонала, четкости их действий, логичности взаимосвязи между сотрудниками, увеличивают динамичность общей работы всего коллектива.

Среди основных причин негативного влияния ИКТ руководители выделили следующие: 1. Из-за сбоев в программах или недостатке свободной техники замедляется весь учебный процесс, потому как преподаватель просто не может распечатать задание для студентов или подготовить занятие, ему становится тяжело возвращаться к работе с бумагами: «Мы привыкли нажимать одну кнопку, вместо того, чтобы перебирать стопки каталогов. Нам облегчили данные технологии жизнь, без них мы себя уже не видим, поэтому ленивые, немного стали. Мы даже иногда забываем, что эту же работу можно сделать руками, что есть какие-то другие пути ее выполнения кроме использования ИКТ»; 2. Преподавателю необходим эффект личного присутствия со студентом, чтобы понять насколько он понимает материал, никакое общение с помощью компьютера, например онлайн консультация, не может заменить личной беседы; 3. «Теряем рукописные навыки. Постоянное использование ИКТ мешает чистоте почерка, возникает проблема грамотности написания. Год от года замечаешь отсутствие элементарной грамотности и базовых навыков русского языка, возможности логичного

изложения»; 4. Опрошенные выделяли такую проблему, как отсутствие цепочки передачи информации от руководителя к подчиненному; 5. Кроме этого, проблема индивидуализма: «Если раньше человек был более все-таки ориентирован на коллективизм, то теперь эти технологии способствуют выраженной индивидуалистической стороне».

К существенным проблемам, требующим скорейшего решения, респонденты отнесли: недостаточное финансирование данной области, отмечая, что эта проблема должна рассматриваться на уровне Министерства образования и Министерства экономического развития; необходимость подготовки управленческого персонала, «умеющего продвигать идею эффективного использования и распространения ИКТ в вузе»; развитие технических средств, их увеличение; немаловажно и улучшение общей работы вуза как единого целого; укрепление корпоративного духа; формирование связи между подразделениями; повышение степени доступности к информационным данным путем пересмотра работы самого сайта или путем размещения информации не на бумажном носителе, а на большом электронном табло; создание унифицированной базы, которая позволяла бы защищать интеллектуальную собственность, права преподавателей и научных работников университета.

Хотелось бы закончить словами начальника отдела документационного обеспечения Е. В. Даденко: «... появление ИКТ – это социальная революция, которая очень быстро меняет приоритеты, перестраивается. Начинает складываться новый тип человека, который социализируется в сети. Такой человек лишен, зачастую, непосредственно коммуникации и нормального человеческого соприкосновения, т. е. когда даже телесный, тактильный контакт отсутствует, потому что вместо него есть компьютерный экран и виртуальная жизнь. С одной стороны это великая революция, которая перевернула все, даже систему чтения, общения, коммуникации, систему проектных работ, управления, с другой стороны – мы сталкиваемся с новой ментальностью. Это общемировая проблема, потому как университет существует в единой мировой системе, уже даже не только государственной. Я думаю, что система образования должна в связи с этим кардинально измениться».

## **ОТНОШЕНИЕ ТОЛЬЯТТИНЦЕВ К РЕФОРМЕ МИЛИЦИИ**

**А. Захарова**

*Тольяттинский государственный университет*

С 1 марта 2011 г. в силу вступил новый закон «О полиции», который вызвал широкий общественный резонанс. Закон вносит ряд изменений в работу органов внутренних дел Российской Федерации.

Закон вызвал противоречивые суждения. Именно в связи с этим мы попытались выяснить отношение тольяттинцев к принятию данного закона. Нами было проведено формализованное интервью, выборку составили 20 человек.

В ходе исследования нами была выдвинута гипотеза о том, что респонденты плохо знакомы с содержанием законопроекта. Однако при этом у граждан сложилось негативное отношение к данному законопроекту. Большую роль, как оказалось, в формировании негативного отношения играют СМИ. Подавляющее большинство респондентов (17 человек) знают о вступлении Закона «О полиции» в силу с марта 2011 года.

Относительно содержания закона респонденты практически единодушно ответили, что знакомы с ним частично: «со слов», «по слухам», «по информации, которая упоминалась в СМИ». Среди тех, кто ответил, что знает содержание закона, оказались юрист и жена милиционера.

Те, кто более или менее знает о содержании, рассказали о некоторых грядущих изменениях. В частности, были упомянуты: «из полномочий полиции выводится следствие, плюс кое-что меняется в процессуальной части», «милицию ограничивают в некоторых действиях», «сокращение штата сотрудников». Это свидетельствует о том, что респонденты практически не знакомы с содержанием законопроекта и рассказать о каких-то конкретных изменениях не могут.

Вопрос о влиянии нового законопроекта на сотрудников полиции вызвал также одинаковые рассуждения. В частности, респонденты отмечали, что «поменяется только название», «то, что исчезнет взятка, “крышевание” и другие грехи милиции, сомнительно», «ничего не изменится».

Почти половина респондентов (9 человек) высказала крайне негативное отношение к новому законопроекту, считая, что он принят «в сыром виде», «закон ничего не изменит, нужно менять отношение», «перевод денег». Еще часть респондентов (6 человек) в связи с тем, что не знакомы с законопроектом, относятся к нему нейтрально. Остальные (5 человек) не определились и высказались в ключе «время покажет».

Помимо этого мы проанализировали статьи из газет «Новые известия» и «Московский комсомолец». В результате анализа нами были выделены следующие часто упоминаемые ситуации в связи с принятием данного закона.

Во-первых, в статьях упоминается спорность принятия данного законопроекта. В частности, отмечается, что оппозиционные партии проголосовали «против», однако проект был принят. Сюда же можно отнести рассуждения авторов о принятии поправок к законам. Так, второе и третье чтения закон прошел в один день.

Во-вторых, на страницах газет отмечено, что впервые в истории страны закон выносится на общественное обсуждение.

В-третьих, в статьях сделан акцент на увеличение возможностей будущих полицейских. В частности, отмечается проверка документов и автомобилей «по любому поводу», подконтрольность лицензирования частной охранной деятельности и приобретения оружия, запрос по счетам предпринимателей и юридических лиц, разрешение бить женщин за исключением тех, у кого есть видимые признаки беременности. Здесь же можно отметить незафиксированность контроля над полицией.

В-четвертых, газеты отмечают бурный и «абсурдный» процесс обсуждения и принятия законопроекта.

Таким образом, можно отметить, что выдвинутая гипотеза в ходе исследования подтвердилась. Респонденты знакомы с содержанием законопроекта только со слов или благодаря информации, содержащейся в СМИ. Несмотря на незнание содержания законопроекта, респонденты преимущественно негативно относятся к новому закону.

## **СОЦИАЛЬНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ТЕЛА: ПРЕДСТАВЛЕНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ**

**Д. И. Захарова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Интерес к изучению представлений о теле заметно проявился в 20-е гг. прошлого столетия, когда П. Шильдер опубликовал книгу «Имидж и внешний вид человеческого тела». Во второй половине XX в. интерес к этой тематике стал усиливаться. В 1990-е гг. появилась как особая научная дисциплина социология тела. Важной вехой в ее институционализации стало появление в Великобритании журнала «Body and Society». В последние годы наблюдалось увеличение популярного, а также академического интереса к человеку «социальному».

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. Э. Гофман подчеркивает, что 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. Налицо противоречие между отношением к собственному облику и силой характера, что требует проведения данного социологического исследования.

Проблемой социального конструирования тела занимались такие ученые, как Э. Кречмер, П. Бурдые [1], М. Фуко [2], Н. Brandes [3], Э. Гофман, Э. Фромм, Д. Рисмен, К. Лэш, Дж. Батлер, Э. Грош. Были проанализированы основные способы описания телесности человека, в том числе телесного идеала [4, 166].

Помимо окружающего мира и других людей человеку свойственно оценивать в первую очередь себя. Любая оценка – это сравнение с чем-то. Самооценка собственного тела (фигуры, силы, здоровья) опирается на сравнение себя с теми или иными ориентирами, эталонами. На человеке самым серьезным образом сказывается то, как он воспринимает свое собственное тело, а также его представления о том, как его воспринимают другие. Это восприятие связано с общественными нормами и культурными понятиями. По мнению Сиднея Джуларда, правильное представление о своем теле является необходимым для становления здоровой личности.

Зачастую человек прибегает к всевозможным способам совершенствования тела. Можно выделить физические упражнения, использование косметических средств, употребление химических средств, пирсинг, хирургия и др.

Интересно, что по результатам фокус-группы, проведенной Sarah Grogan и Helen Richards, и полнота, и выраженная озабоченность своим телом определяется мужчинами как «немужское», поскольку в первом случае это обозначается как отсутствие способности самоконтроля, а во втором – маркируется как поведение, говорящее о женскости или иной сексуальной ориентации. Было выявлено, что к способам конструирования тела в сознании мужчин не относится ограничение пищевого поведения (диеты), а более приемлемым представляется фитнес. Женщины же в основном пользуются всеми способами [5, 219–232].

Более того, основываясь на проведенных Mishkind, Cash исследованиях, можно говорить о росте среди мужчин доли недовольных своим телом: 15% мужчин сообщили о неудовлетворенности своей внешностью в исследовании 1973 г. и 34% – в исследовании 1990 г., причем среди них 35% были не удовлетворены своим весом, 25% – мышечной массой в первом исследовании и 41% и 32% во втором соответственно.

Социальное конструирование тела играет в жизни человека огромную роль. П. Бурдые определил тело не только как средство для производства чего-либо, но и средство для коммуникации и выражения чувств. Например, такие социальные отношения, как иерархия и родственные связи проявляются в определенных движениях, жестах и мимике. Это позволяет людям угадывать намерения других, предсказывать их поведение и либо продолжать взаимодействие, либо обрывать контакт. Таким образом, любое проявление телесного поведения человека (жесты, поза, мимика) имеет символический смысл, более или менее отчетливо ясный другим членам общества.

## Список литературы

1. Бурдые П. Социология политики / пер. с фр.; сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. М.: Socio-Logos, 1993.
2. Фуко М. Интеллектуалы и власть: статьи и интервью, 1970–1984 : в 3 ч. Ч. 1 / пер. с фр. С. Ч. Офертаса ; под общ. ред. В. П. Визгина, Б. М. Скуратова. М.: Праксис, 2002. (Новая наука политики).
3. Brandes H. Der maennliche Habitus. Band 1: Maenner unter sich, Maennergruppen und maennliche Identitaeten; Leske+Budrich. Opladen, 2001 (пер. Т. С. Ивановой).
4. Фролова Ю. Г. Психосоматика и психология здоровья. Минск: ЕГУ, 2003.
5. Grogan S., Richards H. Body image. Focus group with boys and men // Men and Masculinities. 2002. Vol. 4(3).

## ЗНАКОМСТВА В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ

**Е. С. Зеленская**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Миллионы людей каждый день завязывают новые знакомства, новые связи. Это неотъемлемая часть жизни общества. Любые отношения (дружеские, романтические, интимные или деловые) начинаются прежде всего со знакомства.

На сегодняшний день существует огромное количество вариантов способов и мест знакомств. Молодые люди знакомятся на улице, в Интернете, через знакомых, в развлекательных заведениях. Каждый из этих вариантов имеет свои преимущества и недостатки. У каждого индивида свои взгляды и предпочтения на этот счет.

Способы знакомства существенно отличаются между собой в зависимости от многих факторов. Знакомство мужчины и женщины будет отличаться от знакомства людей одного пола. Подростки знакомятся иначе чем взрослые. На предпочтения способов завязывания новых отношений влияет социальный статус. На манеру знакомства влияет конкретная ситуация. На деловой встрече, на работе знакомство между индивидами проходит официально, существуют достаточно строгие рамки. В гостях у друзей эти рамки гораздо шире, и они не являются столь жесткими. На улице, на дискотеке поведение при знакомстве достаточно свободно регламентировано.

С психологической точки зрения разные люди по-разному относятся к новым контактам. Если одни индивиды легко идут на новые знакомства, для них найти общий язык с незнакомым человеком не составляет труда, то для других это сложный шаг, поскольку их комплексы представляют собой преграду на пути к новым контактам.

В то же время опыт знакомств развивает у индивида определенные качества, такие как уверенность в себе, обаяние, харизму, умение общаться со сверстниками, в том числе и с противоположным полом.

Знакомство – это начальный этап любого общения. Общение – это одна из основных сфер человеческой деятельности. Оно занимает значительную часть жизни человека. Это важнейшее условие социализации, становления индивида в обществе. Оно необходимо как отдельной личности, так и обществу в целом. Вся жизнь социума построена на основе общения. Изучение проблем общения становится весьма актуальным, особенно на данном этапе развития общества, когда идет резкая смена социальных отношений, характера личностных взаимодействий, моральных норм, ценностей и т. д.

Каждый индивид на протяжении всей жизни контактирует с тысячами людей. Одни контакты продолжительны и важны для человека, другие мимолетны, они не играют особой роли для индивида, но очень важны для общества в целом, так как на таких контактах основана жизнь социума. Особую роль общение играет для молодежи.

Во-первых, общение со сверстниками – это канал информации. Молодые люди узнают информацию друг от друга наряду с другими источниками, такими как СМИ, родители и т. д.

Во-вторых, это вид эмоционального контакта, дающий индивиду чувство эмоционального спокойствия и устойчивости. Среди друзей молодые люди отдыхают, расслабляются, рассказывают товарищам о своих проблемах и успехах.

Поскольку общение социально, сегодняшняя ситуация в обществе изменяется прямо пропорционально изменениям структуры интересов современных подростков и молодых, поэтому изучение особенностей общения нынешней молодежи весьма актуально.

О. В. Лунаева в своей статье отмечает важность общения в молодежной среде [1, 157–159]. Она объясняет причины сближения молодых людей в различные объединения. Кроме неё проблема общения рассматривалась многими учеными, была темой многих исследований.

Проблемы знакомства активно изучались Американской социологической ассоциацией. В США изучалась история знакомства в американском обществе, влияние общепринятых норм и правил, касающихся знакомств, на психологию мужчин и женщин [2]. Также изучалось мнение насчет знакомств лиц студенческого возраста, их взгляды, поведение в момент знакомства. Знакомства рассматривались с биологической и психологической точек зрения, изучались особенности встреч лиц с нетрадиционной сексуальной ориентацией [3], выбора партнера. В ходе исследований анализируется широкий круг устоявшихся представлений о том, как меняется процесс знакомства и выбор супруга и определяются изменения и преемственность добрачного опыта в двадцатом веке в Америке. Результаты исследования, проведенного Американской социологической ассоциацией, представлены в табл. 1–3 [4].

*Таблица 1*

Оптимальное место для знакомства	% опрошенных
Бар	18
Клуб	11
Пляж	4
Церковь	2
Общественный клуб	4
Магазин	4
Интернет	18
Работа	22
Фитнес-клуб	7
Другие	9

*Таблица 2*

Цели знакомства	% опрошенных
Любовь	21
Брак	19
Дружба	8
Партнерство по работе	6
Интимные отношения	19
Компания	3
Социальная жизнь	3
Романтика	12
Разговор	3
Обмен опытом	6

*Таблица 3*

Насколько легко опрашиваемые идут на новые знакомства	% опрошенных
Очень легко	17
Довольно легко	6
Легко	17
Довольно сложно	42
Очень трудно	17
Невозможно	3

Институт сравнительных социальных исследований изучил мнение россиян об Интернете как месте знакомства [5]. 33% пользователей Интернета в России положительно относятся к интернет-знакомствам (табл. 4).

Таблица 4

Отношение к знакомствам в Интернете в России	% опрошенных
Положительное	33
Отрицательное	52
Затруднились ответить	15

Гендерных различий в отношениях к интернет-знакомствам в России нет (среди мужчин и женщин поддерживают идею таких знакомств треть опрошенных).

#### Список литературы

1. Лунева О. В. Общение // Знание. Понимание. Умение. 2005. № 4 (дата обращения : 10.02.2011).
2. URL: <http://socyberty.com/sociology/sociology-and-dating/> (дата обращения : 10.02.2011).
3. URL: [http://jrscience.wcp.muohio.edu/reflections/FinalArticles/Dating\\_MatingandRelating.D.html](http://jrscience.wcp.muohio.edu/reflections/FinalArticles/Dating_MatingandRelating.D.html) (дата обращения : 10.02.2011).
4. *Martin King Whyte* «Dating, Mating, and Marriage (Social Institutions and Social Change)», 1990.
5. URL: <http://www.cessi.ru> (дата обращения : 10.02.2011).

## ЦЕННОСТИ И ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ОСУЖДЕННЫХ К ЛИШЕНИЮ СВОБОДЫ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

**О. П. Иванова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Кардинальные перемены, произошедшие в жизни россиян за последние десятилетия, оказали огромное влияние на их ценности, ориентации и жизненные пути. Во всех сферах жизни система ценностных ориентаций является тем «фундаментом», на котором все стоит. Именно с помощью иерархий ценностей, определяемых личностью самостоятельно, возникают те или иные жизненные цели, имеющие для неё существенное значение, и различные способы их достижения. Ценностные ориентации – это не только одно из проявлений массового сознания, но и его ключе-

вой компонент, по уровню развития и состояния которого можно судить об изменяемых характеристиках сознания масс.

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 связи с этим осложняется передача ценностей из поколения в поколение. События последнего десятилетия подтвердили важность нравственности в структуре личности, поскольку именно человеческий фактор оказывается главным при решении социальных, демографических, экономических задач, стоящих перед страной. 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. Поэтому резко увеличивается количество преступлений, совершаемых в обществе, а значит, возрастает число граждан, находящихся в местах лишения свободы.

В открытом социальном пространстве личностные установки и ценностные ориентации человека строятся под воздействием социальной среды и социального окружения. 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. А одной из главных задач наказания является исправление осужденного, что невозможно без изучения его личности, ценностных ориентаций. Изучение личности заключенного помогает решить ряд практических вопросов функционирования мест лишения свободы, применения мер взыскания и поощрения и позволяет судить о результатах исправления.

Проблема изучения ценностных ориентаций находится на стыке нескольких наук: педагогики, психологии, юриспруденции, философии, социологии. Исследованию данной области посвящены труды М. Рокича [1], А. Маслоу [2], А. Г. Здравомыслова [3], В. А. Ядова [4], М. С. Яницкого [5], И. С. Кона [6], А. А. Истомина [7], Г. Ф. Хохрякова [8], В. В. Луисева [9], В. Ф. Пирожкова [10], Ю. М. Антоныяна [11] и других.

Недостаточность и актуальность знаний об особенностях ценностей и ценностных ориентаций заключенных являются источником научной проблемы. Именно поэтому изучение ценностных ориентаций осужденных в наши дни очень актуально.

#### Список литературы

1. *Рокич М.* Природа человеческих ценностей. М., 1973.
2. *Маслоу А.* Мотивация и личность. 3-е изд. СПб., 2008.
3. *Здравомыслов А. Г.* Потребности интересы ценности. М., 1986.
4. *Ядов В. А.* Соотношение ценностных ориентаций и реального (явного) поведения личности в сферах труда и досуга. М., 1975.
5. *Яницкий М. С.* Ценностные ориентации личности как динамическая система. Кемерово, 2000.
6. *Кон И. С.* В поисках себя. Личность и ее самосознание. М., 1984.
7. *Истомин А. А.* Ценностные ориентации осужденных к лишению свободы. Псков, 2010.
8. *Хохряков Г. Ф.* Парадоксы тюрьмы. М., 1991.
9. *Лунеев В. В.* Мотивация преступного поведения. М., 1991.
10. *Пирожков В. Ф.* Направленность личности и мотивы деятельности осужденного к лишению свободы. М., 1967.
11. *Антонян Ю. М.* Изучение личности преступника. М., 1982.

## СЕМЕЙНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЖИЗНИ КАДРОВОГО ОФИЦЕРА

**В. С. Ильин**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В реалиях современного мира любая семья – неповторимый мирок со своими законами и правилами. Из общего ряда российских семей выделяются семьи офицеров, отпечаток на жизнедеятельность которых накладывает профессия «главы семьи». С повышением звания растет и статус всей семьи, частые переезды также вносят свою лепту. Под влиянием этих факторов возможно смешение статусно-ролевых позиций, что приводит к дестабилизации семьи как малой социальной группы. В ходе этого смещения вероятно подмена или смешение ролей отца и начальника, жены и партнера (коллеги).

Так, по результатам социологического исследования, проведенного в августе-сентябре 2010 г. среди кадровых офицеров Энгельсского гарнизона, с повышением профессионального статуса, т. е. звания, взаимоотношения в семьях изменяются. У более половины опрошенных военнослужащих в звании старшего лейтенанта (66,7%) внутрисемейные отношения беззаботные, в свою очередь, напряженность во взаи-

моотношениях с семьей наблюдается у четвертой части респондентов (23,8%). Высокая степень беззаботности отношений объясняется тем, что среди старших лейтенантов доминируют молодые семьи, поэтому по отношению друг к другу супруги все еще испытывают «послесвадебную эйфорию». Пятая часть опрошенных военнослужащих (19%) в звании старшего лейтенанта вообще не интересуется жизнью своего потомства, данный факт можно объяснить малолетством детей, поэтому основной уход осуществляют жены респондентов. С повышением звания до капитана беззаботность во внутрисемейных отношениях уменьшается (40,5%), а напряженность, в свою очередь, увеличивается (31%).

Данные изменения объясняются переходом на следующую стадию жизненного цикла семьи, в ходе которого в основной массе семей взрослеют дети и семьи принимают решение завести второго ребенка. Среди капитанов лишь десятая часть респондентов (11,9%) ничего не знают о жизни своих отпрысков. На следующем этапе офицерской карьеры, т. е. у военнослужащих в звании майора, количество свободного времени увеличивается, дети подрастают и требуют меньшего ухода, поэтому беззаботность во внутрисемейных отношениях растет (61,1%), а напряжение ослабевает (11,1%). Всего лишь 2,2% офицеров в звании майора совсем не интересуются проблемами своих детей. Такая же тенденция наблюдается и у военнослужащих офицерского корпуса в звании подполковника. Характеризуют внутрисемейные отношения как беззаботные почти три четверти опрошенных (73,7%). В свою очередь, наблюдается отсутствие напряженных отношений, что является апогеем благополучия в семьях офицеров. Среди подполковников отсутствуют опрошенные, не интересующиеся судьбой своих детей. Далее у полковников наблюдается спад семейного благополучия и более чем половина респондентов (55,6%) признают наличие безразличия между членами семьи, что можно объяснить стагнацией в сфере общения между супругами. Среди полковников также отсутствуют респонденты, совсем не интересующиеся жизнью своих детей.

Таким образом, семейные отношения с увеличением профессионального статуса, как правило, улучшаются. Отношение к детям с повышением профессионального статуса также меняется в лучшую сторону.

Распределение домашних обязанностей, по результатам многочисленных социологических исследований, является основной причиной конфликтов в семьях, но в офицерских семьях подобной тенденции не наблюдается, что объясняется низкой степенью участия мужей в повседневной жизни, связанной с особенностями трудовой деятельности. Так, более половины (60,2%) офицеров выносят мусор, чуть более трети (38,3%) опрошенных моют посуду, около трети (34,6%) выполняют уборку ванной и туалета, а 16,5%, в свою очередь, выполняют влажную уборку жилья. Боевых подруг, осуществляющих влажную уборку в доме, 66,9%.

Моют посуду 66,2% жен респондентов, 58,8% супруг военнослужащих убирают ванную и туалет. 24,3% женщин, связанных узами брака выносят мусор. Если суммировать полученные проценты у мужа (149,6%) и у жены (212,2%), то становится ясно, что жены выполняют существенно больше видов работ по дому, чем мужья. В большинстве офицерских семей (63,8%) жена распоряжается основной частью финансовых средств из семейного бюджета, что усиливает ношу на ее плечах по поддержанию семейного очага. Но несмотря на низкое участие военнослужащих в семейных делах, в ранге ценностей офицера семья занимает, безусловно, первое место.

Однако рассматривая семейные взаимоотношения через призму профессиональных установок, наблюдается следующее: респонденты реагируют на просьбы своих жен почти так же как и на просьбы коллег, что позволяет говорить о некоторой степени ассоциации. Почти половина опрошенных офицеров (42,2%) реагируют на просьбы обеих сторон утвердительно. Более половины респондентов (63%) сошлются на недостаток времени в этих ситуациях. Не уверены в своем ответе и на просьбы коллег и на просьбы жен около половины опрошенных военнослужащих (46,2%). Почти все опрошенные офицеры (94,1%), отрицательно отвечающие на просьбы жены, не помогают и своим коллегам. Довольно высокие проценты говорят о подтверждении заявленного процесса и о присутствии смещения ролей коллеги и супруга. Также влияние оказывает и новый стиль семейного поведения, в котором жена является партнером. Подобная тенденция, хотя более слабо выражена, существует при сравнении отношения респондентов к детям и к подчиненным. Так, почти половина военнослужащих Вооруженных сил РФ (50,8%), активно интересующихся жизнью своих детей, всегда помогут своим подчиненным, в свою очередь, ссылаются на ситуацию и в том и в другом случае около половины (43,5%) опрошенных военнослужащих. Ответят отрицательно на просьбу подчиненного о помощи почти половина респондентов (40%), не интересующихся своим потомством. Наличие интуитивной взаимосвязи между ролью отца и начальника присутствует, но так как офицеры довольно серьезно относятся к отцовству, эта взаимосвязь слабее выражена, чем между коллегами и женами.

Становится ясно, что невозможно вывести единую систему взаимоотношений в семьях офицеров из-за наличия огромного количества факторов, влияющих на них, что подтверждает необходимость глубокого детального научного анализа данной малой социальной группы.

## СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ МОЛОДОГО ПОЛИТИКА

**И. Ю. Иргискин**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

Когда мы говорим о молодежи, будь то политики, ученые, молодые специалисты, в первую очередь мы говорим о возрасте этих людей. Общепринятый возраст, кого можно считать молодежью, – люди не старше 30 лет. Хотя если мы говорим о молодежи в политике, то здесь необходимо отметить, что в ряде регионов нашей страны возрастной ценз поднят до 35 лет. Политик – это лицо, профессионально занимающееся политической деятельностью. Политическая деятельность может осуществляться в органах исполнительной и законодательной власти, а также в политических партиях. Отличие государственного деятеля от политика состоит в том, что политик ориентируется на следующие выборы, а государственный деятель – на следующее поколение.

Если же говорить о масштабности участия молодежи в политике, то даже на примере Саратовской области можно сказать, что молодежь активно проявляет себя в политике. Так, например, на прошедших выборах в Саратовскую городскую думу было выдвинуто 83 человека в возрасте до 30 лет (включительно), что составляет 23% от общего числа выдвиженцев. Если говорить о других структурах власти, то тут можно назвать и такие цифры: из 14 членов избирательной комиссии Саратовской области три человека также подходят под критерии, озвученные ранее [1].

Но что движет молодежью, идущей во власть? Материальные или социальные выгоды, желание изменить ситуацию в родном городе или области, стремление к власти, почёту? Ответы на эти вопросы неоднозначны.

В начале 2011 г. проводился опрос молодых людей (до 35 лет), основным местом работы которых была политическая сфера отношений. Среди участников опроса большинство – представители Всероссийской общественной организации «Молодая Гвардия Единой России» – 58,3%. Равномерно представлены помощники депутатов Саратовской областной и городской думы и представители молодежного парламента при Саратовской областной думе – по 16,6%. Самой малочисленной группой стали молодые политики из Молодежной избирательной комиссии Саратовской области – 8,3%.

Анализируя участие молодых людей в профессиональной политике, респондентам был предложен открытый вопрос, предлагающий определить три основные причины, по которым они пошли в нее. Определяющими стали: «интерес к политике» – 70,8%, «личные интересы» (к которым относили власть, деньги и социальное положение) – 41,6% и «искреннее желание улучшить ситуацию в городе, регионе, стране» –

33,3%. При этом интерес к политике определяется критерием личностной самореализации (за счет участия в различных госпроектах, грантах, программах) – 45,8% и расширением коммуникационного пространства (12,5%). Совсем незначительным оказался фактор личной predispositionности к политике – 4,2%.

Для 58,3% респондентов политика занимает основное место в структуре жизненных ценностей. Корреляционный анализ показал, что это наиболее амбициозная часть молодых политиков, для которых политика выступает наиболее важной ценностью и которые на данном этапе отличаются своей эмоциональной заряженностью. В формулировках своих ответов они часто используют слова: «возможность», «влияние», «контроль», «ответственность» и др. Для них основными причинами включенности (в 2 из 3 случаев) выступает «интерес к политике» и «искреннее желание улучшить ситуацию в городе, регионе, стране». Политика для них выступает как средство достижения целей в 85,7% случаев, а «власть» как форма определенного действия – «управление», «отстаивание интересов». И уже во вторую очередь понятие власти ассоциируется с определенной системой, помогающей отстаивать волеизъявление народа (25%). Это процентное соотношение подтверждается дополнительным опросом относительно личностной целевой установки в политике – только каждый четвертый в качестве детерминанты своего приобщения к политике указал вариант «забота о населении».

Таким образом, определяя социальный портрет молодого политика, можно отметить, что в большинстве своем это молодежь с высшим образованием (37,5%), либо обучающиеся в вузе на момент проведения опроса (58,3%). Подавляющее большинство опрошенных не состоят в семейно-брачных отношениях. Всех участников опроса можно условно разделить на 2 типа.

– *«Реформаторы»*, которых меньшинство (–25%). Они проявляют интерес к политическим процессам не только с позиции реализации личной выгоды (наличие которой отмечается практически у всех опрошенных), но и с позиции искренней заинтересованности в трансформации общества в лучшую сторону. Для них характерна более эмоциональная реакция на поставленные вопросы и «обогащенная» окраска своих ответов. Они определяют категории «политика» и «власть» вполне адекватным образом – как возможность с их помощью отстаивать интересы своего народа и страны в целом. Понятия «отстаивать интересы» и «ответственность» находятся в тесной взаимосвязи, что говорит о серьезности их политических намерений и, возможно, долгосрочных политических перспективах.

– *«Конформисты»*, которых большинство (–75%). Для них участие в политических событиях в большей степени временное увлечение. Основными причинами их включенности в область политических отношений является возможность реализации своих личностных целей, боль-

шинство из которых определяются лишь стремлением повысить свой социальный статус. Подобное наблюдение соответствует ряду мнений экспертов относительно рассматриваемого процесса. Так, гендиректор Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) Валерий Федоров считает, хорошо, что молодежь аполитична: «Причина в том, что сфера публичной деятельности носит у нас крайне архаичный порядок, сложившийся в 1990-е годы, и слабо отвечает потребностям нового этапа развития страны – все очень забюрократизировано, все партии – “верхушечные”, их влияние на принятие государственных решений минимально. Но вот в политическую сферу госслужбы молодежь идет с большим удовольствием. Хотя бы на два-три года – набраться опыта, связей, капитализации, чтобы занять место в частном бизнесе и прочее. Это говорит о том, что этот “социальный лифт” у нас работает. То, что молодежь не интересуется общественной деятельностью, говорит о том, что страна находится на этапе стабильного развития» [2].

Таким образом, на основе исследований последних лет можно нарисовать собирательный портрет молодого политика. Это конформист, причем демонстративный. Эти молодые люди согласны почти со всем, что делается в сегодняшней публичной политике, и хотя молодые вроде бы всегда славятся нонконформистским поведением, современные исследования по России свидетельствуют об обратном – молодежь не настроена на изменения. Наоборот, они готовы подладиться, подстроиться и занять какую-то нишу в политической и социальной иерархии.

#### Список литературы

1. Сайт избирательной комиссии Саратовской области. URL: <http://www.saratov.izbirkom.ru/> (дата обращения : 15.03.2011).
2. Еженедельный журнал «Профиль». № 47(414). Илона Виноградова. Нонконформизм сегодня не в моде. URL: <http://www.profile.ru/items/?item=10404> (дата обращения : 15.03.2011).

## ПОДАРОК КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

**А. П. Исаева**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В течение многих лет феномен подарка был абсолютно естественным, обыденным явлением, не заслуживающим особого внимания со стороны науки. Подарок как часть повседневной жизни практически не изучался. Однако само это явление существовало еще в большинстве первобытных обществ, дарение было практически основной формой об-

ществленных отношений между кланами, племенами, семьями и индивидуумами. При этом в отношении дарения существовала система вполне определенных, достаточно жестко выполняемых правил и традиций.

Изучение подарка с научной точки зрения началось в середине XIX века. Во второй половине XIX в. закладываются основы многих наук, которые изучают не только глобальные процессы, но и процессы, происходящие внутри общества при взаимодействии индивидов. В то время стали появляться первые исследователи феномена подарка, к которым без сомнения можно отнести Марселя Мосса [1] и Бронислава Малиновского. Эти ученые заложили основы изучения подарка как явления жизни.

Поскольку сущность подарка наполовину является «рыночной», подарки изучали с экономической точки зрения. Для производителей и продавцов чрезвычайно важно знать правила и привычки тех, кто делает подарки: ведь большинство современных подарков покупаются в магазине. Поэтому были проведены исследования на тему подарка, затрагивающие экономический его аспект.

Исследования, проведенные в разные годы в различных западных странах, показали, что большинство людей тратит на подарки 4–5% своего бюджета. По данным британских исследователей [2], на подарки расходуется 4,3% семейного бюджета. Американцы, по результатам опроса, в котором приняло участие более 4 тыс. американских семей, в 1990 г. потратили на подарки в среднем 3,7% годового бюджета, что составило от \$730 до \$1800. Причем три четверти всей суммы было потрачено на рождественские подарки, а остальное – на подарки ко дню рождения, на свадьбу и по другим случаям. Были выделены и гендерные различия: например, женщины дарят намного больше подарков, чем мужчины, зато подарки мужчин более дорогие. По данным американского исследования, 84% рождественских подарков делают женщины (одни или совместно с мужчинами). В последнем случае женщина выбирает подарок, а мужчина оплачивает. Только 16% подарков мужчины делают самостоятельно, без подсказок (или давления) женщин.

В России научный интерес к подарку до недавнего времени практически не проявлялся. Феномен подарка немного освещался только как составная часть ритуалов и обрядов, укоренившихся в нашей культуре. Примерами демонстрации таких обрядов могут быть выступления отечественных коллективов, изучающих фольклорное искусство. Сцены, разыгрываемые ими, включают в себя ритуалы дарения и принятия подарков, но только как один из элементов народной культуры.

Никакая вещь или услуга не являются по своей природе подарочными. Подарок не лежит в магазине. Торговля лишь предлагает товары для выполнения подарочной функции, но станут ли они подарками или нет – это зависит от поведения потребителей. Подарок – это предмет, ставший элементом ритуала, то есть формализованной ситуации взаимодействия. Классическая антропология доказывает отсутствие четкой грани между

подарком и другими видами передачи вещей в другие руки. М. Мосс рассматривал эту область при помощи континуума, с одной стороны которого находится подарок, а с другой – рыночные отношения. Главное же отличие товара от подарка – это бескорыстный характер подарка. Однако это отличие весьма спорно, так как характеризует лишь форму, а не содержание. В подарочном обмене ресурсами может выступать все что угодно, от денег до любви. А. Б. Фенько считает, что любой подарок предполагает то или иное, не обязательно материальное, возмещение. И на основе того, что даритель желает получить взамен, он создал свою классификацию [3].

В основном же подарок выполняет две функции, это разрыв повседневности и поддержание социальных сетей. Социальные сети – это каналы, связывающие индивидуальные позиции как внутри одного социокультурного поля, так и в разных полях. Одной из самых распространённых форм обмена ресурсами является помощь или взаимопомощь. «Блат» – это русское название одного из вариантов такого универсального обмена ресурсами, в основе которого обычно лежат неродственные социальные сети. Его основной принцип: «Ты мне, я тебе». По социальным сетям осуществляется и моральная поддержка, которая часто также имеет огромное значение. Подарок – это форма регулярных инвестиций в поддержание социальной сети, это отношения, символизирующие принадлежность к одной сети.

Государственные деятели с древних времен обменивались подарками, символизируя этим свою готовность поддерживать дружеские отношения. А это доказывает, что подарок играет огромную роль не только в межличностных отношениях, но в отношениях целых государств. Обмен подарками практикуется и в мире бизнеса, что также, безусловно, является актуальным в современном обществе, в частности, в России. Наиболее широко обмен подарками происходит в кругу семьи, ближайших родственников, друзей. На первом месте – муж или жена, на втором – дети, затем братья, сестры и другие родственники и, наконец, друзья. Согласно данным американского исследования, дети получают в 7 раз больше подарков от родителей, чем родители от детей. Американцы также часто дарят подарки учителям, врачам, обслуживающему персоналу и подчинённым на работе, но эти подарки гораздо более скромные по цене, чем подарки членам семьи.

В сфере политических, административных и экономических отношений нередко подарки с трудом отделяются от взятки. Точную, однозначную границу часто установить невозможно, но все же взятка отлична от подарка: она выступает как плата за конкретную услугу, используется в отношениях людей, не являющихся членами одной социальной сети, подарок и услуга близки во времени, а также они примерно эквивалентны по стоимости [4]. Существуют промежуточные ситуации, когда человек дарит подарки с целью проникновения в сеть, которая позволит в буду-

шем обеспечить продвижение по службе или другие преимущества. По существу это взятка, но по форме – подарок.

Вторая функция подарка – это разрыв повседневности. Повседневность – это структура деятельности, которая характеризуется очень большой устойчивостью, повторяемостью на протяжении длительного периода времени. Повседневность – это повторение одних и тех же действий изо дня в день месяцами, годами. Праздник – это разрыв повседневности. Подарок, часто являющийся элементом праздника, – это разрыв повседневного потребления. Если повседневное потребление лишено положительных эмоций, то подарок – это ключевой элемент праздника, источник радости. Также, безусловно, важен сам акт дарения, то, как преподнесен подарок. Это функционально очень важно, поскольку позволяет отделить подарок от других форм перелива ресурсов: помощи, взятки, бартерной оплаты услуги и т. д.

В России подарок обычно дарится в закрытом виде и не показывается публике [5]. В этом есть важный смысл: важно не то, что лежит в упаковке, а сам факт подарка. Кроме того, закрытый подарок устраняет конкуренцию дарителей, не ставит в неловкое положение тех, кто не может дарить дорогие вещи. В Америке, наоборот, принято подарок тут же раскрывать и демонстрировать окружающим. В последнее время эта традиция все активнее внедряется и в России. Ритуал дарения обязательно включает поздравления с событием, пожелания тех или иных благ. Новогодние, рождественские подарки вплетены в контекст праздничной ситуации. Подарок часто кладется под елку «Дедом Морозом». Сказочный ритуал, придуманный для детей, часто в шутливой форме воспроизводится и взрослыми. В основном ритуал дарения ограничен в России двумя сетями: семейно-родственной и дружеской. Обычно на свадьбы, юбилеи семейной жизни, в том числе «серебряные» и «золотые» свадьбы приглашаются члены именно этих сетей. Правда, люди, чья деятельность имеет большой масштаб, используют эти семейные торжества для проникновения в другие социальные сети, приглашая не очень близких коллег, партнеров и других «нужных» людей. В этом случае праздник открыто используется для расширения социальных сетей, извлечения выгоды для себя. В результате многие семейные праздники «больших» людей превращаются в общественные события, в которые вовлекается целый ряд обширных деловых сетей.

Подарок – это текст, с помощью которого даритель определяет кем, с его точки зрения, вообще или в конкретной ситуации является получатель подарка. Например, женщине, которую даритель определяет как домохозяйку, он преподносит тот или иной предмет, полезный в домашнем хозяйстве. Если же определяют как «просто женщину», озабоченную своей привлекательностью, то дарят красивую одежду, парфюмерию и т. п., то есть в зависимости от того, какие нам дарят подарки, мы можем определить отношение дарителей к себе. Подарок всегда имеет социаль-

ное значение, он всегда дарится не просто индивиду, а представителю определенной социальной группы, такой группой может быть, например, категория «возлюбленные».

Подарок, – это не только важный элемент социальных отношений, но и политической, административной, экономической системы. В социологии, психологии, культурологии, этнологии, маркетинге необходимо изучение феномена подарка.

#### Список литературы

1. *Мосс М.* Очерк о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах // Общества. Обмен. Личность. М., 1996.
2. *Фенько А. Б.* Экономика подарка. URL: <http://www.acapod.ru/796.html?printable=y> (дата обращения : 15.03.2011).
3. *Фенько А. Б.* Для чего делаются подарки? URL: <http://www.acapod.ru/601.html> (дата обращения : 15.03.2011).
4. *Ильин В.* Подарок как социальный феномен. URL: <http://www.socnet.ru/> (дата обращения : 15.03.2011).
5. *Шмерлина И.* Подарок как «социальная вещь». URL: <http://socreal.fom.ru/files/sr0705-031-045.pdf> (дата обращения : 15.03.2011).

## УВЛЕЧЁННОСТЬ ФУТБОЛОМ СРЕДИ МОЛОДЁЖИ ГОРОДА САРАТОВА

**Е. А. Калинин**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В наше время футбол – один из самых популярных видов спорта. Динамичность, зрелищность, агрессивность и азартность – главные характеристики этой командной игры. Футболу во всём мире, в том числе и в Саратовской области, уделяется самое пристальное внимание, ведь недаром футбол является видом спорта номер один во всём мире. В футбол играют, им наслаждаются, футбольные матчи (особенно высокого уровня) посещает множество болельщиков. Для некоторых футбол стал занимательным времяпрепровождением, для других он стал смыслом жизни.

В ходе авторского исследования, проведенного в 2010 г. среди молодежи, подростков города Саратова в возрасте от 12 до 28 лет, были выделены три группы любителей данного вида спорта по способу увлеченности футболом. Так, игроки – это респонденты, предпочитающие активный способ увлечения футболом, то есть играть (57,3%). Болельщики – молодёжь и подростки, предпочитающие вместо игры в

футбол просмотр матчей и поддержку любимой команды на стадионе или у экранов телевизора (50,7%) и беттеры – молодёжь, делающая ставки на футбольные матчи в букмекерских конторах (6%). Следует отметить, что каждый участник исследования мог огнести себя сразу к нескольким категориям увлечённости футболом. Результатом исследования послужили сведения о том, что среди юношей преобладают игроки (76,4%) и болельщики (41,5%), в то время как большинство девушек – болельщицы (72,7%). Играют в футбол 11,4% современных девушек.

Большинство опрошенных подростков и молодёжи начали увлекаться и заниматься футболом в возрасте от 5 до 14 лет. При этом среди молодёжи, начавшей увлекаться футболом в возрасте 5–9 лет, в основном преобладают игроки. Болельщики начали увлекаться футболом преимущественно в возрастном интервале от 10 до 14 лет. Беттеры не определились с возрастом начала увлечения футболом.

Игроки преимущественно преобладают в возрастном интервале от 16 до 19 лет (37,2%). Категория болельщиков доминирует среди молодёжи в возрасте от 20 до 23 лет (40,8%) и среди 16–19-летних (39,5%). Любители футбола, являющиеся беттерами, преимущественно юноши и девушки 16–19 лет (55,6%). Наибольшей популярностью данный вид спорта пользуется у юношей и девушек в возрасте от 16 до 19 лет и в возрастном интервале от 20 до 23 лет.

Больше всего в футболе респондентов привлекают азарт и динамичность игры (40,7% и 36,7% соответственно). 32,7% опрошенных юношей и девушек привлекает внешний вид футболистов.

Игроков в футболе больше всего привлекает динамичность игры (51,2%). Среди ценителей азарта игры преобладают болельщики и беттеры (48,6% и 66,7% соответственно). Футболисты и их внешний вид в значительной степени притягивают внимание юношей и девушек, являющихся болельщиками (46,2%). В большинстве случаев футболом молодёжь заинтересовали друзья (55,7%), либо они сами присоединяются к группе любителей данного вида спорта 24%.

За происходящими в «футбольном мире» изменениями в большинстве случаев следят игроки. Среди болельщиков и беттеров преобладают респонденты, не всегда отслеживающие изменения в мире современного футбола (44,7% и 55,6% соответственно). В роли основного источника информации для молодёжи выступает телевидение (54%). Также большой популярностью у опрошенной молодёжи пользуется Интернет (45,3%). От знакомых новости футбола узнают 30,7% респондентов, по радио и из газет по 10% участников анкетирования. Среди игроков наиболее популярным источником информации является Интернет (59,3%). Болельщики чаще всего узнают новости о футболе из телевидения (61,8%). У беттеров так же как и у игроков основным источником информации является Интернет (88,9%).

Удовлетворённость данным видом спорта выразили 65% опрошенной молодёжи. Доля юношей и девушек, не полностью удовлетворённых современным футболом, составила 32%. Не устраивает происходящее в футболе 3% респондентов. Среди игроков наибольшую неудовлетворённость вызывает судейство и качество игры в футбол. Болельщиков в данном виде спорта не устраивает судейство, практически отсутствие русских тренеров, а также отношение футболистов к футболу. Беттеры не удовлетворены коррумпированностью футбола и количеством легионеров, играющих в России.

Также была выяснена предпочтительная позиция на поле для всех участников опроса. Наибольшей популярностью у респондентов вне зависимости от типа увлечения пользуется позиция нападающего, на ней предпочитают играть 29,3%. Популярно среди молодёжи и подростков амплу полузащитника 20%. На позиции защитника на поле выходят 16%, а на позиции вратаря 18% опрошенных молодых людей.

Как и предполагалось заранее, количество молодёжи, предпочитающей смотреть футбольные матчи у себя дома, составило большинство (65,3%). У друзей футбол смотрят (22,7%), а в спорт-барах за трансляциями футбола следит 14% респондентов. Меньше всего поклонников футбола 8% смотрят его на стадионах. При этом большинство (31,3%) предпочитает смотреть матчи с участием любимой команды. 30,7% подростков и молодёжи смотрят футбольные трансляции в свободное время. Матчи с участием национальных команд просматривают 30% опрошенных. Не пропускают ни одного матча 8,7% молодёжи. При этом игроки предпочитают просматривать матчи с участием любимой команды, болельщики – с участием национальных команд, а беттеры предпочитают просматривать футбольные телетрансляции. Наибольшей популярностью у саратовских любителей футбола пользуются отечественные столичные футбольные клубы «Локомотив» и «Спартак».

Итогом социологического исследования послужил сбор необходимой информации об отношении молодёжи и подростков к футболу. Так, было выяснено, что среди молодёжи и подростков преобладают две категории любителей футбола – это игроки и болельщики, меньше всего доля беттеров. Наибольшей популярностью данный вид спорта пользуется у юношей и девушек в возрасте от 16 до 23 лет. Большинство саратовской молодёжи удовлетворено современным футболом и происходящими в нём изменениями.

## ШОПИНГ В ЖИЗНИ САРАТОВСКОЙ МОЛОДЕЖИ

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. Изучение нового понимания совершения покупки является важной частью организации процесса потребления. Шопинг становится не просто необходимостью, но и новым видом отдыха, досугом. Все люди совершают процесс потребления по-разному, под влиянием определенных факторов. Большую роль играют гендерные различия, уровень дохода и образования, семейное положение и другие социальные факторы, влияющие на шопинг. Это подчёркивает 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 [1]. 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.

В настоящее время шопинг превратился в игру с определенными правилами, законами и рисками. Женские журналы предлагают подробные инструкции для достижения максимального удовольствия от шопинга. Во-первых, планирование – определиться, что именно нужно, выбрать подходящие магазины. При этом порция удовольствия получается от предварительного этапа «присматривания», как отмечалось выше, поиска образа-соблазна, товара-желания. В таком случае ожидания совпадают с реальностью, и при покупке потребитель получает удовольствие еще и от осуществления «здесь и сейчас» своей маленькой мечты. Во-вторых, разогрев – чтобы войти во вкус, специалисты предлагают начать «с малого» – ступенчатое нарастание трепета, выдержка дистанции. И наконец-то сам момент покупки. Здесь для максимального эффекта эксперты советуют обратить внимание на атмосферу, ауру, в которой будет совершаться действие. Момент получения удовольствия от процесса покупки и пространства, в котором она будет совершаться, сейчас активно используется крупными компаниями и домами моды при разработке

дизайна своих магазинов (выдержать конкуренцию с покупками через Интернет). Учитывается и тот факт, что для определенного типа покупательниц (современных «Valley Girls») шопинг – удовольствие на целый день. Так, в парижском бутике Christian Dior комната для примерок переходит в гостиную с мягкими диванами, снабженную телефоном, телевизором, видео и лучшим французским шампанским.

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].

Вместе с тем тема шопинга в России является новой и малоразработанной по сравнению с Западной Европой (П. Лунт, С. Левингстон, П. Корриган и т. д.). В 90-х гг. прошлого века в России начали появляться научные работы, затрагивавшие проблемы шопинга [2–3].

Россия обладает социально-экономическими и культурными особенностями, поэтому шопинг в нашей стране имеет определенную специфику, требующую изучения.

#### Список литературы

1. *Клименко О. М.* Феномен удовольствия в культуре. СПб., 2004.
2. *Поведение потребителей.* СПб., 2000.
3. Шопинг – новый вид наркомании // *Социальная психология* / под ред. Г. П. Предвечного. М., 1998.

## **РОК-КУЛЬТУРА В ПРЕДСТАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ГОРОЖАН (на примере города Саратова)**

**М. А. Карелин**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Большинство процессов социального характера находит своё отражение в представителях молодого поколения. Это связано со свойственным молодёжи критическим осмыслением действительности, что может объяснять её наибольшую общественную активность. Стремле-

ние молодёжи к вступлению в неформальные организации может быть объяснено с точки зрения группового познания окружающего их мира и общественных процессов, происходящих в нём. Природу неформальных молодёжных организаций можно оценивать как катализатор современных социокультурных процессов в мировом сообществе. Одним из проявлений молодёжной культуры выступает рок-движение, которое сформировалось на Западе в 50–60-х гг. XX в. как форма противодействия устоявшимся нормам и ценностям, развившееся от бунтарских идей до своеобразного образа жизни и мировоззрения [1, 356]. Однако на сегодняшний день рок-культура представляется больше как элемент мейнстрима, нежели отдельной составляющей молодёжных субкультур (*mainstream* англ. – основное течение – наиболее признанное или популярное направление в какой-либо отрасли: музыка, кино, наука, политика и т. д.).

По результатам авторского социологического исследования, проведённого в сентябре 2010 г., выявлено, что, по мнению большинства жителей г. 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%), а 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 также 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 (83,3%) и среднего поколения (16,7%). Представители рок-культуры также представлены данными возрастными категориями, но доля молодёжи среди них составляет больше половины (58,3%). Интересуются данным движением в основном представители среднего поколения (57,8%). Наименьшая заинтересованность характерна для старшего поколения (13,3%). Респонденты, считающие себя меломанами, представлены в основном молодым поколением (63,2%). Среди среднего поколения таковые составляют 31,6% и старшего поколения – 13,3%.

Проявление негативного отношения к рок-культуре наблюдается в основном у представителей старшего поколения (58,8%), в меньшей степени – у молодёжи (29,4%). Респонденты среднего возраста наиболее терпимы к рок-движению (11,8%).

Таким образом, увлечение рок-культурой, представленное в фанатизме, принадлежность к данному движению характерны для молодёжи, и с возрастом имеют тенденцию к затуханию. Наиболее 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 последователей 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 андерграундных мероприятий (52,4%). Следование особому образу жизни и стилистическим предпочтениям в одежде наименее распространено среди молодёжи. Для данной возрастной категории ценными составляющими рок-культуры являются музыка (85,7%) и смысловая составляющая (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. Особенностью принадлежности к рок-движению данной возрастной категории является участие в организации концертов и мероприятий (33,3%). Наиболее ценными составляющими рок-культуры для представителей среднего поколения также являются музыка и лирика рок-песен. 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%). Пониженная активность среднего поколения в рок-культуре может быть объяснена переосмыслением самого движения и его важности в жизни индивида.

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

Рассматривая рок-движение, стоит отметить, что оно зарождалось как радикальное, контркультурное образование с характерными проявлениями маргинальности (несдержанное поведение на сцене, резкие высказывания и т. д.). Базисным принципом рок-культуры в СССР являлось понимание господствующего культурного канона как чуждого и

враждебного. Подобно зеркалу, рок-культура отражала все изменения в жизни страны и могла в определённых случаях воздействовать на процессы, происходящие в обществе [2, 317].

В настоящее время рок-культура уже не является подпольным движением. Она заняла определённую нишу среди вокально-инструментальных ансамблей. Произошла трансформация рок-движения «из культуры маргинальной, психоделической, чисто молодёжной – в культуру общечеловеческую» [3]. Хотя рок-культура и остаётся уделом молодых, участие в данном движении представителей среднего и старшего поколения стало вполне обыденным. Понимание рок-культуры разными поколениями происходит с позиции музыкального направления и движения, базирующегося на рок-музыке. Мнение о том, что рок-движение – это проявление бескультурия, также имеет место быть. Мнение о влиянии рок-культуры на общественные процессы не актуально. Большинство опрошенных утверждают, что рок-культура и официальная культура существуют независимо друг от друга.

#### Список литературы

1. Шендрик А. И. Социология культуры. М., 2005.
2. Невская Т. Н. Новые подходы к изучению рок-культуры // Изв. РГПУ им. А. И. Герцена. Науч. журн. 2001. № 118.
3. Сыров В. Н. Об одной антиномии рок-культуры // Гармония и дисгармония в искусстве. Н. Новгород, 2007. URL: <http://www.people.nnov.ru/syrov/Rus/Anti.htm>.

## ВОСПРИЯТИЕ ШКОЛЬНИКАМИ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

**М. Ключанова**

*Лицей № 15 г. Саратова*

Стремительно развивающийся процесс глобализации способствует изменению социокультурной ситуации в сфере досуга школьников. Доступность культурного и информационного обмена, обширная сеть интернет-ресурсов, постоянное обновление новых информационных технологий меняют повседневный досуг современных школьников.

Совершенно обычным теперь является виртуальное общение, виртуальное развлечение, знакомство, усвоение различных культурных ценностей в сети Интернет.

Всемирная сеть часто заменяет реальные центры организации досуга школьников. Благодаря своей доступности и колоссальному объёму

информации Интернет сегодня играет важную роль в формировании ценностных ориентаций современных школьников. Всемирная сеть обладает огромным потенциалом, который может быть как созидательным, так и разрушительным для молодого поколения.

Интернет является зеркалом, в котором отражается состояние нашего общества, нашей жизни и культуры, наше миропонимание, качество нашего общения, наша система духовных, культурных и материальных ценностей. В сети Интернет находят отражение негативные процессы, которые распространяются в обществе: агрессия, нетерпимость, жестокость, нравственная распушенность, культ наживы и наслаждения.

Правовой аспект деятельности в Интернете пока на стадии разработки, общественный контроль за размещенной информацией недостаточен.

Проблема языка общения в сети Интернет сегодня наиболее актуальна. Молодежь на сайтах общения пишет безграмотно, копирует устную речь, искажает орфографию, использует некий сленг, что свидетельствует об их деградации, о падении культуры общения.

При всей виртуальности глобальной сети школьники – реально живущие в нашей стране люди. Их речь – показатель интеллектуального и культурного уровня. Для повышения своего престижа в виртуальном пространстве появилось масса средств: игровые комплексы, чаты, блоги, форумы для общения, коллективные виртуальные действия. У школьников виртуальный досуг занимает практически все свободное время. В этом мире они легче адаптируются, у них появляется возможность широкого общения, анонимность высказываний и т. д. Анонимность в виртуальной среде иногда ведет к безответственности в поступках, действиях.

Все-таки большинство школьников используют Интернет в благих целях: получение информации о мировых ценностях, достопримечательностях, изучение различных научных проблем, подготовка рефератов по предметам и т. д.

Восприятие культурных ценностей в глобальной сети позволяет получить доступ к фондам мировых музеев, совершить виртуальные экскурсии по залам музеев страны и мира, познакомиться с шедеврами мировой литературы, истории.

Интернет облегчает поиск необходимой информации при изучении мировых культурных шедевров. Составляя рефераты, школьники активно сочетают интернет-информацию с информацией из книг. Такой вид научной деятельности, несомненно, положительно влияет на развитие школьника.

В сети Интернет широко представлены электронные версии книг, есть возможность посмотреть видеофрагменты о культурных достопримечательностях, познакомиться с культурой разных стран, найти интересную информацию о традициях, обрядах, культурных ценностях различных стран и народов.

Для творческого человека сеть Интернет является способом саморазвития, самосовершенствования. Ведь чтение газет, журналов, различные познавательные сайты помогают школьнику в получении необходимой информации при подготовке к урокам, семинарам, конференциям. Важно научить пользоваться виртуальной подлинной информацией, полезной для самосовершенствования. Необходимо прививать культуру общения в виртуальной среде, больше пропагандировать правильное общение, широко обсуждать проблемы в сети Интернет, в телевизионных передачах, в газетах и журналах.

Современные школьники способны усвоить правила хорошего тона в виртуальном общении. Для этого необходима кропотливая работа в семье, школе, центрах организации досуга. Виртуальная среда тоже может быть обучающей, важна совместная деятельность школьников и взрослых в решении данной проблемы.

## **ХАРАКТЕРИСТИКИ УЧАСТНИКОВ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА НА ПРИМЕРЕ ОНЛАЙН-ИГР**

**И. Кожемяков**

*Тольяттинский государственный университет*

Во второй половине XX в., когда была создана глобальная сеть Интернет, мало кто мог полагать, что ее распространение достигнет таких пределов. Некоторые сайты (такие как Facebook) имеют сотни миллионов пользователей по всему миру. Любая уважающая себя организация обязана иметь свою страничку (сайт) в Интернете. Интернет тесно интегрировался в жизнь множества людей по всему земному шару.

На базе Интернета начали возникать небольшие игры и развлечения, которые могли бы задержать обычного пользователя в Сети. Игры стали быстро развиваться, на базе их усложнения стала развиваться техническая база Интернета, чтобы обеспечить бесперебойную работу игр. Внедрение новой Сети, которая позволит выдерживать огромные нагрузки на сайты, создало благодатную почву для развития таких известных групп сайтов, как социальные сети и онлайн-игры. Именно участникам онлайн-игр и посвящена данная работа.

На сегодняшний момент в глобальной сети Интернет существует большое количество онлайн-игр. Рекламу данных сервисов можно найти на множестве ресурсов, любые поисковые системы на запрос «онлайн-игры» выдают миллионы ссылок на сами игры и статьи по ним. Огромное количество активных пользователей Интернета уже попробовали на себе атмосферу данного вида развлечений. Игры помогают

отвлечься. Помимо этого, в онлайн-играх существуют реальные и неизученные модели общества.

Обычная игрушка становится весьма серьезным развлечением. Пользователи это подтверждают тем, что активно покупают за свои кровные деньги виртуальные развлечения. Доходы игр растут с космической скоростью, что стимулирует их развитие и разнообразие.

С целью изучения характеристик аудитории онлайн-игр было проведено исследование. Оно включало в себя 2 метода: качественный и количественный. Для количественного метода было опрошено 100 человек в двух возрастных категориях: от 18 до 30 лет и от 31 года до 45 лет. Качественный метод представлял собой неформализованное интервью, в котором приняли участие 5 участников онлайн-игры возрастом от 30 лет и с активным игровым стажем не менее 5 лет.

Мы предположили, что принимать участие в онлайн-играх людей заставляет малое количество друзей в реальном мире. Данная гипотеза не оправдалась, так как всего 6% респондентов заявило, что общается со своими друзьями в реальной жизни, из чего можно сделать вывод, что игры не являются средством поиска друзей. Еще больше эта гипотеза нашла опровержение в процессе интервью, все интервьюируемые сообщили, что в игру их привели друзья из реальной жизни.

Следующая гипотеза нашего исследования заключалась в том, что вкладывать деньги в игру людей движет не желание сделать проект лучше, а стремление возвысить себя над конкурентами. Она не нашла своего подтверждения, 90% респондентов ответило, что вкладывая деньги, они стремятся сделать проект лучше, и всего 30% респондентов совершает финансовые вливания ради того, чтобы возвысить себя среди конкурентов. Во время проведения интервью основной мыслью наших собеседников во время ответа на вопросы о платных услугах было то, что они ощущают комфорт в игре, но не ощущают преимущества перед бесплатными пользователями, зато их очень заботит, станет ли проект лучше от их вложений, что лишний раз опровергает данную гипотезу.

Мы продолжили тему вкладывания реальных денег в виртуальную игру, но решили соотнести ее с семейной жизнью. Мы выдвинули предположение, что людей побуждает вкладывать деньги в игру нереализация себя в семейной жизни. В количественном исследовании эта гипотеза не оправдалась, о чем говорит то, что в игру вкладывает деньги 52% респондента, что ниже цифры в 73%, которая показывает количество процентов респондентов, состоящих в браке. Интервью дали аналогичный результат, в ходе разговора были выделены другие причины (стремление помочь администраторам развивать игру, желание ощущать больший комфорт в игровом процессе).

Напоследок мы решили проанализировать социальную составляющую игры, другими словами, выяснить значимость общения с партнерами по игровому процессу. Анализ мы провели с помощью специ-

альной гипотезы, которая звучала так: «Возможно, для людей старшего поколения в игре сам процесс уступает возможности общения». В количественном исследовании респондентам было предложено с помощью пятибалльной шкалы оценить значимость различных компонентов игры. В результате данная гипотеза оправдалась, о чем говорит то, что общение на форуме они оценили выше, чем игровой процесс (средняя оценка 3.92 за форум, против оценки 3.40 за игровой процесс). Интервью подтвердило результаты опроса, все интервьюируемые респонденты дали понять, что без общения они с большей долей вероятности уже покинули бы игру.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что для большинства игра стала средством общения. Игра прочно закрепилась в сознании человека, заставляя его на протяжении нескольких лет каждый день заходить в игру. В игре стало складываться общество, и насколько оно принципиально новое, необходимо изучать.

## КРИТЕРИИ УСПЕХА МОЛОДЫХ

**А. Ф. Коркин**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

Преобразования в культуре и обществе закономерно отражаются на таком социальном феномене, как жизненный успех, особенно для молодого поколения. В связи с этим актуальным становится исследование сущностных характеристик жизненного успеха, выявление содержания, противоречий формирования и тенденций изменения представлений об успехе у такой социальной группы, как молодежь.

Жизненный успех является сложным многомерным явлением. Сложность изучения жизненного успеха у молодых обусловлена его противоречивым характером.

Во-первых, можно говорить о противоречии субъективного и объективного в успехе. С одной стороны, успех субъективен, так как соотносится с личностными критериями успешности – неуспешности, с индивидуализацией своей личности в социальной среде. С другой стороны, успех объективен, так как обусловлен социальными стереотипами успешности, стремлением не быть изолированным от окружения, стремлением быть признанным в социальной группе, самоутвердиться в ней.

Во-вторых, жизненный успех является результатом жизнедеятельности личности, выстроенной в логике последовательных достижений, а также отправным пунктом, целью, направляющей личность на ее жизненном пути.

В-третьих, существует противоречие между жизненными притязаниями и реальными возможностями для их реализации. Это обусловлено нестабильностью социальной среды, особенно для молодых людей, и неготовностью, неумением их же к проектированию своей жизни.

Все это делает актуальной проблему жизненного успеха, а если быть точнее, проблему содержания критериев и секретов успеха у молодежи, изучению которых и посвящена данная работа.

Актуальность темы также подтверждается большим интересом, проявленным к ней в свое время многими социологами: В. И. Бакштановским, М. Вебером, Г. Л. Тульчинским, Ю. А. Согомоновым, В. А. Чуриловым [1, 2].

В каждом человеке изначально заложен огромный потенциал, пик которого приходится именно на возраст молодых. Поэтому даже если человек уже является успешным или еще думающим о перспективах своей будущей жизни, он может перестать быть безликим и неуспешным. Как этого добиться? Как стать успешным в свои молодые годы? Как раскрыть свой потенциал? И по каким критериям оценивать свои достижения?

Средний класс в больших городах живет, сконцентрировавшись на одном божественном желании индивидуалиста. Имя бога-язычника эпохи потребления – Успех. Успех мотивирует, активизирует и вдохновляет. Поэтому когда человек молод, когда в нем много сил, идей и время на их реализацию, он может раскрыться и стать частью этого успеха.

Особенности представлений молодежи размыты тем, что данная группа находится на ранней стадии жизненного цикла. Поэтому жизнь воспринимается молодыми по идеальному стандарту: жизненный успех составляют как достижения в семейной сфере, так и достижения в профессиональной сфере.

Следует сказать, что традиционные семейные ценности занимают центральное место в иерархии ценностей современной молодежи. Семья рассматривается как главный критерий успеха, к которому другие критерии могут присоединяться с разной степенью частоты.

В рамках данной работы был проведен опрос среди студентов СГАУ им. Н. И. Вавилова, направленный на выявление представлений молодежи о критериях успеха. Результаты свидетельствуют о наличии в молодежной среде ориентации на прагматический успех, т. е. стремлении обеспечить себе нормальное социальное положение за счет материального благополучия.

Сегодня успех в российском обществе ассоциируется не столько с профессиональной самореализацией, сколько с деловой предприимчивостью, умением «успеть», «ухватить». Замещение ценностей профессионального труда материальными ценностями является вполне закономерным процессом и может рассматриваться, на наш взгляд, как реакция на экономический кризис, нестабильность жизни, продолжающуюся инфляцию.

По результатам исследования такие качества, как «наглость», «хитрость», «эгоизм» рассматриваются молодежью как менее необходимые качества для достижения успеха в современном российском обществе. Напротив, на первый план выходят такие качества, как «целеустремленность», «образованность», «уверенность в себе», «коммуникабельность», «профессионализм и трудолюбие».

В заключение можно обобщить представления молодых о жизненном успехе. Итак, «Я успешен», если:

- творчески самореализован и чувствую себя счастливым;
- меня окружают комфортные в общении люди, то есть я сам создаю себе позитивную коммуникативную среду;
- у меня есть ровно столько денег, сколько нужно, чтобы обеспечить мне душевное равновесие и достойное качество жизни;
- у меня есть признание моего успеха со стороны людей, которых я уважаю.

Успех в молодые годы не цель, а образ мышления. И этот образ, по мнению самих же молодых, можно создать, и для многих он становится реальностью. В успехе тоже есть этика – этика уважения к себе, к своему душевному равновесию. Ведь никто не сможет заставить быть более успешным, чем он сам.

#### Список литературы

1. Манько Ю. В., Оганян К. М. Социология молодежи. М., 2008.
2. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира. М., 2003.

## **ПРОДУКТ-ПЛЕЙСМЕНТ КАК НОВЫЙ ВИД РЕКЛАМЫ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ**

**В. Коротин**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Продукт-плейсмент – это размещение определённой торговой марки, самого товара или услуги в кинофильме, телесериале или телевизионной программе, также их фигурирование в художественном произведении [1]. На сегодняшний день продукт-плейсмент – один из наиболее востребованных маркетинговых инструментов, в большинстве случаев не воспринимаемый как реклама и именно поэтому безотказно выполняющий рекламные функции. Однако, несмотря на то что все больше компаний осознают это и стремятся использовать его при продвижении товаров, технологии в каждом конкретном случае существенно различаются, алгоритм выстраивается заново, а нормативно-правовая база практически отсутствует.

Разместить продукт-плейсмент в кинофильме (сериале, телепередаче) можно тремя способами. Такое размещение продукта-плейсмента может быть визуальным (мы видим продукт или бренд), вербальным (продукт или бренд упоминаются в речи персонажа) или динамическим (товар, услуга или бренд органически вплетаются в сюжет и являются неотъемлемой его частью).

Теперь обратимся к примерам таких размещений.

Примером визуального размещения может выступать демонстрация в кадре растворимого напитка в боевике с Брюсом Уиллисом «Восход Меркурия». Герой фильма – мальчик, больной аутизмом, реагировал только на этот напиток. Примером вербального продукт-плейсмента может выступать закусочная «Тако Белл» в фильме «Разрушитель»: «Только Тако Белл пережил ресторанный войну. И теперь все рестораны у нас – Тако Белл» (это фраза из диалога Сандры Баллок с Сильвестром Сталлоне).

Примером динамического размещения может выступить демонстрация ходовых характеристик мотоцикла «BMW Cruiser R 1200» в гонках по крышам жилого квартала в фильме «Завтра не умрет никогда», восемнадцатом фильме неподражаемой бондианы. Этот способ предоставляет возможность преодолеть ограничения рекламы, налагаемые действующим законодательством, и продемонстрировать продукт в наиболее выгодном свете.

Чтобы определить, является ли продукт-плейсмент рекламой с точки зрения действующего российского законодательства, следует обратиться к определению, приведенному в п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе». Согласно данному закону, реклама – это информация (в графической, звуковой, текстовой или иной форме), которая:

- адресована неопределенному кругу лиц, т. е. заранее невозможно определить, какие конкретно лица и в каком количестве подпадут под ее воздействие;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [2].

Продукт-плейсмент наделён по сравнению с традиционной рекламой определенными преимуществами.

1. Невысокая стоимость – размещение в кино в несколько раз, с экономической точки зрения, более эффективно, чем размещение рекламных роликов на телевидении.

Минимальный бюджет, с которым компания может разместиться в сериале, составляет примерно \$30–50 тыс. Естественно, что с таким бюджетом провести рекламную кампанию на телевидении невозможно. Также отпадают расходы на придумывание концепции рекламного ролика, кастинг актеров для него и сами съемки.

2. Большой и длительный охват целевой аудитории – повторы сериалов, передача прав на другие телеканалы (центральные, региональ-

ные, зарубежные, кабельные, спутниковые), выпуск DVD-дисков и так далее [3].

Продукт-плейсмент уже достаточно прочно вошел в нашу повседневную жизнь. Появилось множество публикаций, исследований, посвященных этому вопросу. Даже имеются иронические попытки найти продукт-плейсмент там, где его не может быть по определению, например, в фильмах Леонида Гайдая и Эльдара Рязанова. Это армянский коньяк и Советское Шампанское в фильме «Бриллиантовая рука», сигареты «Мальборо» в фильме «Иван Васильевич меняет профессию» и «Служебном романе», сигареты «Столичные» в фильме «Невероятные приключения итальянцев в России», машина «Волга» и магнитофон «Грюндиг» в фильме «Берегись автомобиля» [4]. Конечно, есть соблазн «записывать» в продукт-плейсмент все подряд. При желании можно попытаться найти упоминания о различных товарах и марках и в произведениях классической литературы. Но глупо настаивать на том, что это продукт-плейсмент девятнадцатого века.

Просто всё дело в том, что очень часто у автора фильма или книги есть объективная потребность, создавая тот или иной образ, воспользоваться для этой цели известными брендами. Так, например, поступал Ян Флеминг, когда создавал Джеймса Бонда. Мы все прекрасно знаем, на чем ездит супершпион с правом на убийство, что он пьет, одежду какой марки носит. Однако как раз именно в этом и состоит тайная сила продукта плейсмента, что очень трудно доказать факт оплаты упоминания того или иного бренда в художественном произведении. А по российским законам рекламой считается только та информация, которая оплачена именно как реклама [4].

Многие связывают возрастание интереса к технологиям продукта плейсмента с ужесточением российских законов, ограничивающих рекламу (до 9 минут в час) и продажу алкоголя и табачных изделий. В определенной степени это справедливо. Однако было бы ошибкой думать, что это единственная причина резко возрастающего внимания к такой пока еще нетрадиционной для нас форме продвижения товаров.

Отправной точкой российского продукта плейсмента можно считать выход в широкий прокат фильма «Ночной Дозор». ROMIR Monitorig Group было проведено социологическое исследование. 1700 респондентам, которые изначально посмотрели фильм «Ночной Дозор», было предложено назвать те бренды, которые им встретились в российском блокбастере. Тройку лидеров возглавил МТС; на втором месте согласно проведенному исследованию оказалась торговая марка «Нескафе», а на третьем месте – «Нокиа». После «Ночного Дозора» последовал «Дневной Дозор», «Ирония судьбы. Продолжение» и так далее. Сейчас уже практически любой фильм, выходящий в российский прокат, содержит продукт-плейсмент.

Мы все знаем, что герои фильмов не случайно пользуются теми или иными марками часов, автомобилей, телефонов, пьют определен-

ное вино и носят одежду определенных марок. Западные и уже российские компании готовы платить огромные деньги за то, чтобы именно на их автомобиле Джеймс Бонд участвовал в очередной захватывающей погоне. Иногда стоимость продукта плейсмента окупает затраты на производство фильма еще до его выхода на экраны. И ввиду жёсткой конкуренции на рынке кино- и телеиндустрии, создателей фильмов и сериалов можно понять.

#### Список литературы

1. *Тамберг В. Б.* Продукт-плейсмент // Коммуникации. 2006. № 11.
2. О рекламе: ФЗ от 13.03.06 г. № 38-ФЗ (принят Государственной Думой РФ 12.01.06 г.) // Собрание законодательства РФ. 2007. № 1. Ст. 3.
3. *Борисенко И. Н.* Product Placement и закон о рекламе // Маркетинг-журнал «4Р». URL: [www.4P.ru](http://www.4P.ru) (дата обращения : 07.06.2008).
4. *Лебедев-Любимов А. Н.* Психология российского продукта-плейсмента // Маркетинг-журнал «4Р». URL: [www.4P.ru](http://www.4P.ru) (дата обращения : 10.10.2005).

## ЧИТАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ САРАТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО

**В. А. Костенко**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Чтение занимает важное место в жизни современного студенчества. Так, по результатам авторского социологического исследования, проведенного методом анкетирования в сентябре 2010 г. [1] было выявлено, что практически все студенты (96,7%) интересуются чтением\*. Причем для большинства (72,5%) чтение является способом познания нового и получения нужной информации. Однако каждый шестой респондент (13,4%) считает чтение литературы пустой тратой времени и бесполезным занятием, что связано прежде всего с расширением современной индустрии развлечений. Тем не менее, можно отметить преобладание положительного отношения к чтению как процессу, помогающему человеку развиваться и приятно проводить при этом время.

---

\* В ходе исследования было опрошено 150 человек, среди которых 36 студентов обучаются на геологическом факультете (из них 27 юношей и 9 девушек). 27 респондентов являются студентами социологического факультета (из них 6 юношей и 21 девушка); 24 человека обучаются на факультете нано- и биомедицинских технологий (из них 16 юношей и 8 девушек). Студентами ИФиЖ являются 63 человека (из них 8 юношей и 55 девушек). Выборка вероятностная, квотная, с элементами стратифицированной. Стратами являются образовательные направления (факультеты).

Читательские же предпочтения студентов, интересующихся художественной литературой, весьма разнообразны и включают в себя произведения русской (61,9%) и зарубежной (57,3%) классики, поэзию (31,5%), современную прозу (13,7%), фантастику (35,5%) и детективы (20,2%). Большинство респондентов (80%) также используют учебную литературу и книги для самообразования, что говорит о высокой роли чтения в образовательном процессе студента. Традиционные печатные носители информации (87,1%) остаются привычными и популярными, однако новые форматы все более уверенно входят в жизнь студентов. Почти половина опрошенных (44,2%) читает электронные книги, а каждый пятый респондент (12,9%) наравне с чтением бумажных изданий слушает аудиоверсии любимых книг. Таким образом, благодаря электронным средствам чтение стало более доступным, а также более разнообразным по тематическому спектру.

Главными каналами получения книг для чтения являются покупка (63,8%), скачивание из Интернета (57%) и неформальный круг друзей (44,3%). Городской библиотекой как источником получения книг пользуется лишь каждый пятый студент (14,3%), что связано с ростом книжного рынка и сужением возможностей библиотек. Из числа респондентов, покупающих книги (63,8%), более половины (57,4%) приобретает их для своей домашней библиотеки, однако количество книг в домашних библиотеках невелико – от 100 до 500 книг. Покупают книги для чтения охотнее респонденты с относительно высоким потребительским статусом (75%), для которых проблематичным является только приобретение крупных дорогостоящих вещей. Получение книг от друзей и знакомых распространено во всех социально-демографических группах (38,3%).

В соответствии с частотой прочтения книг и газет были выделены несколько типов читателей среди студентов. Так, «активному» типу свойственно ежедневное чтение. Несколько раз в неделю читают «типичные» читатели. Чтение несколько раз в месяц характерно для «умеренного» читателя. «Малочитающему» типу соответствует чтение несколько раз в полгода. Также была выделена категория «нечитателей».

Было выявлено, что при читательской активности респондентов увеличивается разнообразие целей чтения. Так, для «активного» читателя характерно восприятие чтения как возможность узнать что-то новое (83,3%), а также приятное времяпрепровождение (79,2%). Считают чтение способом отвлечься от повседневных забот почти половина «типичных» читателей (43,6%). Примечательно, что для «малочитающих» студентов чтение является скучным занятием (29,4%), но тем не менее, они признают высокое значение чтения в познании нового (47,1%).

Важное место в жизни студенчества занимают периодические издания. 70% респондентов читают газеты, что говорит о потребности аудитории в дополнительной информации о жизни общества в различных сферах жизнедеятельности. Среди «активных» читателей выделяются

студенты института филологии и журналистики (61,5%). Показатели равнодушия к газетам высоки среди студентов социологического (25,6%) и геологического факультетов (32,6%).

Наиболее «активные» читатели предпочитают общественно-политические (69,2%), а также развлекательные газеты (69,2%). «Умеренные читатели» знакомятся в основном со спортивной прессой (35,3%). Скандальной прессой интересуются «нечитающие» респонденты (33,3%)

Таким образом, основные особенности «активного» читателя – это восприятие чтения как возможность почерпнуть что-то новое для себя, а также приятное времяпрепровождение. Такой студент чаще всего читает с целью удовлетворения своих эстетических и познавательных потребностей. Доля «активных» читателей наиболее высока в ИФиЖ (50%).

«Типичного» читателя характеризует отношение к процессу чтения как к средству отдыха, способу отвлечься от повседневных забот. Доля «типичных» читателей также наиболее высока в ИФиЖ (52,7%).

Для «умеренного» читателя свойственно чтение с целью подготовки к учебным занятиям. Основным препятствием к чтению названо отсутствие или недостаточное количество свободного времени.

Основными особенностями «малочитающего» студента является отношение к чтению как к скучному, но все же полезному занятию. Доля «малочитающих» высока на геологическом факультете (47,1%).

Для «нечитателя» характерно восприятие чтения как занятие скучное, требующее больших усилий. Больше всего «нечитателей» на геологическом факультете – 66,7%.

Данные типы читательской активности могут быть применены в организации работы вузовских библиотек, а также при формировании рынка книжной продукции.

## **ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА им. Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО И ЭНГЕЛЬССКОГО ПРОМЫШЛЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ТЕХНИКУМА**

**М. А. Курканина**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В настоящее время уровень патриотизма среди студенчества снижается, понятия государства и отечества перестают быть ценными для современной молодежи. Исследования этой проблемы проводил Всероссийский центр общественного мнения 5–6 июня 2010 года [1], а также фонд «Общественное мнение» [2].

Объектом данного исследования являются студенты Саратовского государственного университета (СГУ) и Энгельсского промышленно-экономического техникума (ЭПЭТ). Исследование проводилось с января по март 2011 года. В нашем опросе принимали участие респонденты в возрасте от 17 до 21 года, из них 60,5% мужчины и 39,5% женщины. Треть опрошенных студентов имеют постоянную или временную работу. По результатам исследования, только 2% студентов состоят в политических партиях или организациях. Среди названных: национал-большевистская партия и Молодая гвардия «Единой России». Таким образом, подавляющее большинство студентов не состоят в политических партиях или организациях, что говорит о низком уровне политической активности. В качестве индикатора уровня патриотизма нами был предложен вопрос-ситуация о возможности работы без вознаграждения на благо страны в период кризиса. Анализ результатов показал, что большая часть студентов (60,5%) не согласилась бы работать без вознаграждения, почти четверть выразили готовность помочь своей стране и чуть более 15% предполагают такую возможность, но при определенных условиях, таких как наличие полных или частичных выплат по выходу страны из кризиса и возможность получить в дальнейшем любое вознаграждение. Это говорит о том, что студенты в основном не поставили бы в подобной ситуации интересы государства выше своих собственных, так как любой человек ориентирован в первую очередь на обеспечение собственного комфорта и комфорта своей семьи. На вопрос-ситуацию о том, согласились ли бы студенты раскрыть государственную тайну за большое (100 000 рублей) вознаграждение и отсутствие неблагоприятных последствий мы получили следующие результаты: большинство студентов (63%) склонны к тому, чтобы не раскрыть государственную тайну за денежное вознаграждение. Мы предполагаем, что это хорошая тенденция и связана с ответственностью перед своим государством и в определенных ситуациях постановкой собственных интересов ниже государственных. Однако 1,4% опрошенных решились бы раскрыть государственную тайну, но за гораздо большее денежное вознаграждение. Указывались суммы в 700 тыс. руб. и 100 тыс. евро.

В ходе дальнейшего анализа мы выявили, что 53,7% студентов знают традиции своей страны, 35,4% не знают ни одной традиции своей страны и 10,9% респондентов уклонились от ответа на этот вопрос. Кроме того, 78,1% студентов, знающих традиции своей страны, указывали в качестве примера традиции, связанные с празднованием светских праздников, 45,3% – традиции, связанные с празднованием христианских праздников, а также указывались свадебные традиции, приметы и поверья, традиции национальной русской девиации. Таким образом, большинство студентов знают традиции своей страны, так как многие из них связаны напрямую с повседневной жизнью молодежи. Любопытно, что студентов Саратовского государственного университета, знающих традиции своей страны,

оказалось больше (71,9%) чем студентов Энгельсского промышленно-экономического техникума (49,3%).

Чтобы узнать, проявляют ли студенты свою гражданскую позицию, мы предложили им ответить на вопрос: «Участвуете ли Вы в политических выборах?». Оказалось, что среди девятнадцатилетних учащихся 87,9% тех, кто не участвует в выборах, среди двадцатилетних – 64,7%, а в ряду тех, кому 21 год – 54,6%. Это напрямую свидетельствует о том, что уровень политической активности студентов крайне низок. Показательно то, что женщины более активно (17,2% против 9%) участвуют в политических выборах. Однако с увеличением возраста прослеживается рост тех, кто участвует во всех или практически во всех выборах. Так, активно голосующих в возрасте 19 лет 10,4%, в возрасте 20 лет – уже 19,4%, а среди тех, кому 21 год, – 45,5%. Это положительная тенденция на фоне практически полного отсутствия проявления своего политического мнения.

Респондентам было предложено ответить на вопрос «Кто я такой?», и по результатам анализа данных мы составили рейтинг. В первую очередь студенты определяют себя как гражданина России (28,6%). 22,4% студентов просто сказали бы «человек», 19,7% тех студентов, которые идентифицируют себя через национальную принадлежность. На четвертом месте в рейтинге позиция «мужчина (женщина)» (18,4%). Значительно реже студенты определяют себя как представителей определенной профессиональной группы (10,2%). Интересен тот факт, что 66,9% студентов склонны определять себя как патриота своей страны, причем, мужчины более расположены к тому, чтобы так себя назвать (70,1% против 62,1%).

Мы попросили респондентов оценить действия Правительства РФ, поскольку, на наш взгляд, это один из важных индикаторов политической активности молодежи. Так, поддерживающих действия Правительства РФ оказалось 17,2%, склонных не одобрять действия правительства оказалось 34%. Остальные в равной степени поддерживают и не поддерживают действия Правительства РФ. Достаточно показательным является факт, что студентов, не поддерживающих действия Правительства РФ, оказалось больше, чем их одобряющих. Наиболее знакомыми и заслуживающими одобрения действиями Правительства РФ оказались действия в социальной сфере, внешней политике и антитеррористической деятельности. Наименее одобряемыми оказались действия в сфере образования, экономики, военной сфере и МВД. Таким образом, выявлены наиболее противоречивые зоны в деятельности руководства страны.

В результате исследования мы выяснили, что большинство студентов (59,2%) считают брак с иностранным гражданином однозначно допустимым. Кроме того, 14,3% опрошенных предполагают такую возможность при определенных условиях. В качестве условий респонденты указывали такие факторы, как наличие взаимопонимания (15,4%), уважение иностранцем России и российских традиций (15,4%), условие

проживания за границей (23,1%) и др. Это является, скорее, следствием мирового интегративного процесса, когда страны проводят политику сближения народов. То же самое подтверждает и то, что больше половины (57,1%) студентов склонны поехать в другую страну на постоянное место жительства. Респонденты указывали периоды пребывания за границей в 15 и более лет (6,8%), от 5 до 7 лет (4,8%) и на всю оставшуюся жизнь (25,9%). Стоит отметить, что студенты СГУ гораздо более склонны к браку с иностранцами (84,5%) и переезду в другую страну (69,1%), чем студенты ЭПЭТ (68,6% и 46,1% соответственно).

Подавляющее большинство опрошенных юношей (82,8%) годны для службы в армии по состоянию здоровья. Причем процент тех, кто при любых условиях пойдет служить в армию, составляет 28,1%, что составляет менее трети всех опрошенных и говорит о низком авторитете силовых структур России. В ходе анализа результатов выявилось что большинство студентов (27,2%) считают, что служба в армии должна быть добровольной. Это свидетельствует о низком стремлении молодых людей защищать своё государство. С другой стороны, 15,6% считают, что молодым людям полезно служить в армии.

Подводя итоги, стоит отметить, что в целом уровень патриотизма молодежи довольно низкий, однако можно выделить многие положительные моменты, количество которых будет, безусловно, увеличиваться с возрастом у молодых студентов. Те же тенденции отмечаются и в особенностях политической активности студенчества.

#### Список литературы

1. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 1522. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=13603> (дата обращения : 02.12.2010).
2. База данных ФОМ. Патриотизм. URL: [http://bd.fom.ru/cat/socium/val\\_/patriotizm](http://bd.fom.ru/cat/socium/val_/patriotizm) (дата обращения : 02.12.2010).

## **НЕФОРМАЛЬНАЯ ПОМОЩЬ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПРИ СДАЧЕ ЭКЗАМЕНА НА ПРАВА**

**Н. Кушнир**

*Тольяттинский государственный университет*

Число автомобилистов на улицах города растет с каждым годом. Следовательно, увеличивается и количество тех, кто хочет получить права на вождение автомобиля. Для обучающихся в автошколах рано или поздно встает вопрос о том, возможно ли самому сдать экзамен в ГИБДД без какой-либо неформальной помощи?

Активные обсуждения на форумах, предлагающих различные пути решения проблемы, рассказы об очередной (восьмой или десятой) попытке сдать экзамен на права побудили нас провести собственной исследование, целью которого стало выявление неформальных способов оказания помощи при сдаче экзамена на права. В ходе исследования нами были проанализированы интернет-форумы.

Экзамен в ГИБДД делится на две части: теоретическая и практическая. Практическая часть, в свою очередь, проходит сначала на автодроме, а затем в городе.

Как показал анализ интернет-форумов и интервью, теоретический этап экзамена практически ни у кого не вызывает затруднений. Здесь у экзаменуемых существует убеждение, что данный этап экзамена зависит только от собственных знаний. Как впрочем отсутствуют какие-либо свидетельства о неформальной помощи для сдачи экзамена.

Практическая часть экзамена вызывает противоречивые суждения. Основная масса участников форумов убеждает, что сдать экзамен возможно самому, но не с первого раза: «все сам сдал, теорию со второго и практику со второго без денег и всего подобного!» (Павел), «как русский сдавал перекрестился да и пошёл в первой группе и сдал на С сразу а вот легковую запарол, но через недельку всё равно без взятки сдал как честный гражданин РФ» (Юрий), «вчера сдала сама, с первого раза, теория без ошибок, площадка тоже, город просто супер» (Екатерина). Однако есть и такие, кто говорит о невозможности сдачи экзамена без неформальной помощи: «без денег невозможно» (Константин).

В результате анализа интернет-форумов и интервью было выявлено априорное убеждение экзаменуемых в том, что без финансового сопровождения экзаменаторов экзамен не сдать. Среди экзаменуемых существует большое количество историй о том, что компьютеры специально настраивают таким образом, чтобы невозможно было сдать, во время практической части специально сбивают с толку. Однако стоит отметить, что на форумах чаще говорят о противоположном.

В ходе проведения исследования нас интересовали разновидности неформальной помощи для сдачи экзамена и то, каким образом эта помощь предоставляется. Нами были найдены несколько форм такой неформальной помощи.

Во-первых, помощь предлагается напрямую самими экзаменаторами. Как отмечают на форумах, данный вид помощи предлагается не так уж часто. Однако, если подобная помощь предлагается, то происходит зачастую наедине во время сдачи практической части экзамена.

Вторая разновидность неформальной помощи – помощь через инструкторов автошкол. Такой механизм неформальной помощи, судя по отзывам на форумах, является наиболее распространенным. В ходе обучения инструктор напрямую или косвенно намекает на невозможность сдачи экзамена самостоятельно.

Третью разновидность неформальной помощи мы выяснили уже в ходе глубинного интервью с экзаменующимися. Такой помощью стала оплата дополнительных услуг – занятий на автодроме. Данный вид дополнительных услуг необязателен и может быть оказан только по желанию обучающегося. Однако оказание данной услуги существенно облегчает сдачу экзамена.

Четвертой разновидностью помощи в сдаче экзамена в ГИБДД стала помощь знакомых, имеющих необходимые «связи». В данном случае экзаменующийся формально присутствует на экзамене. Теоретическую часть сдать необходимо, так как в здании идет запись. В данном случае, как отмечают интервьюеры и посетители форумов, на столе находится листок с правильными ответами, или компьютеры настроены так, что любой ответ будет верным. Практическая часть вообще не сдается.

Таким образом, проведя анализ интернет-форумов, а также результатов интервью, можно говорить о существовании различных разновидностей неформальной помощи при сдаче экзамена на права. Однако стоит подчеркнуть еще раз глубокое убеждение экзаменующихся в невозможности сдать экзамен самостоятельно, однако при этом большинство из тех, кто уже сдал экзамен, говорят об обратном.

## **ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ИХ РЕШЕНИЯ**

**С. В. Лихоненко**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

На сегодняшний день проблема загрязнения окружающей среды сложна и серьезна. Автомобили загрязняют воздух, но дают людям возможность передвижения. Фабрики загрязняют воздух и воду, но они предоставляют работу людям и производят необходимые товары. Удобрения и пестициды важны для сельского хозяйства, но они могут разрушать почву, выделяют вредные испарения [1].

В прошлом году индекс загрязнения атмосферного воздуха Саратова был превышен в три с лишним раза. Стоит ли удивляться, что в последнее время врачи отмечают рост числа больных раком легких и кожи [2].

Что же делать для борьбы с загрязнением окружающей среды?

Принимаются меры административного воздействия. Например, Росприроднадзором за 2010 г. на предприятиях Саратовской области было проведено 146 проверок. Для устранения нарушения было выдано 270 предписаний, из них выполнено 222 предписания. По невыполненным предписаниям велась постоянная работа по наложению административных штрафов. Так, за 2010 г. направлено мировым судьям

41 дело (29 – по предприятиям ТЭЖ, 12 – по подземной воде), из них по 30 делам приняты положительные решения, наложены штрафы на сумму 198,0 тыс. рублей [3].

В Татищевском районе Саратовской области в 1963 г. был заложен полигон для хранения радиоактивных отходов, которые использовались в медицинских аппаратах, полиграфическом оборудовании и в различных сферах народного хозяйства. Через некоторое время татищевский полигон стал больше: одно место для захоронения отходов было заполнено и законсервировано, построили еще одно, которое на сегодня активно заполняется. Строится еще третье место для РАО – в эксплуатацию его пустят в этом году. Объем строящегося хранилища надземного типа запланирован в 5 тыс. кубических метров. Но из декларации о намерениях, полученных правительством области от Саратовского отделения Росатома – РосРАО – следует, что госкорпорация хочет увеличить хранилище, и достаточно серьезно – с 5 до 150 тыс. кубических метров. Специалисты говорят о том, что в течение 26 лет в Татищевский район будут свозиться радиоактивные отходы не только из Приволжского федерального округа, но, возможно, и из других регионов России и даже других стран [4], то есть Саратовскую область планируется превратить в радиоактивную «помойку». В эту проблему активно вмешалась общественность и журналисты. По итогам обсуждения было принято решение о создании межкомиссионной рабочей группы по ведению мониторинга сложившейся ситуации.

Существует ещё одна проблема. Многие предприятия не могут позволить себе новое оборудование и приспособления для очистки тех или иных отходов. Эксплуатация старого оборудования – ещё один источник загрязнения природы.

Хотя новых, современных технологий достаточно количество. В городе Балаково, например, используют новый метод очистки воды. Воду очищают не жидким ядовитым хлором, а поваренной солью, той самой, которая продается в любом продуктовом магазине. Подобный способ фильтрации сейчас применяют и в других российских городах, но только в Балаково воду солью очищают в масштабах всего города. При соляной очистке хлор тоже выделяется, но в минимальных концентрациях. Балаковский водоканал планирует новый эксперимент по очистке воды еще и ультрафиолетом [5].

Компания «Биосфера» начала разработку новых программ. Одна из них – проект «Предельно допустимые выбросы». В нем разрабатываются оптимальные мероприятия по защите атмосферного воздуха, обеспечивающие снижение приземных концентраций вредных веществ в жилой зоне до минимальной. Или, к примеру, другой проект под названием «Санитарно-защитная зона». Он создан для обоснования предлагаемой границы санитарно-защитной зоны хозяйственного или промышленного объекта. В проекте разработаны предложения по озеленению и бла-

гоустройству территории объекта и санитарно-защитной зоны, а также по уменьшению отрицательного воздействия на близкорасположенную жилую застройку [6].

Окружающей средой должны заниматься не только правительство и предприятия, но и сам человек. Посмотрите на наш город, на наши улицы. Вряд ли их можно назвать чистыми. Поэтому начать можно и нужно с малого: перестать захламлять город. Каждому жителю нужно быть честолюбивее и в своем доме, и в своем городе, и на своей работе, показывая тем самым высокий уровень своей культуры.

#### Список литературы

1. Загрязнение окружающей среды. URL: <http://engmaster.ru/topic/3182?data=topicart&id=3182> (дата обращения : 11.02.2011).
2. Российская газета. Средняя Волга: Саратов. URL: <http://www.rg.ru/2007/11/14/reg-saratov/ekologia.html> (дата обращения : 11.02.2011).
3. Официальный сайт «Управление федеральной службы по надзору в сфере природопользования (Росприроднадзора) по Саратовской области». URL: <http://www.gpn-saratov.ru/action/> (дата обращения : 11.02.2011).
4. Интернет-газета «Балаково Медиа». URL: <http://www.balakovomedia.ru/publ.php?id=41948> (дата обращения : 11.02.2011).
5. «Саратов в сети» новости в Саратове. URL: <http://saratov.ms/tag/zagrzazn-jali/> (дата обращения : 11.02.2011).
6. Биосфера. URL: [http://www.biosfera-saratov.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57&Itemid=81](http://www.biosfera-saratov.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=81) (дата обращения : 11.02.2011).

## МОДА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

**Д. Ломоносова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Мода является одним из самых широко известных феноменов социальной жизни, неизменно пользующихся живым интересом не только со стороны ученых, но и со стороны людей, сталкивающихся с ним в обыденной жизни.

Возникновение и социальное утверждение моды не событие, а процесс, причем процесс длительный, постепенно развивавшийся внутри и из старых социальных форм. Некоторые из этих форм составляют постоянный и повсеместный социокультурный фон, на котором мода может возникнуть, а может и не возникнуть. К ним относятся те же ценности игры и демонстративности, присутствующие всегда и везде. Другие формы, предшествующие возникновению собственно моды, составляют ре-

зультат исторического развития. Возрождение принесло с собой первые слабые ростки моды. В XVIII в. мода стала влиять на поведение узких кругов знати, нарушавших национальную и региональную замкнутость. Но только в XIX в. сформировалось породившее ее множество факторов: промышленные, политические революции, технические нововведения, уничтожение сословных, межнациональных и межрегиональных барьеров, урбанизация, массовизация социально-экономической, культурной жизни и т. д. Именно поэтому можно утверждать, что мода в социально значимом масштабе возникает в европейском обществе в XIX веке. Если ранее существовали элементы моды в отдельных элементах социальной системы, то начиная с этого времени существует система моды в социальной системе. В настоящее время мода становится одним из социальных регуляторов поведения широких слоев населения индустриально развитых и развивающихся стран.

Период конца XIX – начала XX в. характеризуется огромным интересом к вопросам моды, который нашел отражение в появлении обширной литературы, посвященной истории одежды и моды, закономерностям их развития. Предметом социологического анализа мода становится только в XIX в., когда сама социология оформляется как наука. Мода привлекала и продолжает привлекать к себе внимание представителей различных отраслей гуманитарного знания: философов, социологов, экономистов, культурологов, лингвистов, психологов, историков и др.

В современной отечественной социологической литературе анализу современного состояния моды в России посвящено значительное число публикаций отечественных социальных психологов [1–4]. Среди выдающихся зарубежных социологов, отводивших важное место изучению моды в своих работах, можно назвать Г. Зиммеля, Г. Тарда, В. Зомбарта, Г. Спенсера, Г. Блумера, Т. Веблена [5–10].

Дать определение этому явлению не просто. Понятие моды у большинства людей ассоциируется с господствующей в течение короткого отрезка времени манерой одеваться или со сменой одних эталонов внешних форм культуры другими. Однако современная мода не ограничивается одеждой или внешними формами культуры, она пронизывает весь образ жизни человека, охватывает широчайший круг явлений – экономику, политику, музыкальные и литературные пристрастия, речь, манеры, способы общения. Масштабы этого сложного и многогранного феномена таковы, что «трудно назвать такую область социально-экономической и культурной жизни, где бы не сказывалось его влияние» [11, с. 4]. Мода есть и непрерывная изменчивость, и стабильная устойчивость. Меняются конкретные стандарты моды, но это изменение становится привычным, постоянным.

Как и определение моды, так и отношение к ней – неоднозначно. По данным опроса, проведенного «Левада-центром», «Мода: что это и кто на нее ориентируется?» в 2010 г. большинство россиян (72%) говорят, что

не стремятся соответствовать каким-либо модным тенденциям. 26% респондентов считают в той или иной степени для себя важным следовать моде [12].

Данные опроса говорят, что 20% респондентов считают, что выбор модной одежды в первую очередь предполагает ориентацию на внешний вид большинства окружающих людей. Дорогую и качественную одежду под «модной» подразумевают 17% респондентов. 12% считают, что стремящиеся одеваться модно должны ориентироваться на новейшие модели. Еще 12% отвечают, что «модно одеваться» значит стараться привлекать к себе внимание яркими цветами и нестандартными решениями.

Влияние моды имеет как положительные, так и отрицательные стороны. С одной стороны, с помощью моды можно стимулировать развитие производства товаров, совершенствовать структуру потребительского рынка. Человек – существо социальное, и внешний вид часто играет важную роль при установлении контактов и личных отношений, ведь межличностные отношения определяются не только социальным статусом, эмоциональными и идеологическими пристрастиями, духовной близостью, но и внешним видом, т. е. мода влияет на формирование внешнего облика индивида и его социализацию. В политическом отношении «модный фактор» также может сказаться на принятии судьбоносных решений, способных повлиять на будущее, также мода связана и с проявлением ценностей в повседневной жизни общества. Мода служит одним из тех языков, на котором каждая культура сама «говорит» о себе.

Отрицательное влияние заключается в утрате индивидуальности личности, подмене истинных ценностей, которая впоследствии может привести к деградации личности. Мода из века в век с предельной четкостью отражает общественное положение людей разного достатка, разных сословий, сохраняет классовые различия в жизни общества.

В настоящее время основными носителями модной одежды и пропагандистами моды является молодежь. Молодежь – активная, мобильная социальная группа, со своими ценностями, устремлениями, организациями, самосознанием и собственной культурой. «Реализуя собственные функции, молодежь обеспечивает сохранение целостности общества (преemptивность), участвует благодаря своему инновационному потенциалу в его совершенствовании и преобразовании, а также передает (транслирует) обновленный опыт последующим поколениям» [13, с. 675]. Модная одежда, индивидуальный стиль – неотъемлемая часть ее жизни. «Для многих людей модная одежда становится самостоятельной ценностью, а отсутствие ее наносит удар по самоощущению» [14]. Современная молодежь – своеобразный синоним к слову «мода», потому что модное поведение становится более значимым, предоставляет возможность определения, фиксации установок, вкусов, интересов и потребностей молодого человека.

## Список литературы

1. *Поршнев Б. Ф.* Социальная психология и история. М., 1966.
2. *Парыгин Б. Д.* Социальная психология как наука. Л., 1967.
3. *Гофман А. Б.* Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М., 2004.
4. *Ятина Л.* Мода глазами социолога: результаты эмпирического исследования // Социология и социальная антропология. 1998. Т. 1, № 2.
5. *Зиммель Г.* Избранное : в 2 т. Т. 2: Созерцание жизни / пер. с нем. М., 1996.
6. *Тард Г.* Законы подражания. СПб., 1992.
7. *Зомбарт В.* Народное хозяйство и мода. СПб., 1904.
8. *Спенсер Г.* Синтетическая философия. Киев, 1997.
9. *Blumer H.* Fashion: from Class Differentiation to collective Selection // The Sociological Quarterly. 1969. Vol. 10, № 3.
10. *Веблен Т.* Теория праздного класса. М., 1984.
11. *Гофман А. Б.* Мода и люди, или новая теория моды и модного поведения. М., 2000.
12. Аналитический центр Юрия Левады (Левада-Центр). 25.08.2010. Мода: что это и кто на нее ориентируется? URL: <http://www.levada.ru/press/2010082506.html>. (дата обращения : 27.03.2011).
13. Социологическая энциклопедия / отв. ред. В. Н. Иванов. М., 2003. Т. 1.
14. Статья «Вечные ценности и модные безделушки». URL: <http://www.lechaim.ru/ARHIV/171/msc.htm> (дата обращения : 27.03.2011).

## **РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА О СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЕ ИНВАЛИДОВ (на примере Саратовской области)**

**Д. В. Мазаев**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Региональная социальная политика является одним из направлений государственной региональной политики. Для изучения интересующей нас проблемы – социальной защиты инвалидов – следует обозначить взаимосвязь между региональной и социальной политикой.

Из множества определений региональной политики, которые сегодня представлены в литературе, наиболее универсальным нам представляется следующее. Региональная политика – составная часть государственной политики, которая направлена на организацию национального пространства в соответствии с избранной стратегией развития. Региональная политика – это своеобразный компромисс между региональными интересами государства и местными интересами самих регионов. При этом более важными признаются интересы регионов, потому что именно от успешного развития регионов зависит развитие

государства в целом, в силу того, что региональные власти располагают более точными данными о реальном положении дел и проблемах в регионе. Региональной политикой можно считать только такую систему действий и намерений, которая реализует интересы государства в отношении регионов и внутренние интересы самих регионов способами и методами, которые учитывают природу современных региональных процессов. Целью региональной политики является создание условий для динамичного, сбалансированного социально-экономического развития регионов, повышение уровня и качества жизни населения, обеспечение гарантированных государством социальных стандартов для каждого ее гражданина [1].

В структуре региональной политики лидирующее положение занимает социальная политика, нацеленная на повышение благосостояния и благополучия населения, удовлетворение потребностей жизнедеятельности населения, достижение максимально возможного уровня и качества жизни и обеспечение равных возможностей для участия в социально-экономической и политической жизни региона всех граждан. В большинстве случаев, говоря о социальной политике государства, мы подразумеваем действия правительства, направленные на распределение и перераспределение доходов различных членов и групп общества. Так можно определить социальную политику в узком смысле слова. В широком смысле социальная политика – это одно из направлений макроэкономического регулирования, призванное обеспечить социальную стабильность общества. Посредством социальной политики в рыночной экономике реализуется принцип социальной справедливости, предполагающий определенную меру выравнивания положения граждан, создание системы социальных гарантий для всех слоев населения. В условиях рыночных отношений следует особо выделить адаптационную функцию социальной политики. Данная функция подразумевает создание механизмов, способствующих безболезненному включению всех социальных групп населения (инвалидов, пенсионеров, молодежи и др.) в рыночные отношения. Особенно это важно для инвалидов, которым необходимо обеспечить реабилитацию, медицинскую помощь, беспрепятственный доступ к объектам социальной инфраструктуры (медицинские учреждения, торговые центры, организации культуры, досуга и спорта), предоставить специализированную жилую площадь, возможность получить профессиональное образование, обеспечить занятость инвалидов на рынке труда, достойное материальное обеспечение, санаторно-курортное лечение, транспортное обслуживание и др. [2].

Реализация региональной политики в сфере социальной защиты инвалидов осуществляется согласно нормативно-правовой базе, в которой прописаны цели и задачи социальной защиты инвалидов и полномочия федеральных и региональных властей. На сегодняшний день в РФ соци-

альная защита инвалидов регламентируется Федеральным законом «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» № 181-ФЗ от 24.11.95 г. Согласно данному закону социальная защита инвалидов в РФ представляет собой систему гарантированных государством экономических, социальных и правовых мер, обеспечивающих инвалидам условия для преодоления, замещения (компенсации) ограничений жизнедеятельности и направленных на создание им равных с другими гражданами возможностей участия в жизни общества [3].

Однако не все направления по работе с инвалидами, обозначенные специальным законодательством, реализуются в полной мере успешно. Некоторые проблемы требуют к себе более пристального внимания и на федеральном, и на региональном уровнях. Ощутимых успехов удалось достичь в области санаторно-курортного лечения, медицинской (обеспечение льготными медикаментами) и материальной (пенсии по инвалидности, протезирование) помощи инвалидам.

В Саратовской области насчитывается свыше 150 тыс. инвалидов, из них более 40 тыс. – инвалиды I группы, 6% – дети-инвалиды, 40% – инвалиды трудоспособного возраста. Согласно данным службы занятости населения, только 1127 инвалидов имеют постоянную работу. В сфере реабилитации в Саратовской области охват детей-инвалидов реабилитационными мероприятиями в специализированных учреждениях составил в 2010 г. 92%. В то же время охват инвалидов старше 18 лет реабилитационными мероприятиями 8%. В области действует 6 выездных бригад, созданных на базе ЦСОН (Центр социального обслуживания населения), для обслуживания пожилых граждан и инвалидов. Они охватывают 6517 инвалидов Саратовской области. Согласно исследованиям лишь 43% (1545 из 3539) социально значимых объектов Саратовской области доступны инвалидам, в г. Саратове – 13% (162 объекта из 1190). На сегодняшний день ни одна остановка общественного транспорта в г. Саратове не приспособлена для беспрепятственного пользования инвалидами. Подобная ситуация сложилась и в целом по области. Согласно опросу 61% инвалидов сталкивается в общественном транспорте с труднопреодолимыми препятствиями или вообще не в состоянии воспользоваться этими услугами. Проблема транспортно-обеспечения влечет за собой проблему трудоустройства инвалидов, лишает их доступа к объектам социальной инфраструктуры, культуры, досуга, спорта. Количество учреждений социальной защиты населения, территориальных органов министерства социального развития области, дооборудованных приспособлениями для инвалидов (пандусы, специальные лифты) – 0. Ни один инвалид или семья с детьми-инвалидами в Саратовской области не имеют специально приспособленного жилья. Хотя следует отметить, что инвалидам предоставляется льгота на оплату квартплаты и коммунальных услуг в форме ежемесячных денежных выплат.

Для решения подобных проблем в 2011 г. в Российской Федерации начала действовать государственная целевая программа «Доступная среда», рассчитанная на 2011–2015 годы. Согласно которой принята областная целевая программа «Доступная среда» на 2011–2013 годы. Цель данного документа – решение стратегических задач по обеспечению инвалидов приспособленным жильем и соответствующими транспортными услугами. Программа предусматривает к 2013 г. обеспечить приспособленным жильем 1377 семей (из общего количества 5322 семьи согласно статистике 2010 года). В сфере транспортного обеспечения предпочтение отдается созданию сети «Социальное такси», которое на сегодняшний день пользуется большим спросом среди инвалидов. К 2013 г. количество дополнительных транспортных услуг службы «Социальное такси» планируется увеличить до 12 540. Планируется закупить 8 низкопольных автобусов для постановки на маршруты межмуниципального сообщения (при общем количестве муниципальных районов в Саратовской области – 38). Предстоит дооборудовать приспособлениями для инвалидов 30 социально значимых объектов. Количество учреждений здравоохранения, дооборудованных приспособлениями для инвалидов, должно возрасти с 0 до 30. Необходимо увеличить количество выездных бригад помощи инвалидам с 6 до 20, и довести охват населения ими до 19 820 человек. Особого внимания к себе требует проблема занятости инвалидов на рынке труда, в связи с чем предполагается трудоустроить до 1195 инвалидов (на сегодняшний день трудоустроено 1127 инвалидов) [4].

Реализация данных мероприятий дает крайне малый эффект и не меняет сколько-нибудь значимо положение инвалидов в обществе в лучшую сторону. Несмотря на то, что средства будут затрачены огромные – почти 1,5% процента областного бюджета. Более 50% средств, предусмотренных программой на обеспечение специализированным жильем, предстоит потратить также из областного бюджета. Ситуация, прямо скажем, не вызывает оптимизма. Очевидно, что недостаточность материальных средств местного бюджета не может способствовать успешной реализации принятых законов. В таком случае, на наш взгляд, необходимо привлекать для решения подобных проблем общественные организации и частные лица, которые могли бы спонсировать или выступать в роли меценатов в деле социализации инвалидов. Возможно создание благотворительных организаций и фондов, которые бы занимались сбором средств, как финансовых, так и материальных, для инвалидов. Сегодня в Саратовской области уже действуют различные общественные волонтерские организации – «Молодежь плюс», «САВ-ВА», благотворительный фонд «Кто, если не я» и др. Целесообразно было бы развивать данные и создавать новые общественные организации и благотворительные фонды, основанные на адресном принципе: отдельно организации и фонды для детей-инвалидов, для взрослых и

для пенсионеров. В деле организации досуга, культурно-массовых мероприятий можно договориться с театрами, музеями о том, чтобы хотя бы раз в месяц они предоставляли право бесплатного посещения инвалидам. А доставкой инвалидов на данные мероприятия вполне мог бы заняться «Саратовгорэлектротранс». Организацией спортивных мероприятий, при поддержке спонсоров, могут заняться районные фитнес-центры, спортивные школы и секции, факультет физической культуры Пединститута и др. Проводить их можно в школах и на стадионах. Такие компании, как «Волгателеком», «КОМСТАР-ОТС» могли бы предоставить инвалидам бесплатный доступ в Интернет. В самом Интернете можно создать какой-либо портал или социальную сеть, в которой инвалиды смогут общаться друг с другом. Также можно договориться с газетами, информационными порталами Саратова и саратовских вузов о предоставлении услуг освещения в СМИ текущей ситуации в сфере социальной защиты инвалидов: кто, когда, сколько пожертвовал; на что и сколько было потрачено денежных средств; какие мероприятия для инвалидов проводились, и кто их спонсировал и др. Но одних только благотворительных организаций и меценатов мало. Необходимо привлекать общество, а особенно молодежь. Для этого необходимо возрождать «возрастные» молодежные организации (к примеру, по типу скаутских), готовые работать на добровольных началах с данной категорией населения, т. е. развивать волонтерское движение для решения всевозможных социально-экономических и социально-культурных вопросов. Правительство, в свою очередь, должно заниматься пропагандой данных организаций.

Возможно, что перечисленные инициативы не принесут значимого результата на начальном этапе, но важно не количество, а качество. Не важно, сколько человек получили помощь, главное – придавать это гласности. Тогда это станет популярным. А подобное отношение к проблеме инвалидов будет способствовать самоорганизации и служить делу развития гражданской инициативы и ответственности.

#### Список литературы

1. Основы регионоведения. Опыт разработки лекционного курса / под ред. Г. В. Дыльнова. Саратов, 2003.
2. *Чернышов А. Г.* Регион как субъект политики. Саратов, 1999.
3. Саратовская областная целевая программа «Доступная среда». Саратов, 2010.
4. URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения : 11.02.2011).

## СОЦИАЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-СЕТИ В ЖИЗНИ ГОРОЖАН: ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ СРЕЗ

**М. В. Макеева**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Социальные интернет-сети начали развиваться в начале XXI в., первоначально появившись в Америке, а затем распространившись по всей Европе. На основе виртуальной коммуникации в русском сегменте сети Интернет начали формироваться совершенно новые социальные общности – так называемые сетевые сообщества: локальная сеть реально взаимодействующих в Интернете людей, использующих для этого общее средство общения, объединенных по принципу более-менее постоянных контактов на основе общего интереса.

На сегодняшний день наиболее популярными социальными сетями в России являются «Одноклассники» и «ВКонтакте», предназначенные не только для студенческой аудитории, но и для широких масс пользователей.

По результатам авторского социологического исследования, проведенного в сентябре 2010 г., выявлено, что 98,7% представителей молодого, 91,1% среднего и 52,9% старшего поколения осведомлены о существовании социальных интернет-сетей.

Для большей части опрошенных социальные интернет-сети – это в первую очередь средство для общения, однако роль социальной сети как пространства для создания групп по интересам возрастает для молодого и среднего поколения. Так, 15,4% молодого и 15,9% среднего возраста используют социальные сети для поиска групп по интересам. Социальные сети используют для новых знакомств 12,5% молодого и 9,1% среднего возраста опрошенных. Старшее же поколение использует социальные сообщества для поиска старых друзей чаще, чем молодое и среднее поколение (14,3% от респондентов данной категории).

В настоящее время социальные сети активно входят в жизнь горожан. Так, 91% всех молодых являются зарегистрированными в интернет-сетях. С возрастом функция данной коммуникации снижается, достигая лишь 82,1% пользователей среднего поколения и 35,3% старшего поколения.

При этом наиболее активными пользователями является молодежь. Так как 64,8% всех опрошенных данной категории ежедневно посещают интернет-сообщества. Частота посещения социальных интернет-сетей с увеличением возраста снижается. Так, три–пять раз в неделю посещают социальные сети 16,9% молодого, 23,9% среднего и 16,7% участников опроса старшего поколения. Один раз в две недели посещают интернет-сообщества 19,6% среднего возраста и 50% пользователей старшего возраста.

Рейтинг популярных интернет-сетей возглавляет социальная сеть «Одноклассники». В ней зарегистрированы 82,1% респондентов. С увеличением возраста растет количество пользователей данной социальной сети. Второй по популярности является социальная сеть «ВКонтакте», ее пользователями являются 47,2% горожан. 38,2% участников пользуются социальной сетью «Мой Мир». На сайте «LovePlanet» зарегистрировано 22% опрошенных. Интернет-пользователями социальной интернет-сети «LiveInternet» являются 12,2% горожан.

Однако среди тех, кто до сих пор не зарегистрирован в социальной сети, основными причинами отказа от регистрации называют отсутствие интереса (51,6%), возможности выхода в Интернет (32,3%), свободного времени (25,8%), навыков пользования компьютером (6,5%), а также навыков владения Интернетом (6,5%).

Тем не менее, в наше время в социальных сетях знает практически каждый. Социальные сети пользуются бешеной популярностью и имеют десятки миллионов пользователей. На сегодняшний день сложно найти пользователя, не зарегистрированного хотя бы в одной социальной сети. Аудитория пользователей социальных сетей приходится как на молодое, так и на старшее поколения, ими пользуются все от мала до велика. В наши дни для старшего поколения возрастает роль социальных сетей. В то время, когда молодежь создает группы по интересам и сосредоточивается на поиске новых знакомств, старшее поколение ищет старых знакомых. Социальные сети в ближайшее будущее будут развиваться и разрастаться по мере увеличения пользователей Рунета, и мы уже не сможем представить жизнь без коммуникаций в социальных интернет-сетях.

## **СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН ЭВТАНАЗИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**А. А. Малаев**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

По определению голландского законодательства, эвтаназией называется всякое действие, направленное на то, чтобы положить конец жизни той или иной личности, идя навстречу ее собственному желанию, и выполненное незаинтересованным лицом.

Проблема эвтаназии возникла не сегодня и не вдруг. Свое летоисчисление она начинает в глубокой древности. Уже тогда она вызывала многочисленные споры среди медиков, юристов, социологов и психологов. Отношение к умышленному ускорению наступления смерти неизлечимо больного, даже с целью прекращения его страданий, никогда не

было однозначным. Английский философ Фрэнсис Бэкон (1561–1626) для обозначения легкой безболезненной смерти ввел термин «эвтаназия» (от греч. *euthanasia*, *eu* – хорошо, *thanatos* – смерть), то есть хорошая, спокойная и легкая смерть, без мучений и страданий. В современных публикациях на русском языке используются два термина: «эвтаназия» и «эйтаназия» [1].

Надо сказать, что сам термин «эвтаназия» отличается крайней противоречивостью, что затрудняет однозначное толкование, вызывает терминологическую путаницу. В зависимости от определения термина меняется и подход к проблеме эвтаназии. Различают пассивную и активную эвтаназию.

Когда речь идет об эвтаназии, возникают два вопроса – моральный (что можно сказать о характере человека, совершающего подобные действия?) и юридический (должны ли подобные действия быть запрещены законом?).

Разберем моральные аспекты в эвтаназии. Одни утверждают, что хотя эвтаназия является безнравственной, её не следует запрещать в законодательном порядке.

Другие утверждают, что хотя эвтаназия не во всех случаях неправильна, она не должна быть разрешена законом. Один из вариантов этого аргумента утверждает, что эвтаназия нравственно допустима только в редких случаях, но даже там ее следует запретить, так как этой практикой до того легко злоупотребить, что легализация эвтаназии принесет больше вреда, чем добра. Другой вариант гласит, что легализация ставит пожилых людей в затруднительное положение выбора: либо продолжать жить, либо смертью уйти с дороги – положение, в которое никого нельзя ставить.

Именно сильные боли и являются обычно причиной просьбы больного ускорить наступление смерти, а потому она является вынужденной и неискренней. Здесь врач должен противостоять им с помощью богатого выбора обезболивающих средств, которыми сегодня располагает медицина, а не идти на поводу у больного. Другое дело, когда, например, человек находится в состоянии комы длительное время и сознание его уже потеряно безвозвратно, а прогрессивные медицинские технологии позволяют проводить жизнеподдерживающее лечение сколь угодно долго. Встает вопрос – нужно ли это? Однозначных ответов, увы, нет [2, 3].

Многие ученые опасаются, что формальное разрешение эвтаназии может стать определенным психическим тормозом для поиска новых более эффективных средств диагностики и лечения тяжелобольных, а также способствовать недобросовестности в оказании медицинской помощи таким больным. Реанимационная помощь им требует не только больших материальных затрат, но и огромного напряжения физических и душевных сил обслуживающего медперсонала. Отсутствие надлежащего лечения и ухода может стимулировать требования больного ускорить смер-

тельный исход, что позволит врачу полностью прекратить всякое лечение и уход за тяжелым больным. И в этом еще одна из причин необходимости правового регулирования данного вопроса.

Более общим явилось мнение, что эвтаназия с моральной точки зрения допустима только в исключительных случаях, но в таких случаях следует ее узаконить. Законодательные инициативы в тех странах, где она допускается, разрешают эвтаназию только в исключительных случаях.

На данный момент существуют четыре места, в которых действует разрешение на эвтаназию, – Нидерланды, две части Америки и Северная территория Австралии. Только в Северной территории эвтаназия официально разрешена законом. В Орегоне (законодательным актом) и в двух частях Соединенных Штатов (решениями Апелляционных судов второго округа (Нью-Йорк и др.) и девятого округа (Калифорния, Орегон и др.), лишающими силы установленные законом запреты) врач может выписывать пациенту, но не давать сам вызывающие смерть препараты. В Нидерландах самоубийство с помощью врача и активная (добровольная) эвтаназия запрещены законодательным актом, но разрешены на практике. По заявлению суда врач, умертвивший (или способствовавший в самоубийстве) своего пациента при определенных обстоятельствах, не признается виновным. Этими законами и политикой установлены три условия:

- 1) эвтаназия должна быть добровольной,
- 2) только врач может оказывать помощь или осуществлять эвтаназию,
- 3) состояние пациента должно быть с медицинской точки зрения неудовлетворительно.

Естественно, в каждой стране есть свой вариант процессуальных охранных против злоупотребления этим правом.

Из этих случаев, так же как из политической агитации в поддержку эвтаназии и из аргументов ее философски настроенных защитников, можно извлечь то, что существует общепринятое разрешение на эвтаназию – врач может привести в действие добровольную эвтаназию или оказывать помощь в самоубийстве пациенту, находящемуся в безнадежном положении (напр. в случае страданий, унижительного положения или неминуемой смерти).

Приведем доводы за и против эвтаназии.

Аргументы ЗА:

1) статья 20 Конституции говорит о том, что каждый имеет право на жизнь. Если человек никому не обязан своей жизнью – значит, он является ее полным хозяином и может сам решать проблему своей смерти [4];

2) в основе общепринятого разрешения эвтаназии лежит принцип самоуправления, то есть утверждение, что каждый человек имеет право принимать свои собственные решения о действиях, которые влияют исключительно на него самого;

3) даже в соответствии с ч. 2 ст. 7 УК РФ наказания и иные меры уголовно-правового характера, применяемые к лицу, совершившему престу-

пление, не могут иметь своей целью причинение физических страданий. Так чем же законопослушный гражданин хуже преступника? Где гуманность? Справедливость?

Аргументы ПРОТИВ:

1) декларация по эвтаназии (принята 39-й Всемирной медицинской ассамблеей, Мадрид, Испания, октябрь 1987): эвтаназия, как акт преднамеренного лишения жизни пациента, даже по просьбе самого пациента или на основании обращения с подобной просьбой его близких, неэтична;

2) по сути, эвтаназия есть убийство одного человека другим, – медиком. А убийство даже безнадежно больного человека, даже по его собственному желанию противоречит самой сущности врача и среднего медработника. Призвание, которому они посвящают жизнь, – борьба со смертью, а не помощь ей;

3) в клятве Гиппократа прямо указано: «... я не дам никому просимого у меня смертельного средства и не покажу пути к осуществлению подобного замысла».

Говоря об эвтаназии, нельзя не упомянуть об отношении мировых религий к ней. Традиционные религии отвечают на вызовы и угрозы современного мира в зависимости от вероучительных основ и по отношению к эвтаназии не проявляют единодушия. Хотя активная эвтаназия рассматривается как неприемлемая большинством традиционных учений, в каждом из них находятся представители, которые считают возможным сделать ряд оговорок. Убийство из милосердия – концепция атеистического сознания, однако искусственное продление жизни человека не всегда оправданно. Ответ на вопрос о допустимости эвтаназии зависит от того, что именно считать смертью. Медицина все время отодвигает «границу смерти», разрабатывая способы возвращения к жизни больных, которые еще несколько лет назад считались безнадежными. Вера в существование бессмертной души и загробный мир ставит принципиальную возможность эвтаназии даже для тяжелобольного и испытывающего мучения человека под сомнение.

Современное законодательство в области здравоохранения предоставляет пациентам право выбора согласиться на медицинское вмешательство (ст. 32 Основ законодательства РФ об охране здоровья граждан) или отказаться от него (ст. 33). Право на жизнь, данное человеку в силу его рождения на Земле, не может быть оторвано от его права на достойную смерть. Сказано: «Страшнее ошибки в каком-то конкретном случае может быть только мнение, правильное сегодня, но ошибочное завтра. Это та ошибка, которую нельзя обнаружить в настоящем». Эти мудрые слова можно полностью отнести и к проблеме эвтаназии. Решение ее – задача общая для врачей и юристов, философов и богословов, одним словом, ученых всего мира, в том числе и российских. Последнее же слово всегда должно оставаться за законом.

## Список литературы

1. Яровинский М. Я. Хорошая смерть // Медицинская помощь. 1996. № 9.
2. Эвтаназия в свете права на жизнь / под ред. О. С. Капинус. М., 2006.
3. Эвтаназия как социально-правовое явление / под ред. О. С. Капинус. М., 2006.
4. Конституция РФ. М., 1993.

### **ОСНОВНЫЕ ИНДИКАТОРЫ КАЧЕСТВА РАЦИОНАЛЬНОГО ПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ САРАТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО**

**С. В. Маргарян**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

На современном этапе развития нашего общества проблема сохранения здоровья нации и каждого конкретного человека становится все более значимой. Человек, выбирающий здоровый образ жизни, открывший для себя непревзойденные силы движения, однозначно говорит «нет» алкогольным напиткам, жирной пище, консервам, продуктам, прошедшим длительную кулинарную обработку и содержащим различные усилители вкуса и консерванты. Рациональное питание предполагает регулярный прием пищи, лучше питаться через равные промежутки времени, чем очень плотно раз в сутки, а остальное время голодать. Существует множество подходов к культуре питания, но основными принципами многих из них являются умеренность, разнообразие, режим приема пищи [1].

Проблемы рационального питания кажутся нам достаточно актуальным исследовательским полем. В связи с этим в январе-марте 2011 г. нами было проведено социологическое исследование с целью выявления оценки качества рационального питания студентами СГУ. Правильное питание один из факторов здоровья. Питаться правильно – значит, есть здоровую пищу. Результаты опроса показали, что доля студентов, употребляющих полезные продукты, такие как овощи и фрукты, молочные продукты, морепродукты, мясные продукты, составила 56,3%, а фаст-фуду, сладкому, мучному, консервированным продуктам, жирной и соленой пище предпочтение отдали 42,7% опрошенных. Отсюда следует, что больше половины студентов бережно относятся к своему здоровью, при этом женщины, употребляющих здоровую пищу, – 60,5%, а мужчин – 39,5%. В силу своей занятости некоторые студенты выбирают нездоровую пищу, от которой в дальнейшем страдают желудочно-кишечными заболеваниями. Проблемы с желудочно-кишечным трактом возникали у 16,3% опрошенных студентов.

Один из вопросов анкет был о режиме питания студентов. В ходе исследования было выявлено, что 43% студентов питаются 3–4 раза в день и 8,1% студентов питаются 5–6 раз в день, что говорит о регулярном приеме пищи, но все же 39,5% студентов питаются 2 раза в день, а 9,3% заявили, что питаются только 1 раз. Это говорит о несоблюдении режима питания. При этом возникал вопрос: зависит ли физическое самочувствие от частоты приема пищи? Опрос показал, что 73% студентов, которые питаются 3–4 раза в день, имеет хорошее и отличное физическое самочувствие, что доказывает прямую зависимость правильного режима питания от физического самочувствия.

На открытый вопрос о том, что Вы понимаете под понятием «здоровое питание» 21% респондентов ответили, что нужно соблюдать режим питания (3–4 раза в день), 13,2% – пища должна быть свежая, 10,5% ответили, что в пище должны присутствовать фрукты и овощи, 5,3% – еда должна быть нежирная и т. д. В целом студенты имеют правильное понятие о питании, главное – его соблюдение.

Одним из вопросов нашего исследования было отношение студентов к вредным привычкам, а именно к курению, употреблению спиртных напитков и наркотических средств. В ходе анализа результатов опроса у нас появилась дополнительная задача выяснить, влияет ли половая принадлежность на наличие вредных привычек. Наше исследование показало, что половина опрошенных студентов социологического факультета не имеет вредных привычек, однако половая принадлежность практически не влияет на их наличие. Мужчины и женщины наравне употребляют спиртные напитки, наркотические средства и курят.

Здоровье – это ценность, поэтому для его сохранения и укрепления каждому человеку необходимо стремление к здоровому образу жизни в целом и питанию в частности. Ведь именно рациональное питание является неотъемлемой составляющей здорового образа жизни.

Таким образом, можно утверждать, что для большей части студентов правильное питание как фактор здоровья имеет достаточно высокую значимость. Все мы знаем пословицу «мы то, что мы едим» и наверняка каждый согласится, что в этом есть доля истины.

#### Список литературы

1. URL: <http://updiet.info/racionalnoe-pitanie> (дата обращения : 9.04.2011, 15:30).

## ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ГОРОДЕ ЭНГЕЛЬСЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Л. Михалева

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Польза малого бизнеса в укреплении экономики страны велика, однако каждый предприниматель при формировании собственного дела сталкивается с рядом проблем, среди которых трудности с получением банковских кредитов, ограниченные возможности получения лизинговых услуг, сложности с арендой помещений, отсутствие социальной защищенности и личной безопасности владельцев малых предприятий, что делает изучение данной проблемы наиболее актуальным.

Исследование предпринимательства давно сложилось как широкое научное направление, разнообразное по тематике и методологическим подходам, начиная с работ западных экономистов и социологов. В Саратовском регионе этой проблемой занимались З. М. Дыльнова и Е. В. Орлова.

Несмотря на обилие публикаций по изучаемой проблеме, рассмотрение этапов формирования малого бизнеса в регионе, а также проблем становления и развития малого предпринимательства в кризисный период не проводилось. Именно поэтому цель данной работы состоит в изучении проблем формирования и развития малого бизнеса в г. Энгельсе Саратовской области.

Объектом исследования являются малые предприниматели г. Энгельса Саратовской области.

Предмет исследования – особенности формирования и развития малого бизнеса.

Для открытия собственного дела необходим первоначальный капитал. Так, большинство предпринимателей заработали его самостоятельно. Воспользовались банковским кредитом 16,3% всех предпринимателей.

Уровень кредитной активности современного предпринимателя в регионе по-прежнему недостаточно высок, так как используются в основном неинституциональные займы (у родственников, знакомых), в то время как лишь каждый шестой предприниматель прибегает к кредитным услугам банков. Основным банком-кредитором является при этом государственный банк («Сбербанк России»), предоставляющий льготные условия для малого предпринимательства. Большинство предпринимателей предпочитают пользоваться краткосрочными и среднесрочными кредитами, что в основном окупается бизнесом.

Разграничив годы возникновения бизнеса, можно выделить пять периодов:

- период спекуляций (1980–1989 гг.),

- институционализации бизнеса (1990–1997 гг.),
- дефолта (1998–2001 гг.),
- усиления государственной поддержки бизнеса (2002–2007 гг.),
- современный период (2008–2009 гг.).

На основе данной типологии были выстроены соответствующие таблицы сопряженности для выявления характерных особенностей развития бизнеса в различные периоды его возникновения.

Социальный портрет предпринимателей малого бизнеса в г. Энгельсе Саратовской области на момент опроса оказался таковым: среди предпринимателей преобладают женщины независимо от года начала предпринимательской деятельности.

Только 2/3 предпринимателей г. Энгельса – семейные, в то время как более 30% из всех опрошенных, возможно, в силу своей занятости, не успели еще обзавестись семьей, либо развелись.

Основная доля предпринимателей (49%) окончили высшие учебные заведения.

Большое количество предпринимателей работают в одиночку, то есть имеют либо индивидуальные предприятия, либо частные, что практически не отличает их друг от друга. Объединений «ООО» и «ЗАО» очень незначительная часть среди предпринимателей, лишь в период государственной поддержки их количество значительно увеличилось, возможно, это связано с большей помощью для больших организаций.

Говоря непосредственно о сфере деятельности в бизнесе, необходимо отметить, что наиболее развитой за счет малого бизнеса можно считать торговлю, так как именно в ней задействовано большее число предпринимателей – 68,5% от ответивших на данный вопрос. Лишь незначительная часть предпринимателей занимается бизнесом в сфере услуг и транспорта.

При характеристике малого предпринимательства большое значение имеет численный критерий работников предприятия. Большая же часть респондентов на своем предприятии содержит 3–4 сотрудников.

Независимо от года начала предпринимательской деятельности большинство респондентов сталкивалось с проблемами при формировании бизнеса, кто-то в меньшей, кто-то в большей степени. Полученные данные указывают на возрастание количества проблем при формировании бизнеса: растет интерес к предпринимательству, появляется конкуренция, меняются запросы потребителей, издаются новые законы о налогообложении. Предприниматели, сформировавшиеся в период усиленной государственной поддержки, не ощутили помощи от государства, так как законопроекты еще не активно применялись в реальности. При этом существенное влияние государственной поддержки ощутили лишь предприниматели современного периода.

При аренде помещения главной стала проблема высокой арендной ставки, которая была у всех предпринимателей различного периода.

Риски являются неотъемлемой частью бизнеса. Независимо от года начала предпринимательской деятельности риски имели все периоды.

Размер налога является главной проблемой для всех периодов предпринимателей. Такое нововведение, как налог с площади, беспокоит только предпринимателей современного периода, потому что в нынешнее время важен не только товар, но и интерьер, площадь предприятия.

Все проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели, невозможно перечислить, в каком-то периоде они проявляются больше, в каком-то меньше. Все периоды сталкивались, помимо основных проблем, с дополнительными, для предпринимателей спекуляционного периода этой проблемой стал скачок валюты. Предприниматели периода институционализации столкнулись с нехваткой квалифицированных кадров, эта проблема стала особенно остро для респондентов современного периода. Бизнесмены периода усиления государственной поддержки в равной мере столкнулись с отсутствием квалифицированных работников и проверяющими органами.

Говоря о ежемесячном доходе предпринимателя на одного члена семьи, можно выделить три степени доходности. Первая включает в себя предпринимателей, чей доход – до 10 000 рублей. Вторая – предпринимателей, получающих ежемесячно от 10 001–15 000 рублей. Третья – доход составляет от 15 001–20 000 рублей, для предпринимателей лишь одного периода – периода усиления государственной поддержки.

Возможно, такая тенденция была в связи с тем, что предприниматели разграничивают свои расходы. Так, на развитие бизнеса вкладывают все предприниматели.

В соответствии с полученными данными можно выделить пять типов предпринимателей, взяв за основу степень успешности на современном этапе развития предпринимательства в г. Энгельсе:

- «неудачники» характеризуются относительно низким доходом, низкой степенью удовлетворенности самореализацией в бизнесе и желанием расширения предпринимательской деятельности. Предприниматели данного типа в то же время за практически три десятилетия не смогли реализовать себя и выйти на уровень среднего бизнеса;
- «семейники» – предприниматели, которые получают достаточно средств для удовлетворения семейных потребностей и не задумываются о будущем своего бизнеса, они удовлетворены тем, что имеют;
- «стойкие» – тип бизнесменов, которые готовы все выдержать, чтобы не случилось, они удовлетворены своим бизнесом и заработанные деньги тратят на семью и на развитие бизнеса;
- «фанатики» характеризуются фанатичным отношением к своему делу, тратой денег на развитие и расширение бизнеса;
- «новички» – это несформировавшиеся до конца предприниматели, которые пока только идут вперед, тратя заработанные средства на развитие и расширение бизнеса.

## **ВЛИЯНИЕ ДЕТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ЖИЗНЬ И РАЗВИТИЕ ПОДРОСТКОВ (на примере ЭДО «Парус»)**

**М. В. Муратова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Проблема воспитания детей на сегодняшний день очень важна. У современного подростка существует проблема, связанная с отсутствием нравственных критериев оценки поступков человека по отношению к самому себе и обществу, в котором он живет. Среди социальных институтов особое место занимают различные детские общественные объединения. Эффективное решение данной проблемы было предложено еще в конце XIX в. Петром Федоровичем Каптеревым. Это путь нравственного закаливания ребенка. К сожалению, научная идея не привлекла должного внимания педагогики нового века. К идее талантливого российского педагога в 1991 г. обратился Научно-практический центр Международного союза детских общественных объединений, предложивший в последующее десятилетие концептуальные основы нравственного закаливания подростков.

Перспективные цели детских общественных объединений – помочь детям найти приложение своих сил и возможностей, позволяющих положительно влиять на ребенка усилиями самих детей, их сообществ, мягко управлять его развитием как личности, дополняя школу, внешкольные учреждения, семью. ЭДО «Парус» является членом Союза пионерских организаций Федерации детских организаций (СПО ФДО). Цель и задачи ЭДО «Парус» – развитие детского движения в городе и районе, защита прав и интересов детей; объединение всех членов на основе совместных программ, акций, проектов. В детскую организацию могут вступать дети российские и иностранные, достигшие 10 лет, выполняющие требования устава и активно принимающие участие в делах ЭДО «Парус». Обязанности организации распределяются в зависимости от подгрупп («Детская палата», «Свежий ветер», «Дорога к звездам», «Курсор»), где ребята решают различные проблемы, разрабатывают планы и проекты ДО.

Согласно результатам авторского исследования, посвященного проблеме влияния общественных организаций на подростков, было выяснено, что большинство школьников посещают детскую организацию, чтобы проявить свой талант (58%) и чтобы найти новых друзей (54%). Хотя научиться общаться с людьми 28,7% опрошенных, 1,3% учеников отметили, что посещают детское объединение, чтобы прогулять уроки.

Из посещающих «Парус» ежедневно успеваемость в школе не меняется у 66,7% подростков, стали более активными в учебе 28,6%. Не заинтересованы в учебе 4,8% учащихся и никто из школьников не отметил, что стал учиться хуже. Из участвующих в деятельности ЭДО «Парус» только на занятиях успеваемость в школе не меняется у 25,5% учени-

ков, 50,3% не заинтересованы в учебе, стали учиться хуже 18,6% ребят и всего 5,6% опрошенных отметили, что их успеваемость повысилась. Таким образом, частота посещения занятий в ЭДО «Парус» повышает ответственность в учебе и, следовательно, успеваемость. Иная ситуация складывается с участвующими в деятельности организации периодически, тем самым влияя на их успехи в учебе.

Для посещающих ЭДО «Парус» только на занятиях менее приоритетно работать с детьми и в молодежных организациях, чем для участников, посещающих организацию чаще. Так, в будущем хотели бы работать с детьми 25% и видят себя работниками в сфере молодежных организаций 30% опрошенных.

Очень многие вступающие в «Парус» ребята заводят себе много новых друзей (80,7%). Часть составляют те, которые только вступили в организацию и надеются на знакомства с интересными ребятами (12,7%). Еще не нашли друзей, потому что долго привыкают к новым людям, 4,7% учеников. Не нуждаются в новых друзьях 2% респондентов.

С приходом в ЭДО «Парус» стали более активными и открытыми 58%, коммуникабельными – 18,7% школьников. Появилась уверенность в себе у 33,3% опрошенных. Совсем не изменились 14,7% принявших участие в исследовании. Ответили, что детская организация вообще ничего не дает 1,3% учеников. Стали умнее 2% подростков.

На вопрос о том, какие навыки приобрели респонденты в организации «Парус», 54,8% ответили, что научились общаться с разными людьми, более разносторонними стали 39,7% школьников. Научились работать в команде 37,7% опрошенных. 19,9% подростков стали видеть больше проблем вокруг нашего общества. Ставят на первое место общение и поиск новых друзей 40,4% ребят, 52,7% участников детской организации ничему не учатся, т. к. им это не нужно.

Итак, респонденты, принимавшие активное участие в жизни и делах ЭДО «Парус», хотели бы работать в будущем также в общественных объединениях. С вступлением в ряды ДО школьники приобретают навыки общения, коммуникабельности, приучаются быть самостоятельными, нести ответственность. Детское общественное объединение представляет собой важный фактор воздействия на ребенка, влияя двояким образом: с одной стороны, оно создает условия для удовлетворения потребностей, интересов, целей ребенка, формирования новых устремлений; с другой стороны, оно обуславливает отбор внутренних возможностей личности путем самоограничения и коллективного выбора, корректировки с общественными нормами, ценностями, социальными программами.

# ОСНОВНЫЕ ИНДИКАТОРЫ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ САРАТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО

**В. А. Овчинникова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Современное общество предъявляет к специалисту высокие требования, в которых отчетливо просматривается необходимость образования высокого качества. Это связано прежде всего с превращением образования в важный фактор общественно-политической жизни страны и устойчивого социально-экономического развития общества в целом, а также с повышением его значения для саморазвития личности. Проблема повышения качества образования – «вечная проблема». Процесс обучения и воспитания в различные исторические эпохи видоизменялся в соответствии с требованиями времени и уровнем общественных отношений, но вопрос о путях совершенствования образования оставался актуальным. Социологи рассматривают качество образования как гарант трудоустройства. Конвертируемость образования позволяет рассчитывать на максимальное расширение индивидуальной социокультурной «ниши» и восприимчивости индивида [1].

Наиболее известными российскими исследованиями в области социологии образования являются научные проекты под руководством Ф. Р. Филиппова [2], В. Г. Харчевой [3], Ф. Э. Шереги [4], В. И. Чупрова [5], А. А. Овсянникова [6] и др. Также исследованиями в этой области активно занимается аналитический центр Юрия Левады «Левада-Центр» [7], фонд «Общественное мнение» [8] и т. д.

Современные проблемы системы российского образования представляются нам достаточно актуальным исследовательским полем. В связи с этим в январе–марте 2011 г. 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 (68,2%) является получение знаний и профессиональных навыков, что позволяет сделать вывод о целеустремленности студентов и осознании ими важности получения высшего образования. Больше половины студентов (67,1%) в качестве самого важного в учебе выбрали вариант «Хорошо учиться, стать, насколько это возможно, настоящим профессионалом в избранной сфере», что говорит об амбициозности и стремлении к успешному окончанию университета у студентов социологического факультета. Вариант ответа «Быть активным, принимать участие в студенческих мероприятиях, реализовать себя творчески» выбрали больше девушек, нежели молодых людей. Для мужчин важнее оказалось

«Весело и разнообразно проводить время, чтобы было, что вспомнить после окончания учебы».

При определении понятия «качественное образование» студенты акцентировали свое внимание на таких выражениях, как «применять полученные знания на практике» (15,1%), «современные методики и технологии» (17,4%), «хороший специалист» (50%), чем подтвердили свое стремление к получению знаний и стремление стать настоящим профессионалом в избранной сфере.

Выявление уровня информированности студентов о Болонском процессе показало, что большая часть респондентов (72,1%) знают о том, что Россия вступила в Болонский процесс. При этом уровень информированности девушек (74,1%) оказался чуть выше, чем юношей (68,8%). Кроме того, те студенты, кто проживают 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. Большинство студентов узнали о том, что Россия вступила в Болонский процесс по месту учебы (48,8%), что говорит о значимой роли университета в информировании студентов в сфере развития образования и событий мирового масштаба, связанных с этой сферой. Почти половина студентов указали (46,9%), что знают о введении двухуровневого обучения. Большинство студентов (37,1%) 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. Вероятно, это вопрос времени. Из числа оценивших данную реформу в равной степени отметили как негативные последствия вступления России в Болонский процесс, так и позитивные. Недостатки, на их взгляд, заключаются в разрушении основ российского образования (29,1%) и возможной «утечки мозгов» (27,3%) после введения конвертируемости российских дипломов за границей. Положительным следствием отмечено улучшение условий трудоустройства за границей россиян.

Одной из наших главных задач было выявить, насколько студенты довольны показателями образовательного процесса. Мы попросили респондентов дать оценку по пятибалльной системе (где 1 – абсолютно не доволен, 2 – скорее не доволен, чем доволен, 3 – доволен и не доволен в равной степени, 4 – скорее доволен, чем не доволен, 5 – абсолютно доволен) следующих переменных: ряда условий организации образовательного процесса, уровня технического оснащения и работу преподавательского состава. Так, наибольший уровень удовлетворенности (по среднему баллу) выявлен по оценке характеристик работы преподавательского состава, таких как доброжелательность, справедливость и качество изложения материала. Средний балл по этим критериям оказался на уровне четырех. Чуть меньший уровень удовлетворенности проявлен в оценках атмосферы в коллективе, комфортности расположения вуза,

работы студенческих клубов и спортивного сектора. Средний уровень оценок данных показателей колебался от 3,5 до 3,9. Наименьший уровень удовлетворенности зафиксирован в оценках технических средств обучения, расписания занятий и состояния учебных помещений. В данном случае средний балл находился на уровне от 3,1 до 3,4. 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.

#### Список литературы

1. *Яковлев Е. В.* Внутривузовское управление качеством образования. Челябинск: Изд-во ЧГПУ, 2002.
2. *Филитов Ф. Р.* Всеобщее среднее образование в СССР. Социологические проблемы. М.: Мысль, 1976.
3. *Шереги Ф. Э., Харчева В. Г.* Социальные проблемы вузовской науки // Социс. 1996. № 6.
4. *Шереги Ф. Э., Харчева В. Г., Сериков В. В.* Социология образования : прикладной аспект. М.: Юрист, 1997.
5. *Чупров В. И., Зубок Ю. А.* Проблемы вторичной занятости учащейся молодежи: состояние и перспективы // Социс. 1996. № 9.
6. Социология в России / под ред. В. А. Ядова. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Изд-во Ин-та социологии РАН, 1998.
7. Аналитический Центр Юрия Левады (Левада-Центр), исследования в области образования. URL: <http://www.levada.ru/education> (дата обращения : 10.04.2011).
8. База данных ФОМ. Качество высшего образования в России, 25.01.2007. URL: <http://bd.fom.ru/report/map/d070421> (дата обращения : 10.04.2011).

### **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ ГОРОДА САРАТОВА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ СТАНОВЛЕНИЮ**

**Н. Н. Огурцова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В последние годы различные аспекты жизнедеятельности представителей студенческой молодежи, в том числе проблемы студенческой занятости, привлекают внимание исследователей-социологов. Работающий студент, поставляемый сегодня на рынок труда системой высшего образования, – это своего рода проводник-транслятор между рынком труда и сферой образования. Он привносит на рынок труда ценности и навыки,

приобретаемые в процессе учебы (например, широкий культурный кругозор, интеллектуализм, инновационное мышление и т. п.), а в университетский мир – практические навыки, полученные в производительном процессе, способствуя тем самым сближению мира высшего образования с практикой и реалиями современного общества.

Социальный феномен работающего студента подразумевает совмещение двух статусов – «студент» и «работник». Это обусловлено совокупностью внешних и внутренних мотивирующих факторов трудовой деятельности, структурными изменениями в жизни современного молодого человека. Обладая определенным набором социальных характеристик (включая возраст, семейное и материальное положение, получаемую специальность), представитель социальной группы «студенты» переходит в социальную группу «работающие студенты». Разразившийся в России в 2008–2009 гг. экономический кризис серьезно повлиял на возможности трудоустройства этой возрастной группы. С целью изучения феномена студенческой занятости в период кризиса и отношения студентов к профессиональному становлению в г. Саратове в 2009 г. был проведен опрос студентов четырех вузов. В исследовании участвовали 200 респондентов, среди которых 32 % являются студентами Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского, 25% обучаются в Саратовском государственном техническом университете, 24% – в Саратовском государственном аграрном университете им. Н. И. Вавилова, 19% получают высшее образование в Саратовском государственном социально-экономическом университете.

Одним из факторов, влияющих на наличие работы у студента, является вуз, в котором он обучается. В ходе исследования было выявлено, что среди работающих студентов ровно половина учится в СГТУ (преимущественно обучающиеся на старших курсах), 26,3% – в СГУ, каждый пятый – в СГАУ, 5,3% – в СГСЭУ. Только студенты СГТУ смогли реализовать себя в должной степени в профессиональном плане. Видимо, их специальность более востребована на рынке труда. Среди тех, кто ценит вторичную занятость, но пока нет возможности трудоустроиться, каждый третий – студент СГУ, 27,8% – в СГАУ, 19,8% – в СГСЭУ, 14,3% – в СГТУ. А среди тех, кто не имеет желания работать, на первом месте студенты СГТУ (младшие курсы), на втором – студенты СГСЭУ, на третьем и четвертом – студенты СГУ и СГАУ (по 16,7% соответственно). Эту группу молодежи отличает инфантилизм по отношению к жизни, что объясняется наличием высокого материального положения (65%).

Специальность студента является одним из определяющих факторов его трудоустройства. Так как на региональном рынке труда существуют вакансии далеко не по всем профессиям, это усложняет возможность удачного трудоустройства студента по специальности. В период кризиса удачно смогли трудоустроиться студенты по специальностям: «инженер» (21,1%), «сервис транспортных машин» (10,5%), «специ-

алист по рекламе» (7,9%). Среди тех, кто хочет трудоустроиться 15,9% экономистов, 10,3% землеустроителей, по 9,5% соответственно социологов и инженеров. А среди тех, кто не хочет работать, 20% экономистов, 14,3% социальных работников, по 8,6% соответственно социологов и землеустроителей.

При изучении зависимости личного дохода респондента от наличия работы по специальности и вуза, в котором он обучается, выявились следующие особенности. Средняя заработная плата студентов составляет 3000–5000 рублей. Студенты СГУ, работающие по специальности, зарабатывают меньше – от 1000 до 3000 рублей, чем работающие не по специальности. У студентов СГТУ обратная ситуация: работа по специальности оплачивается выше.

Практически все студенты, работающие по специальности, обучаются в СГУ и СГТУ, следовательно, эти студенты сделали правильный выбор при поступлении, и скорее всего в будущем они захотят остаться работать по специальности. При этом личный доход студентов, работающих по специальности и обучающихся в СГТУ, выше, чем у студентов, обучающихся в СГУ. Видимо, их специальности в настоящее время более востребованы и высокооплачиваемы на рынке труда. Среди студентов, работающих не по специальности, только в СГАУ присутствуют студенты, зарабатывающие от 10 000 до 30 000 рублей.

Если рассматривать зависимость степени удовлетворенности работой от отрасли знания факультета и наличия работы во внеучебное время по специальности, можно выделить ряд особенностей:

1) все студенты гуманитарных наук, работающие по специальности, полностью удовлетворены своей работой;

2) среди студентов, обучающихся в сфере естественных наук, нет таких, кто работает по специальности, а среди тех, кто сумел трудоустроиться в другой области, большинство частично и полностью удовлетворенных.

Таким образом, наиболее удовлетворены своей работой студенты гуманитарных наук, работающие по специальности, и естественных наук, работающие в другой сфере.

Одной из гипотез данного исследования было предположение о том, что из-за вторичной занятости студент не успевает полностью изучить учебный материал, следствием чего являются низкие оценки. Однако результаты показали обратную тенденцию. Большинство работающих студентов (32,4%) и студентов, желающих трудоустроиться (44%), обучаются на «4» и «5». Успеваемость студентов, которые не желают работать, ниже, чем у предыдущих групп – большинство (37,1%) получают оценки «3» и «4». Это свидетельствует об отсутствии желания у этой группы респондентов не только работать, но и учиться, так как их обеспечивают родители, и их материальное положение достаточно высоко. Данные показывают, что у работающих и желающих трудоустроиться студентов успеваемость выше, чем у тех, кто не хочет работать вообще. Причем

самый большой процент обучающихся на оценку «отлично» среди работающих студентов.

Сравнительный анализ показал, что в условиях кризиса в адаптивных стратегиях респондентов в большей степени проявляется желание найти работу, подавляющее число студентов высших учебных заведений хотели бы подрабатывать, однако только каждому пятому удастся реализовать свои профессиональные цели – 19% от общего числа опрошенных смогли устроиться, причем половина из них – студенты технических специальностей, обучающиеся в СГТУ.

Таким образом, наличие трудовой деятельности у студента открывает перед ним ряд возможностей для успешного существования, это помогает ему обрести нужный трудовой опыт. Если студент будет работать по своей специальности, то он сможет «почувствовать ее изнутри». Практическая деятельность во многом облегчает понимание теоретического курса, позволяет научиться строить реальные карьерные планы и получить навыки работы в трудовом коллективе, обрести самостоятельность и полностью сформировать ценностные ориентации, в том числе в отношении работы.

## СОЦИАЛЬНЫЕ СТРАХИ СТУДЕНЧЕСТВА

**К. А. Пискунов**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Отправляясь на битву, Александр Македонский всегда приносил жертву демону страха. Считалось, что истинным воином может стать лишь тот, кто смог побороть в себе страх. В современной жизни студенту не нужно брать в руки меч, но чтобы реализовать себя, добиться успехов и устроить свою жизнь, бороться со страхами все-таки придётся. Страх является наиболее опасной из всех эмоций, возникающих в случае реальной или воображаемой угрозы жизни человека, его ценностям и идеалам. Проблема страхов у студентов достаточно актуальна в настоящее время. Особое внимание хотелось бы уделить социальным страхам. Это иррациональный страх повседневного социального взаимодействия или действий, сопровождаемых вниманием других лиц. Мы проводили опрос студентов Энгельсского строительного колледжа в период с февраля по март 2011 г. с целью выявить особенности их страхов.

В основу методики была положена типология Ф. Римана [1]. Он разделял страхи на экзистенциальные (такие как потеря индивидуальности, старость, смерти, одиночества), социальные (осуждение окружающих, страх публичных выступлений, потеря внимания других людей, потеря близких), биологические (боль, преступное нападение на улице, высота,

темнота). Кроме того, значительный вклад в разработку проблематики социального страха молодежи внес Ю. В. Щербатых [2], чьи исследования для нас послужили методологическим базисом. Мы предложили респондентам оценить степень выраженности страхов различных типов. Представленными уровнями были: «Меня это не беспокоит», «вызывает некоторое беспокойство», «вызывает сильную тревогу», «вызывает постоянный стресс». Результаты проведенного исследования позволили выстроить типы по массовости и выраженности страхов студентов. Модели среднего по каждому из предложенных страхов сформируют три группы страхов по степени выраженности. В первую группу (условно мы его обозначили как уровень беспокойства) вошли страхи: страх потери индивидуальности, страх сближения с другими людьми, страх успеха, страх неизбежной старости, боязнь высоты и замкнутого пространства. Средний уровень интенсивности по этим страхам колебался от 1,2 до 1,6. Доминирующими в данной группе являются страхи экзистенциальные. Вторую группу страхов по уровню тревожности составили: страх начальства, страх ответственности за принятие решений, страх проигрышей или неудач в делах, страх перед осуждением окружающих людей, страх публичных выступлений, боязнь темноты, страх смерти, страх заболеть и страх боли. Уровень тревожности формирует средние баллы от 1,7 до 1,9.

Как видим, в этой группе доминируют страхи социальные. Третью группу реального выраженного страха составили: болезнь или потеря близких, бедность, изменений в личной жизни, преступное нападение на улице, одиночество и потеря внимания других. Выраженность этих страхов колебалась в среднем от 2,0 до 2,6. Большая часть страхов этой группы социальные. Однако достаточно интересным фактом оказалось то, что несмотря на высокий средний балл по уровню тревожности таких страхов, как изменения в личной жизни и бедности, именно по этим позициям дисперсионный анализ показал самый высокий разброс. В оценках выраженности этих страхов мнения респондентов максимально разнообразны. Вероятно, это связано с неустоявшейся общественной позицией относительно ценности богатства и перемен, а также с индивидуальными психологическими особенностями личности. Наименьший разброс во мнениях респонденты демонстрируют относительно таких страхов, как ответственность за принятие решений, сближение с другим человеком и страха победы. Согласованность проявлена в низком уровне тревожности относительно этих страхов. Факторный анализ особенностей страхов студентов показал, что наибольшее влияние на проявление страха оказывает половая принадлежность. Так, практически по всем страхам третьей группы (реально выраженным) доминируют девушки. Лишь страх потери внимания других в большей степени проявлен среди юношей. Юноши при этом в меньшей степени, чем девушки, боятся публичных выступлений. На наш взгляд, это можно объяснить тем, что именно публичные выступления являются одним из способов привлечения внимания, потеря

которого тревожит больше как раз юношей. Также интересно отметить результаты по выявлению страха, который, по мнению студентов, больше всего мешает им в жизни. Треть опрошенных респондентов указали, что страха, мешающего в жизни, у них нет (34,6%), пятая часть всех респондентов указали, что страх потери близких вызывает постоянные переживания и это мешает во многих жизненных ситуациях.

Подводя итог проделанной работе, нужно отметить, что полученный рейтинг страхов напрямую связан с ценностным пространством студенчества, где центральное место занимают ценности семьи, социального окружения и безопасности. Несмотря на то, что в числе значимых представлены все указанные выше типы страхов, социальные занимают доминирующие позиции. Можно ли навсегда избавиться от страха? Скорее всего, нет. Любой человек, лишенный страха, так же лишен всякой обязанности и ответственности и не способен существовать в обществе. Проблема страха всегда будет актуальной, ведь пока есть человек, есть и страх.

#### Список литературы

1. *Риман Ф.* Основные формы страха / пер. с нем. Э. Л. Тушанского. М. : Алетейа, 1999.
2. *Щербатых Ю. В.* Проблемы классификации экзистенциальных страхов личности // Нац. проекты как фактор созидания современной России : сб. науч. тр. регион. межвуз. науч. конф. Воронеж : ВФ МГЭИ, 2006..

## СЕМЕЙНОЕ СЧАСТЬЕ ГЛАЗАМИ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА ЭНГЕЛЬСА

**Н. А. Политова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Счастье – это состояние радости, позитивные эмоции или удовлетворенность жизнью. В качестве основополагающих причин радостных чувств выступают романтическая любовь, брак и семья. Семейные ценности занимают главные позиции в рейтинге жизненных ценностей различных поколений, ведь семья – естественная часть жизни [1]. Однако институт семьи развивается, приобретает новые функции, видоизменяется. Так, в последние двадцать лет наблюдается тенденция девальвации традиционной формы совместного проживания – семьи, возникшей на основании заключения брака. Несмотря на это, полной замены законного брака на совместное проживание не произошло и вряд ли когда-нибудь произойдет, так как согласно многим исследованиям консенсуальный

брак – неудовлетворительная форма совместного проживания для большинства.

Согласно результатам авторского исследования, посвященного проблеме ощущения счастья жителей г. Энгельса, счастливых людей гораздо больше среди проживающих в законном браке по сравнению с одиночками, сожителями, разведенными и вдовцами. Так, среди супругов очень счастливы 25%, среди сожителей только 6%, среди не состоящих в браке 12%, среди разведенных 10% респондентов. Среди вдовцов нет абсолютно счастливых. Эти результаты подтверждает исследование, проведенное в конце 1990-х гг. Инглхартом в странах Европейского союза [2].

Примечательно, что наиболее счастливы горожане, проживающие в браке более 21 года (33,3%).

По мнению горожан, семейное счастье в идеале в первую очередь зависит от таких чувств, как взаимопонимание (48,5%), любовь (33,0%) и уважение (21,0%). 30,5% жителей уверены, что только супруги могут наладить или разрушить собственные отношения. Для 20% удачный брак основывается на взаимном доверии супругов. Материальное благосостояние является наиважнейшей составляющей брачного союза для 10,5% респондентов. И только 1% участников опроса отмечает важность порядочного отношения друг к другу в семье.

Но на самом деле основа семейных отношений жителей не совсем соответствует их представлениям об идеальных взаимоотношениях. На любви базируются семейные отношения 69,3% супругов. 37,6% женатых на первое место в семейных взаимоотношениях ставят воспитание детей. 9,8% горожан удерживает в браке только материальный интерес. Доля супругов, в основе семьи которых – привычка, составляет 21,1% всех опрошенных. Уважение и взаимопонимание лежат в основе семейных отношений у 2,3% и 0,8% жителей соответственно. Недовольны собственным браком 2,3% горожан, так как в их семьях присутствуют только ссоры и взаимные упреки.

Наиболее счастливы супруги, считающие, что главный источник семейного счастья – любовь, и их брак в реальности основан на любви (очень счастливы 26% и скорее счастливы, чем несчастливы 64%).

Большинство горожан, не состоящих в браке или проживающих совместно в незарегистрированном браке (44% холостых и 22% сожителей), определили себя, как скорее несчастливые, чем счастливые. Возможно, неготовность вступить в законный брак расценивается как недоверие и неуверенность сожителей друг в друге. Что касается холостых, то 70% из них отметили, что в ближайшее время желают устроить личную жизнь.

При рассмотрении степени удовлетворенности выявилось, что наиболее счастливы жители, полностью удовлетворенные своим семейным положением (85%). Преобладающее большинство супругов абсолютно удовлетворены своим семейным положением (72%), чего нельзя сказать

о сожителях и не состоящих в браке (удовлетворены своим семейным положением 25% сожителей, среди холостяков 31,7%).

Менее всего удовлетворены семейным положением разведенные и вдовцы (11% и 8% соответственно).

Среди разведенных только каждый десятый считает, что очень счастлив. Это объясняется тем, что расторжение брака воспринимается как предательство, когда один из супругов (или оба) не чувствует больше любви, или в силу каких-то причин не готов продолжать совместную жизнь. Развод приносит разочарование в семейной жизни и боль, подрывает доверие к противоположному полу.

Среди вдовцов вообще нет испытывающих абсолютную степень счастья, так как потеря супруга – это психологическое потрясение: вдовцы испытывают стресс вследствие утраты родного человека и необходимости отказаться от прежних видов деятельности и прежних ролей.

Объективные обстоятельства жизнедеятельности семьи влияют на ее благополучие только через субъективную оценку членами семьи; она, в свою очередь, определяется социально-психологическим климатом и взаимной удовлетворенностью взаимоотношениями друг с другом. Так, в семьях 27% горожан – атмосфера дружбы и взаимопонимания, у 52% респондентов – типичные семейные взаимоотношения с наличием периодических конфликтов. У 9,5% опрошенных во взаимоотношениях с членами семьи отсутствует эмоциональная близость. Тяжело общаться с близкими 6,5% жителей: в их семьях сложные, напряженно-конфликтные отношения.

Наиболее счастливы жители, в семьях которых – атмосфера дружбы и взаимопонимания (40,7%). Среди тех, у кого в семье сложились напряженно-конфликтные отношения, абсолютно счастливых нет.

Итак, в настоящее время, несмотря на то что становится все более популярным совместное проживание в незарегистрированном браке, увеличивается количество разводов, законный брак нельзя назвать «отжившим явлением».

Исследования доказывают, что счастливых людей гораздо больше среди супругов по сравнению с сожителями, так как вступление в законный брак является показателем доверия и уверенности супругов друг в друге. Примечательно, что среди женатых скорее несчастливы, чем счастливы только 1,8% и никто не отметил, что он очень несчастлив. Причиной вступления в брак и основой семейной жизни для подавляющей части горожан является любовь, что делает взаимоотношения с близкими крепкими и стабильными. Для большинства супругов брачный союз базируется на взаимной любви и воспитании детей. Жители, состоящие в законном браке, наиболее удовлетворены семейным положением.

Таким образом, брак можно рассматривать в качестве источника счастья и фактора поддержания психического и физиологического здоровья.

## Список литературы

1. *Митрикас А.* Семья как ценность: состояние и перспективы изменений ценностного выбора в странах Европы // Социс. 2000. № 5.
2. *Аргайл М.* Психология счастья. СПб., 2003.

## ОТНОШЕНИЕ ШКОЛЬНИКОВ И СТУДЕНТОВ К РЕФОРМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**О. Полищук**

*Тольяттинский государственный университет*

Образование является одним из важнейших социальных институтов во всех развитых странах мира и выполняет функции обучения (передача знаний и опыта), приобщения к культуре, воспитания, социализации, развития способностей и дарований, а также коммуникативную функцию. Их значение для каждого из нас трудно переоценить. В России образование является одной из самых значимых сфер жизни общества, и нет такого человека, которого бы она не касалась в настоящем или в будущем. Поэтому проблемы образования, изменения, происходящие в его системе, всегда затрагивают интересы огромного количества людей, значимы и обсуждаемы.

За последние несколько лет у общественности было немало поводов для дискуссий: введение ЕГЭ, платного среднего образования, курса основ православной культуры, 12-летнего школьного образования, а также введение двухуровневой системы обучения в вузах. Переход на двухступенчатую систему высшего образования является знаковым не только для нашей страны, но и для ряда европейских стран. Эта система уже введена в действие. Тольяттинский государственный университет ведёт набор на бакалавриат уже не первый год, однако споры не утихают. Одни считают, что это действительно благо для простого человека: возможность реализовать себя за рубежом, быстрее получить финансовую независимость, другие высказывают точку зрения о том, что Болонский процесс и данная реформа – лишь вопрос престижа страны, а если молодые люди действительно получают возможность трудоустроиться за рубежом, и отечественные дипломы будут приравняться к европейским – то вырастет уровень «утечки мозгов». Эксперты расходятся во мнениях, в СМИ много и положительных и отрицательных отзывов о данном нововведении, и мы решили узнать, что же думают об этом тольяттинские школьники и студенты.

Для проведения исследования был выбран количественный метод (анкетирование). Групповой анкетный опрос был проведён на месте обучения респондента в присутствии анкетера. Выборка составила 100 че-

людей, из них школьники и студенты были представлены в равном соотношении. Первая группа респондентов – школьники 11-х классов гимназий, лицеев и школ г. Тольятти, представители второй группы – студенты 1–3-х курсов Гуманитарного института ТГУ. Распределение по половому признаку среди школьников и студентов равно.

Мы попросили респондентов оценить данную реформу в целом. 34% одиннадцатиклассников отметили вариант ответа «скорее положительно, чем отрицательно», 26% – «скорее отрицательно, чем положительно» и лишь 6% дали отрицательную оценку. Большинство студентов – 34% – выбрали пункт «скорее отрицательно, чем положительно», 26% студентов оценивают переход на двухуровневую систему обучения скорее положительно, чем отрицательно. А вот 20% учащихся вуза негативно оценивают реформу. Данные перемены считают положительными 22% школьников и 10% студентов.

Далее мы поинтересовались, какие же положительные аспекты респонденты видят в переходе на двухступенчатую систему обучения в вузах. Большинство школьников и студентов – 32 и 28% соответственно – отметили, что выпускники будут иметь большие перспективы реализовать себя за рубежом. 28% школьников считают большим плюсом возможность параллельного обучения на программах профессиональной переподготовки, 26% одиннадцатиклассников затруднились отметить положительные аспекты этой реформы. Среди студентов также значительная часть не смогла ответить на данный вопрос – 28% опрошенных, 4% студентов отметили, что не видят никаких положительных моментов.

Что касается отрицательных аспектов, большинство школьников – 36% – не смогли выбрать какой-либо вариант ответа, вероятно, это связано с тем, что школьники, не столкнувшись непосредственно с этой системой обучения, затрудняются указать какие-либо негативные черты. Тем не менее, 34% будущих студентов считают, что работодатели зачастую отказывают в приеме на работу бакалаврам, отдавая предпочтение специалистам или магистрам. Этот же вариант ответа указали 70% учащихся университета. 4% студентов отметили, что вузы начинают предоставлять не знания, а компетенции, т. е. образование становится несистемным (фрагментарным). Образование превращается в предоставление услуг, спрос на которые зависит от потребностей бизнеса в тех или иных кадрах, в итоге образование перестает выполнять свои главные функции – воспитание и социализацию, формирование системы ценностей. 4% студентов считают, что качество образования снизится из-за сокращенного срока обучения.

Большинство школьников (38%) считают, что выпускники-специалисты обладают большими перспективами и возможностями реализовать себя в дальнейшем, 28% предполагают, что выпускники-магистры будут более перспективными в будущем, 26% одиннадцатиклассников затруднились с ответом. Выпускникам-бакалаврам отдали предпочтение лишь 8% школьников и 4% студентов. Шансы выпускников-магистров и специ-

алистов студенты оценивают одинаково. Эти варианты ответов выбрали по 32% учащихся вуза. 22% студентов затруднились с ответом. Важно также отметить, что 10% студентов не стали связывать перспективы и возможности дальнейшей самореализации с образованием, они считают, что всё зависит от самого человека, его личных качеств, связей, положения. Также мы получили ответ, что успешнее будет тот, «кому повезет, вне зависимости от образования».

Далее мы предложили респондентам высказать свою точку зрения о том, кто, на их взгляд, пользуется большим спросом на современном отечественном рынке труда. Почти половина школьников – 48% – полагают, что специалисты наиболее востребованы на российском рынке труда, 22% предположили, что это магистры, 6% считают, что бакалавры пользуются большим спросом. Большинство студентов – 70% – отметили вариант ответа «специалисты», 8 – «магистры». Затруднились ответить 14% учеников школ и 6% учащихся в ТГУ. 4 студента (8%) предполагают, что работодатели отдают предпочтение специалистам со средним профессиональным образованием. Еще 4 студента (8%) и один школьник ответили, что самое главное – это связи и способности.

Также мы попросили респондентов высказать свою степень согласия с таким расхожим суждением, как «с дипломом бакалавра легче трудоустроиться за рубежом, чем с дипломом специалиста». Большая часть студентов (26%), при прочих более негативных оценках, согласилась с данным суждением. А вот школьники, которые в целом дали больше положительных оценок переходу на двухуровневую систему обучения, чем студенты, в большинстве своём скорее не согласны, чем согласны с данным суждением. Этот вариант ответа выбрали 26% одиннадцатиклассников. Согласны с данным утверждением 16% школьников и 8% студентов. Не согласны 14% учеников школы и 22% студентов.

Таким образом, большинство школьников оценивают введение двухуровневого обучения в вузах скорее как положительное. Мы связали это с таким фактором, как влияние средств массовой информации и официальных источников, которые в большей степени представляют позитивные стороны данного перехода, умалчивая о негативных. Поэтому оценкам студентами данной реформы, на наш взгляд, является более объективной, так как многие из них учатся на бакалавриате и на себе ощущают все плюсы и минусы данной реформы. Что касается дальнейшей самореализации и перспектив в будущем, то большинство респондентов считают, что шансы выпускников-специалистов выше, чем шансы бакалавров и магистров. Также школьники и студенты сошлись во мнении, что на отечественном рынке труда большим спросом пользуются выпускники-специалисты. Однако рассматривая трудоустройство за рубежом, большинство студентов высказали мнение, что дипломированным бакалаврам будет гораздо легче найти работу, чем выпускникам-специалистам, школьники же в этом не уверены.

## НАРКОМАНИЯ КАК АСОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Е. И. Пучкова

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Наркомания сегодня рассматривается как социальная патология, принадлежащая к глобальным проблемам современности. Социологическое изучение наркомании позволяет раскрыть латентные социальные механизмы, лежащие в её основании. Социологический подход к исследованию наркомании позволяет:

- выявить социокультурный механизм приобщения человека к наркотикам;
- определить социокультурные факторы, способствующие и препятствующие возникновению и развитию наркотической зависимости;
- выявить основные тенденции развития наркомании как особой, главным образом молодёжной, субкультуры;
- выяснить отношение различных групп населения и социальных институтов к проблеме наркомании, а в особенности – к проблеме потребления наркотиков;
- проанализировать мотивы потребления наркотиков среди различных групп населения.

Такой подход может послужить теоретической базой при разработке комплексной программы профилактики потребления наркотиков (и других аддиктивных веществ) у молодёжи. Подобная комплексная программа должна существовать в форме социальной технологии профилактики аддиктивного поведения и включать в себя все аспекты этой проблемы (биопсихосоциальный подход). Это обусловлено тем, что частные, узкоспециализированные подходы (юридический или медицинский) показали слабую эффективность в условиях эпидемического распространения наркотиков. Именно социологический подход в силу своей комплексности должен быть положен в основу социальной технологии профилактики аддиктивного поведения.

Актуальность проблемы профилактики наркомании обусловлена целым рядом факторов: социальных, экономических, психологических и биологических. Сегодня специалисты не испытывают колебаний в оценке наркологической ситуации – распространение наркомании в России приняло эпидемический характер, охватило всю территорию страны, особенно южную её часть. И, что вызывает особую тревогу, образовался криминальный рынок наркотиков на уровне организованных преступных группировок. Должностные лица ОВД и здравоохранения считают, что в стране уже существует наркомафия [1, 8]. Профилактика наркомании, как считают некоторые учёные [2, 93], является вопросом национальной безопасности и обеспечения выживания нации. В последнее время со-

циологи усилили внимание к проблемам наркомании, но оно сосредоточено на частных вопросах. Так, Я. И. Гишинский в основном акцентирует своё внимание на остроте проблемы, А. А. Габияни [3] интервьюировал наркоманов проходящих лечение в стационаре. Некоторые российские исследователи предпринимают попытки комплексного анализа этой проблемы [4], однако, до сих пор комплексный подход к социологическому анализу наркомании не был применен в должном объёме. Среди подростков отмечается тенденция роста злоупотребляющих наркотиками и психоактивными токсическими веществами без зависимости, что свидетельствует об определённой латентности этого явления. С другой стороны, резкий рост количества подростков, потребляющих аддиктивные вещества без зависимости, может свидетельствовать не только о генерализации наркотизма в обществе, но и о проникновении определённой моды на потребление аддиктивных веществ в молодёжную субкультуру. Хотя составление точной картины масштабов проблемы злоупотребления наркотиками среди молодежи затруднительно вследствие острой нехватки информации, мы можем взять за образец группы молодых людей из развитых стран для того, чтобы получить представление о том, в каком направлении движется молодёжная культура. Поскольку молодёжная культура принимает все более глобальный характер и имеет своим источником Запад, изучение целевых групп в этих странах может помочь в выявлении новых тенденций в области злоупотребления наркотиками. В последний период справедлива модель, которая характеризует такой фактор, как «работа» или «социальное положение» как несущественный, т. е. наркомании подвержены все слои населения. В качестве существенных факторов выступает «возраст» и «учёба», причём значительное влияние оказывает сочетание этих факторов. Едва ли не максимальное распространение наркомании мы наблюдаем среди подростков, учащихся школ и вузов. Таким образом, высокий уровень распространения заболеваний наркологического типа в молодёжной, учащейся среде охватил вполне благополучные слои населения.

#### Список литературы

1. *Белогуров С. Б.* Наркотики и наркомания. СПб. : Университетская книга, 2006.
2. *Колесников А.* Наркомания в России: состояние, тенденции, пути преодоления // *Безопасность: информ. сб. Фонда нац. и междунар. безопасности.* 1998. № 11–12.
3. *Габияни А. А.* На краю пропасти: Наркомания и наркоманы. М. : Мысль, 1990.
4. Наркомания как форма девиантного поведения : сборник науч. работ. М. : Наука, 1997.

## **ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ НА СОЦИАЛИЗАЦИЮ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА**

**Д. Решетников**

*Тольяттинский государственный университет*

Развитие личности студента – это сложный и непрерывный процесс, в котором задействовано множество факторов как стихийных, так и специально создаваемых. Целостность студента как личности не допускает искусственного расчленения процесса его формирования на отдельные части.

Основным условием формирования личности студента является его социализация, понимаемая как многогранный процесс включения молодого человека в социальную практику, приобретения социальных качеств, усвоение общественного опыта и самореализации при выполнении определенной роли в практической деятельности. Социальная активность – главное качество социализации. В социализации личности в вузе немаловажное значение имеет студенческое самоуправление, поскольку оно является добровольным, неформальным объединением студентов, которому делегируется самостоятельное решение вопросов, касающихся их многоаспектной деятельности.

Идея студенческого самоуправления в университете представляет собой попытку объединения интересов личности с интересами вуза в подготовке профессиональных кадров для экономики страны и гармоничной социализации молодого человека в обществе. Социально активная позиция студента, формируемая различными формами деятельности студенческого самоуправления, влечет за собой изменение его мотивационной сферы, способствует воспитанию, активизирует общественную деятельность, сознательность дисциплины труда, способствует выработке умения планировать свое время и формировать творческий подход к решению жизненных ситуаций.

Означенная роль студенческого самоуправления и определила актуальность данной работы, а именно выявление влияния студенческого самоуправления на формирование личностных и профессиональных качеств студентов.

Вовлечение студентов в социально активную деятельность дает реальную возможность ощутить значимость и необходимость в их труде, реальную возможность приносить пользу людям. Студенческое самоуправление представляет собой специфический воспитательный механизм, основанный на свободе волеизъявления и осознанном желании молодого человека работать над своим самосовершенствованием. Работая в организованном студенческом коллективе, он учится быть самостоятельным, принимать решения, соблюдать субординацию. Такая практика создает условия для вступления студентов во взрослую жизнь.

В соответствии с поставленными целями и задачами было исследовано влияние социальной активности на процесс социализации. Объектом исследования явились две группы студентов в возрасте от 17 до 20 лет, обучающиеся на 1–3-м курсе (студенты Автомеханического и Гуманитарного института ТГУ).

Известно, что ТГУ – это крупный вуз города и области, который имеет развитую инфраструктуру. ТГУ уже не первый год выпускает высококлассных специалистов по различным профессиям. Помимо преподавателей, которые, несомненно, оказывают влияние на становление личности студента, важным является и студенческое самоуправление, которое выполняет функцию интеграции, учит умению работать в команде.

Основными вопросами, которые мы стремились изучить, явились следующие.

1. Понимание студентами такого термина, как «студенческое самоуправление» – при анализе ответов на этот вопрос были получены следующие результаты: 21% студентов отметили вариант «общественное объединение студентов», 26% – «студенческая администрация в сфере организации студенческой жизни», также 26% получил вариант «модель взаимоотношений администрации и студентов», 16% отметили, что студенческое самоуправление – форма организации жизни и досуга студентов, затруднились ответить на этот вопрос 9% студентов. Можно сказать, что студенты вполне конкретно понимают значение и основные направления деятельности студенческого самоуправления.

2. Мнение о существовании различных форм студенческого самоуправления. По результатам ответов были получены следующие процентные соотношения: 54% студентов считают, что это необходимо, 23% уверены, что в этом нет необходимости, 22% студентов затруднились ответить на этот вопрос. Положительное мнение студентов о существовании студенческого самоуправления является важным фактором поддержки системы студенческого самоуправления ТГУ. Выражение доверия по отношению к системе студенческого самоуправления может послужить толчком к дальнейшему прогрессу в этой области.

3. Интересы деятельности в рамках студенческого самоуправления. Научно-исследовательская работа интересна 26% студентов, культурно-досуговая работа привлекает 29%, такая категория, как «спорт» заинтересовала 29%, социально-правовая работа привлекает 12%, информационная работа импонирует 14%, такая форма участия, как социальное проектирование привлекательна для 11%, участие в соуправлении вузом считают востребованным среди 11%, добровольчество и волонтерство будоражит умы 21%, работа профкома студентов и аспирантов вызывает заинтересованность у 13% студентов.

4. Участие в деятельности студенческого самоуправления. Так, участвуют в работе органов студенческого самоуправления 42% студентов, не участвуют в этой работе 57%, не ответили на этот вопрос 1% студентов.

5. Мотивы участия в работе органов студенческого самоуправления. Основными мотивами участия в работе органов студенческого самоуправления являются следующие: 26% студентов участвуют, потому что это интересно, участвуют из-за возможности саморазвития 10%, 8% считают, что это поможет им в профессиональной деятельности. Для принесения пользы университету участвуют 6% студентов, по причине материального поощрения – 4%, затруднились ответить 1% студентов. Итак, главными причинами, по которым студенты участвуют в работе студенческого самоуправления, являются: интерес студентов к этой деятельности и возможность саморазвития, личностного роста.

6. Причины неучастия в работе органов студенческого самоуправления. Среди причин, по которым студенты не участвуют в работе органов студенческого самоуправления, можно выделить следующие: недостаток свободного времени 27%, вариант «это не интересно» отметили 13%, вариант «это никак не поможет в жизни» выбрали 13%, «нет возможности проявить себя» – 16%, только 7% считают, что от него мало пользы, также 7% студентов совмещают работу с учебой. По 1% студентов выделяют недостаточное количество информации о работе органов студенческого самоуправления и не знают, как принять участие в работе органов студенческого самоуправления. Также 12% студентов затруднились ответить на данный вопрос.

Проанализировав результаты анкетирования, можно сказать, что курс развития студенческого самоуправления, взятый руководством, верен, но существуют проблемы. Одна из них – привлечение актива. В ТГУ она решается с помощью проведения различных семинаров для студентов по основным направлениям работы, проведение выездных школ актива. Данные мероприятия уже начали приносить пользу и наметили улучшение в ситуации с привлечением студентов к участию в работе органов студенческого самоуправления. Решение проблем студенческого самоуправления должно иметь первостепенный и стратегический характер, так как разрешение этих проблем послужит толчком к приобретению системой студенческого самоуправления ТГУ оптимальной формы.

## **ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ СВАДЕБНЫХ ОБРЯДОВ И ТРАДИЦИЙ МОЛОДЕЖЬЮ ГОРОДА САРАТОВА**

**А. А. Саранова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время в современном обществе и культуре происходит переосмысление института брака и семьи, а также формирование новых традиций и обыча-

ев, в том числе связанных с празднованием событий личной жизни. Свадебная обрядность как социальный институт в традиционной культуре переживает процессы трансформации, уменьшаются яркость и зрелищность, присущие традиционному свадебному обряду. В настоящее время многие свадебные обряды утратили актуальность, другие, наоборот, приобрели новый смысл и продолжают подчеркивать важность свадьбы.

Свадьба во все времена считалась одним из важных событий в жизни человека. Поэтому с ней связано множество обычаев и примет. Но в наши дни свадьба как строгая и сложная последовательность определенных обрядов не сохранилась. Сейчас это праздник, организовывается в меру сил, возможностей, знаний родителями, молодыми, свидетелями и творческими работниками ЗАГСа. Но, несмотря на различное отношение к старине, отдельные элементы традиционного свадебного обряда все же сохранились, правда, зачастую в измененном виде.

По результатам авторского социологического исследования, проведенного в июле–сентябре 2010 г., в ходе которого было опрошено 170 человек, большая часть опрошенных знают о народных свадебных традициях, присутствующих в нашем регионе. В свою очередь, доля имеющих ни какого понятия об этом – 5,8% всех участников опроса. Значительная часть опрашиваемой молодежи может отличить народные традиции (сватовство, выкуп невесты, помолвка, венчание) от современных (обсыпание рисом, первый танец молодоженов, медовый месяц). Наиболее важными для себя они отмечают медовый месяц (82,8%), обмен кольцами (57,1%) и венчание (36,8%). Рассматривая подробнее обряд венчания, результаты исследования показали, что наибольшее число участников посчитали, что венчание – высшее проявление любви. Венчаться сейчас модно, считают 31,6% опрашиваемых. Рассматривая обряд «горько», каждый третий представитель молодежи не понимает ее точного содержания и смысла. 35,7% опрошенных считают, что «горько» кричат гостям, употребляющим крепкие напитки. То что «горько» кричат родителям, провожающих своих детей в самостоятельную жизнь, считают 12,3% опрашиваемых. Респонденты не могут дать точного определения ни обряду венчания, ни традиции «горько». Рассматривая шаблоны чужих свадеб, респонденты выбирали идеальную свадьбу для каждого из них. Устраивать свою свадьбу в родном городе участники не хотят. Большая доля опрошенных (43,6%) хотят отметить свою свадьбу в другом городе или за границей. Еще одной мечтой является свадьба, сделанная по примеру знаменитостей. Некоторые респонденты хотели бы пожениться вдвоем, другие хотели бы отметить свою свадьбу только с родственниками (2,4%). Наименьшее число респондентов отметили бы свою свадьбу на тропическом острове. Результаты исследования показали, что большинство респондентов знают народные свадебные традиции и использовали их на собственной свадьбе. Ссылаясь на недостаток свободного времени, опрошенные не хотели придумывать новые свадебные

традиции. Респонденты предложили внести некоторые очень интересные идеи новых свадебных традиций, такие как: выкупать жениха невесте; вместо «горько» кричать «сладко»; празднование повторных свадеб для пар, проживших более 15 лет и некоторые другие. Рассматривая влияние пола на объект устраивания свадьбы, результаты исследования показали, что значительная часть мужчин (38,4%) устраивают свадьбу для себя, не обращая внимания на мнение других. Для всех устраивают свадьбу 30,2% опрошенных мужчин. Для своих родителей и родителей супруги устраивают праздник 17,4% представителей сильного пола. 14% мужчин устраивают свадьбу для своих друзей. Наибольшее число опрошенных женщин (65,9%) устраивают свою свадьбу для себя. 22,4% респондентов отмечают свадьбу для того, чтобы приглашенные гости посмотрели на уровень проведения этого праздника и оценили его. По 5,9% женщин устраивают банкет только для своих родителей и для друзей. Большая часть женщин устраивают праздник для себя, в свою очередь, мужчин это волнует в два раза меньше. Они больше ориентируются на родителей и друзей. Мужчины больше ориентированы на внешнее проведение, для них это статусный престиж.

Рассматривая влияние возраста на причины соблюдения свадебных традиций и обычаев, можно сделать вывод о том, что половина всех опрошенных в возрасте 16–20 лет считают, что традиции и обычаи делают праздник наиболее запоминающимся и интересным. По 25% респондентов этого же возраста посчитали, что соблюдать устоявшиеся свадебные традиции нужно только потому, что все так делают и потому что у них нет времени придумать что-то новое. Соблюдение народных свадебных традиций делает праздник наиболее запоминающимся для 55% опрошенных в возрасте от 21 до 25 лет. Придерживаться свадебных традиций нужно, потому что так делают все, посчитали 35% участников опроса. Молодежь в возрасте от 21 до 25 лет отметили, что придерживаются народных свадебных традиций, потому что у них нет времени придумать что-то новое (5%). Большинство участников исследования в возрасте 26–30 лет считают, что соблюдение свадебных традиций делает праздник наиболее интересным (62,2%). 31,1% опрошенных решили, что все соблюдают устоявшиеся традиции поэтому и они должны. Нет времени придумать что-то новое 4,4% из всех опрошенных того же возраста. Каждая пара планирует свадьбу по собственному сценарию. Сейчас, когда беспредельны возможности молодожёнов, торжество может принять самую оригинальную и необычную форму. Гуляют свадьбу по-разному. Кто-то – на природе, кто-то – в ресторане, кто-то – на теплоходе с цыганами и приглашенными «звездами». Но как бы ни видоизменялась форма свадебного торжества, содержание его остаётся примерно одинаковым. Конечно, соблюсти все тонкости старинных свадебных обрядов и традиций довольно сложно и вряд ли необходимо. Каждый выбирает что-то особенно для себя важное.

## КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ ГОРОДА САРАТОВА ГЛАЗАМИ МОЛОДЕЖИ

**А. И. Серова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В настоящее время тема отношения молодежи к памятникам культурно-исторического наследия является весьма актуальной. Степень информированности молодежи о культуре и истории родного города оставляет желать лучшего. Физическое состояние более половины находящихся под охраной государства памятников истории и культуры города Саратова продолжает ухудшаться и характеризуется в наше время как неудовлетворительное. Из-за этого культура региона может потерять очень большой пласт, который потом уже будет вернуть невозможно [1, 35]. Сохранение культурно-исторического наследия является важным фактором для развития чувства патриотизма у молодого поколения, нравственного воспитания. Именно поэтому необходимо изучать отношение молодежи к культуре и на основе полученных данных формировать политику в сфере сохранения и охраны памятников культурного и исторического наследия.

В сентябре 2010 г. в г. Саратове был проведен анкетный опрос 150 респондентов, 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 14 до 30 лет.

Важно было понять, как современная молодежь определяет 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. Для 8,5% опрошенных понятие культурно-исторического наследия синонимично с духовными и материальными ценностями. Кроме того, в качестве составляющих культурно-исторического наследия были названы исторические места, музыкальные произведения, национальное искусство, предания и сказки. Памятники природы являются составляющей понятия культурно-исторического наследия для 0,9% опрошенной молодежи. В определении понятия «культурно-историческое наследие» для большей части респондентов приоритетнее архитектурные сооружения и здания, нежели духовные ценности и неосязаемые памятники истории.

Для 99,3% респондентов сохранение культурно-исторических памятников является важной задачей. Однако только 36,4% опрошенных объяснили эту важность необходимостью передачи их будущим поколе-

ниям. При этом, по мнению 0,7% респондентов, на данный момент не существует необходимости сохранности культурно-исторических памятников.

В качестве наиболее знакомых исторических памятников фигурируют здания Саратовского государственного университета и Театра оперы и балета (на каждое из них приходится по 93,9% упоминаний). Чуть меньше, 92,6% упоминаний приходится на сад «Липки». Императорская Алексеевская консерватория, так же, как и здание Краеведческого музея, известны 59,5% от общего числа респондентов. Меньше всего упоминаний пришлось на долю: торгового пассажира Лаптева (14,9%), детской больницы Поздеевой (12,8%), колбасной фабрики Кизнер и Блок (12,8%), особняка Бореля (12,2%), усадьбы К. Рейнеке (11,5%), доходного дома Е. Горина (10,1%), особняка Скворцова (7,4%) и дома Яхимовича (6,8%). Таким образом, можно сделать выводы о том, что город любим большей частью респондентов; об истории города осведомлена большая часть опрошенных; наибольшую трудность представляет информация о памятниках, связанных с выдающимися саратовцами, в то время как больше всего известны памятники, имеющие громкую славу, функциональное значение, расположенные в центре города.

Помимо прочего, важно установить уровень интереса молодежи к культурно-историческому наследию. Уровень интереса проявляется в посещениях музеев, чтении литературы, просмотре краеведческих передач и желаний респондента узнать об истории города больше. 44% респондентов не посещают музеи и не участвуют в экскурсиях по городу. В то время как 56% ответивших бывают в музеях и на экскурсиях.

Говоря об исторических личностях, важно отметить, что 91,3% опрошенных знакомы с именем Н. Г. Чернышевского. Фамилия известного политического деятеля П. А. Столыпина знакома 91,3% респондентов. 89,9% опрошенных осведомлены о жизни и деятельности первого космонавта Ю. А. Гагарина. Имена писателя А. Н. Радищева и инженера П. Н. Яблочкова известны 86,6% и 80,5% респондентов соответственно. Также опрошенным знакомы фамилии таких выдающихся личностей, как Э. Борель (о нем известно 17,4% опрошенных), Г. О. Засекин (14,1% респондентов), С. А. Калистратов (10,7% респондентов), А. М. Салько (10,1% респондентов), П. М. Зыбин и А. А. Тилло (4,7 и 3,4% соответственно).

Из всей опрошенной молодежи всего 18% принимали участие в мероприятиях с целью сохранности памятников истории и архитектуры. 82% респондентов участие в подобных акциях никогда не принимали. Такой высокий процент непринимавших участия в мероприятиях с целью сохранности памятников истории и архитектуры может быть обусловлен либо отсутствием достаточного количества подобных мероприятий в Саратове, либо недостаточной информированностью молодежи об подобно-го рода акциях или же просто нежеланием молодежи оказывать помощь властям города в сохранении памятников истории.

В ходе опроса респондентов было выявлено, что большая часть молодежи воспринимает культурно-историческое наследие как материальные артефакты прошлого, любят родной город, считают, что знают историю города, а также наиболее известные памятники, находящиеся в центральной части города.

Большая часть молодежи г. Саратова все же заинтересована в получении информации об истории и культуре города и проявляет инициативу в изучении этого материала. Основными источниками получения информации о музеях и памятниках архитектуры для более половины опрошенных являются СМИ, особенно телевидение. Однако, как оказалось, телепередачи не способны удовлетворить эту потребность, поэтому большинство респондентов читают книги по культурно-историческому наследию и посещают различные экскурсии и музеи. Семья является источником информации лишь для одной седьмой части опрошенной молодежи.

В ходе исследования было выделено несколько моделей отношения респондентов к г. Саратову. Респонденты, любящие свой город и гордящиеся им, были обозначены как «патриоты». «Коренными саратовцами» были названы опрошенные, которые любят свой город только по факту рождения в нем. Представители молодежи, желающие что-либо изменить в своем городе, в данном исследовании именовались «патриотами-реформаторами». «Пофигистами» были обозначены респонденты, которым город абсолютно безразличен. Модель отношения к городу респондентов, имеющая ярко выраженную ненавистную окраску, получила название «ненавистники». И наконец, представители молодежи, которые при первой же возможности уедут из Саратова, были обозначены как «мигранты».

Приведём основные характеристики представителей данных моделей.

«Патриоты», как правило, знают историю родного города, читают литературу по истории и культуре города, смотрят краеведческие телепередачи, но редко; у них есть любимые места в городе; они хотели бы расширить свои знания о городе; считают важным сохранность памятников культурно-исторического наследия.

«Коренные саратовцы», достаточно плохо знают историю родного города; читают книги по истории города редко или не читают совсем; смотрят краеведческие передачи по истории города редко или не смотрят совсем; есть любимые места в городе; хотели бы знать об истории и культуре города больше; считают важным сохранность памятников культурно-исторического наследия.

«Реформаторы», имеют средние знания по истории города; редко читают литературу по истории и культуре города; достаточно редко смотрят или совсем не смотрят краеведческие телепередачи; есть любимые места в городе; хотели бы знать об истории и культуре города больше; считают важным сохранность памятников культурно-исторического наследия.

«Пофигисты», имеют средние знания по истории города; не читают литературу по истории и культуре города; редко смотрят краеведческие телепередачи или не смотрят их совсем; есть любимые места в городе; хотели бы узнать об истории города больше; считают важным сохранность памятников культурно-исторического наследия.

«Ненавистники», имеют средние знания по культуре и истории города; не читают литературу по истории города; не смотрят краеведческие телепередачи; как правило, есть любимые места в городе, но может и не быть; не имеют желаний расширять свои знания по культуре и истории города; считают важным сохранность памятников культурно-исторического наследия.

«Мигранты», имеют средние знания по истории и культуре города; не читают литературу по истории и культуре города совсем; не смотрят краеведческие телепередачи; как правило, есть любимые места в городе; не имеют желаний расширять свои знания по культуре и истории города; считают важным сохранность памятников культурно-исторического наследия.

Результаты исследования показали, что нужно больше внимания уделять развитию патриотизма среди молодежи, еще в школе прививать знания истории родного города. Необходимо расширить возможность получения молодежью информации по культурно-историческому наследию, способствовать заинтересованности молодежи в данном вопросе.

#### Список литературы

1. Культурное наследие регионов: проблемы и опыт сохранения, изучения и популяризации. Самара, 2006.

## САМОСОХРАНИТЕЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ САРАТОВСКОЙ МОЛОДЕЖИ

**Е. И. Словеснова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Вопрос о самосохранительном поведении, о здоровье молодого населения, составляющего главный репродуктивный потенциал страны, – это в буквальном смысле вопрос выживания страны в его физическом выражении. Впервые термин «самосохранительное поведение» стал употребляться А. И. Антоновым в конце 1970-х гг. как система действий и отношений, направленных на сохранение здоровья в течение полного жизненного цикла, на установку продления срока жизни в пределах этого цикла, описания готовности личности к сохранению

собственной жизни и здоровья [1]. Сохранение и поддержание здоровья является одной из фундаментальных ценностей человеческой жизни. Однако сегодня можно говорить о чрезвычайно низкой фактической, а не декларируемой ценности здоровья. Этот тезис подтверждают результаты авторского исследования, в ходе которого был проведен анализ самосохранительного поведения молодежи г. Саратова. Исследование было проведено в 2009–2010 гг. методом анкетирования 200 человек по половозрастным критериям. Несмотря на то, что в системе ценностей молодежи здоровье занимает 2-е место, уступая лишь семье, в реальности дело обстоит иначе.

Более половины молодых людей имеют вредные привычки (61%), причем их наличие выявлено и среди 14–17-летних (около 55%). Самая распространенная вредная привычка – курение, в ее наличии признались 62,8% мужчин и 38,7% женщин. Гендерный анализ пагубных пристрастий выявил наличие «женских» и «мужских» вредных привычек. Так, женщины более подвержены перееданию (12,3%), а мужчины – компьютерной (21,3%) и алкогольной (9,6%) зависимостям. Также было выявлено наличие такой опасной для жизни зависимости, как наркомания, около 10% молодых людей признались в ее наличии. В основном употребляют «легкие» наркотики молодые люди, учащиеся в вузах, в возрасте 18–22 лет, не только мужского, но и женского пола.

Несмотря на крайне негативное влияние вредных привычек на организм человека, почти половина респондентов не собирается от них отказываться. Только 3,3% молодых людей смогли отказаться от вредных привычек, причем большинство из тех, кто освободился от пагубных пристрастий – женщины. 56,2% респондентов не могут от них избавиться по разным причинам: 28,9% не хватает силы воли, 27,3% признались, что многократно пытались бросить, но уже смирились с наличием вредных привычек и больше пытаться не собираются.

К тому же большинство молодых людей не считают наличие вредных привычек фактором, негативно влияющим на их здоровье. Всего лишь 4% признали, что разного рода зависимости отрицательно сказываются на состоянии здоровья. Лидирующими факторами по степени влияния на здоровье, по мнению респондентов, являются неблагоприятные природно-климатические условия (16%), недостаточное развитие медицины (11,5%), плохая экология (8,5%) и наследственность (8%). Несмотря на то что ВОЗ считает главным фактором, определяющим состояние здоровья, именно образ жизни самого человека, молодежь не хочет брать ответственность на себя, предпочитая винить в своих болезнях окружающую среду и медицину [2].

Такое отношение к своему здоровью привело к тому, что более половины молодых людей уже имеют хронические заболевания, причем некоторые – несколько. 52,3% имеют заболевания органов пищеварения, на 2-м месте аллергические и заболевания органов зрения по 24,8%; 18,3%

опрошенных имеют заболевания костно-мышечной системы, органов дыхания – 12,8%, заболеваниями сердечно-сосудистой системы страдают 6,4% респондентов, 4,6% опрошенных имеют заболевания нервной системы.

Развитию хронических заболеваний способствует недостаток сна – около половины молодых людей (45,5%) спят всего по 4–6 ч в сутки; только 45,5% респондентов спят по 7–8 ч; 7,5% опрошенных – более 8 ч, 1,5% уделяют сну менее 4 ч в день.

Также отрицательно влияет на здоровье и недостаточная физическая активность молодежи – только половина опрошенных занимается спортом, причем из них делает это регулярно всего 48%. Остальная половина респондентов совсем не занимается спортом.

Далеко от идеального и питание молодых людей. В рационе молодежи (особенно студенческой) присутствует «быстрая еда» – fast food, которая крайне негативно сказывается на состоянии всего организма. 15,5% респондентов едят 2 и менее раз в день, большинство респондентов (67%) едят 3–4 раза в день (диетологи считают такое распределение оптимальным), 5 и более приемов пищи в день имеют 9% опрошенных, 8,5% респондентов каждый день едят по-разному.

Забота о своем здоровье является первоочередной задачей для каждого человека. Однако зачастую своим здоровьем человек начинает заниматься, когда болезни уже проявились на физическом уровне. Так, более половины (58,5%) молодых людей обращаются к врачам только когда уже заболели, отвергая возможность профилактики; 25% опрошенных проходят врачебный осмотр по требованию работодателя, учебного заведения; около 20% предпочитают вообще не обращаться за медицинской помощью. 12% опрошенных посещают врачей по настоянию родственников и друзей, и лишь 11,5% регулярно посещают врачей в целях профилактики.

Исходя из полученных данных, можно говорить о крайне низкой культуре самосохранения и ответственности за собственное здоровье и здоровье близких (в большинстве своем люди начинают заботиться о здоровье только после его фактического или ожидаемого ухудшения или по совету врача). Несмотря на крайнюю важность самосохранительной деятельности, многие молодые люди мало задумываются над этим. Воспринимая здоровье как должное и не обращая на него достаточного внимания, молодежь обрекает себя на болезни в будущем.

#### Список литературы

1. Антонов А. И. Самосохранительное поведение // Народонаселение : энцикл. словарь. М., 1994.
2. Ядов В. А. Социология в России. М., 1997.

## ГОРОД ТОЛЬЯТТИ ГЛАЗАМИ ИММИГРАНТОВ

Ю. В. Стоян

*Тольяттинский государственный университет*

Как известно, город Тольятти изначально был заложен как центр переселения крещёных калмыков. С тех пор рост численности горожан происходил в основном за счёт механического прироста населения – иммигрантов. В данной статье будет рассмотрено именно социальное самочувствие иммигранта, а также их оценка городских условий Тольятти. Социальное самочувствие мы будем рассматривать как интегральный показатель адаптированности иммигранта к новому месту жительства, работы, как некий результат, индикатор успешности процесса адаптации.

В октябре 2010 г. было проведено исследование «Социально-экономическое положение иммигранта в г. Тольятти», объектом которого выступили работающие специалисты-иммигранты, проживающие в г. Тольятти. В качестве метода исследования было выбрано неформализованное фокусированное глубинное интервью [1, 2].

В ходе исследования было опрошено 10 специалистов-иммигрантов, из них трое мужчин. Возраст респондентов варьировался от 31 до 69 лет. Девять из десяти человек имеют высшее образование, и один респондент со средним специальным образованием. Необходимо отметить, что на момент проведения исследования восемь респондентов работали в сфере образования, и двое – в сфере здравоохранения.

География мест эмиграции обширна, она охватывает территорию протяженностью от Иркутска до Душанбе и включает: Томск, Саранск, Бийск, Тамбовскую и Пензенскую области.

В ходе интервью мы выяснили, как повлиял переезд на личную жизнь респондентов. Оказалось, что половина участников интервью именно в Тольятти встретились со своими будущими супругами, здесь создали семью. Причём только две женщины, родом из Душанбе, ощутили, что иммиграция повлияла на взаимоотношения в их семьях.

В процессе адаптации иммигранта важно, насколько новый ритм жизни отличается от привычного. Три женщины, родившиеся в Республике Таджикистан, заявили, что им приходилось привыкать к Тольятти, как-то подстраиваться. Респонденту К., например, нравилась новая атмосфера – очень динамичная, энергичная; в Тольятти ей было комфортно. Респондент Н. говорит, что жизнь в Душанбе была более спокойной, размеренной, а в Тольятти «приходилось даже... завоевывать своё место в жизни». Респондент В. отмечает, что больше всего ей приходилось привыкать к «смене погоды» – в Тольятти постоянно дуют ветра, – и это сказывалось на её здоровье. Будучи родом из села ей также приходилось приспосабливаться к жизни в условиях большого количества транспорта и развитой дорожной сети. Остальные респонденты сообщают, что при-

выкаты к ритму нового города им не приходилось по большей части, потому, что сами приехали из крупных городов.

Все респонденты сошлись в одном – существуют некоторые различия между населением родного города и Тольятти. Респондент А. описывает Тольятти как молодой город, город приезжих, «котёл, в котором варился и варится ещё... несложившийся тип городского жителя, это ещё только процесс, который... завершится только лет через 15–20». Респондент С. отмечает, что «уровень культуры в городе не очень высок», и объясняет это тем, что в Тольятти приезжали «люди, которые искали лучшей жизни... которые не состоялись в других местах». Респондент Б. полагает, что разница между жителями «выражается в отношении к требованиям закона» – в Тольятти с несколько большим пренебрежением относятся к запретам. Зато уровень автомобильной культуры в нашем городе гораздо выше. Три иммигрантки из Душанбе отмечают, что если сравнивать население России и Таджикистана, то разница очень заметна. По их мнению, в республике было более строгое воспитание, другие традиции, другой менталитет у населения. Респондент К. разделяет русскоязычное население Таджикистана и русскоязычное население России по культуре речи. В Таджикистане лучше сохранилась самобытная русская культура, люди были добрее, ближе друг к другу и «язык чище». В России же её больше всего потрясло, насколько «грязным» был язык, «грязный в плане использования ненормативной лексики». Респондент В., рассказывая о своём родном селе, уточняет, что там все друг друга знают, «народ более отзывчивый, коммуникабельный». Тольятти она описывает как «наезд людей всех национальностей, со всех регионов России», где нет чего-то общего у жителей, каждый сам по себе. Также респондент В. высказывается о том, что Тольятти – очень безликий, «архитектурно бедный... бескультурный...» город.

Несмотря на существование каких-либо проблемных ситуаций в городе, четырём респондентам из десяти нравится жить в Тольятти. Они отмечают среди достоинств города местную природу, возможность реализовать здесь свой потенциал, а наличие родных, друзей и знакомых помогает сродниться с городом.

Остальные участники интервью отметили негативные стороны жизни в Тольятти, связанные по большей части с культурой и обликом города. Например, районы представляются иммигрантам разрозненными, серыми, агрессивными; жилые здания чаще сравнивают с параллелепипедами и «бетонными коробками»; город на Волге даже не имеет красивой набережной. Тольятти не вызывает чувство привязанности к себе, которое могло бы удерживать здесь мобильную часть населения. Во многом по этим причинам трое респондентов хотели бы уехать из Тольятти, и ещё двое не исключают возможности переезда в другой город.

Современную ситуацию в социально-экономической и миграционной сферах г. Тольятти иммигранты прокомментировали следующим образом. В связи с трудностями, которые испытывали крупные заводы города, в пер-

вую очередь Волжский автомобильный завод, возникли проблемы с трудоустройством населения, финансированием социальной сферы, снизился средний уровень оплаты труда, город стал «менее комфортным, потерял престижность». Чувствуется, что молодёжь пессимистично оценивает свои перспективы в Тольятти, не испытывает желания построить здесь карьеру. В ответах респондентов часто прослеживалась мысль, что Тольятти перестал быть привлекательным для иммигрантов городом, исчезли те причины, по которым когда-то сами участники интервью приехали сюда.

По мнению респондентов, чтобы преодолеть обозначенные выше проблемы, необходимо развивать производственные силы города и малый бизнес. Также стоит внимательно отнестись к развитию культурной составляющей: город ещё не сформировал собственную культуру; для этого необходимы специалисты гуманитарной направленности: филологи, культурологи, историки, психологи и др. Однако низкая оплата труда перечисленных ранее специалистов часто ведет к их переквалификации, а значит, и последующей нехватке.

Заметим, насколько важным было, что в качестве объекта исследования выступили иммигранты: в сравнении с другими городами и в соответствии со своим опытом они помогли обозначить круг важных для процветания города проблем.

Результаты исследования также показали, что опрошенные иммигранты в большинстве своём успешно адаптировались к новым условиям проживания, их социальное самочувствие можно назвать хорошим.

#### Список литературы

1. *Добренков В. И., Кравченко А. И.* Методы социологического исследования : учебник. М.: ИНФРА-М, 2006.
2. Ежегодный отчет о деятельности мэра и мэрии городского округа Тольятти за 2009 год. Портал мэрии городского округа Тольятти. URL: [http://www.tgl.ru/tgl/quest\\_answ/detail.htm?id=10315283@cmsArticle](http://www.tgl.ru/tgl/quest_answ/detail.htm?id=10315283@cmsArticle) (дата обращения : 01.10.2010).

## **«КТО В ДОМЕ ХОЗЯИН?»: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РОЛЕВОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ В СЕМЬЕ**

**А. О. Субботкина**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

В современном обществе часто рушатся (или как минимум жестко корректируются) некоторые аксиомы. В частности, переосмыслению часто подвергаются функции мужчины и женщины в семье.

Кто главный в семье – муж или жена? Содержание понятия семейного главенства связывается с осуществлением управляющих функций: общим руководством семейными делами, принятием ответственных решений, касающихся семьи в целом, регулированием внутрисемейных отношений, выбором метода воспитания детей, распределением бюджета семьи и т. д. [1; 42].

При этом встречаются четыре типа главенства в семье: патриархальное (главой семьи обязательно является муж), матриархальное (глава семьи – жена), эгалитарное (в семье руководство осуществляется попеременно), эквалитарное (равноправие) [2].

Исполнение семейной роли зависит от выполнения ряда условий, прежде всего, от правильного формирования ролевого образа. Индивид должен четко представлять себе, что значит быть мужем или женой, старшим в семье или младшим, какого поведения ждут от него, какие правила, нормы ждут от него, какие правила, нормы диктует ему то или иное поведение. Для того чтобы сформулировать образ своего поведения, индивид должен точно определить свое место и место других в ролевой структуре семьи. Например, может ли он исполнять роль главы семьи вообще или в частности главного распорядителя материального достояния семьи. В этом плане немаловажное значение имеет согласованность той или иной роли с личностью исполнителя. Человек со слабыми волевыми качествами, хотя и старший по возрасту в семье или даже по ролевому статусу, например муж, далеко не подойдет к роли главы семьи в современных условиях. Для успешного формирования семьи немаловажное значение также имеет чувствительность к ситуационным требованиям семейной роли и связанная с ней гибкость ролевого поведения, которая проявляется в способности без особых затруднений выходить из одной роли, включаться в новую сразу, как этого потребует ситуация. Например, тот или иной богатый член семьи играл роль материального покровителя других ее членов, но его финансовое положение изменилось, и изменение ситуации сразу же требует изменения его роли [3; 83].

Для изучения этого вопроса я провела социальный опрос студентов СГАУ 1–4-х курсов, который выявил, что 65% женщин высказались за равноправие, 30% отдали главную роль в семье мужчине и лишь одна из опрошенных женщин была за матриархат. Большинство мужчин (90%) отметили собственное главенство, 10% поддержали равноправие и ни один мужчина не отдал данную роль женщине. Данные соотношения указывают на стереотипы о роли женщины в семье (ей отдают второстепенную роль).

На вопрос: «С чем вы связываете понятие “хозяин в доме”?» – женщины и мужчины высказались солидарно, они ассоциируют данное понятие с правом принимать все важные в быту решения.

Еще в период ухаживания начинается процесс распределения ролей в семье. Активно этот процесс продолжается при вступлении в брак. Се-

мейное благополучие во многом зависит от того, насколько согласованно действуют супруги, насколько каждый из партнеров согласен и готов исполнять определенные роли в семье.

В проведенном мною опросе фигурировал вопрос: «Какой процент семейного бюджета должен зарабатывать мужчиной, а какой женщиной?» В среднем и мужчины и женщины отметили следующее соотношение: 70,75% должен зарабатывать мужчина и 29,25% – женщина.

Однако прекрасная половина человечества намного требовательнее к своим избранникам в ряде других принципиальных вопросов. Например, многие женщины считают, что мужчина обязан столь же интенсивно, как и его супруга, заниматься ведением домашнего хозяйства и гораздо больше времени тратить на воспитание подрастающего поколения [4; 69].

На вопрос «Должен ли мужчина участвовать в ведении домашнего хозяйства?» большинство женщин отметили вариант «в определенной степени да» и, что интересно, трое из четверых мужчин-участников опроса ответили аналогичным образом. В определенной степени это указывает на их адекватную реакцию на изменение традиционной модели семейно-брачных отношений в сторону популяризации эквалитарного типа. Однако не стоит испытывать иллюзий относительно активного включения мужчин в повседневный быт. Сами же мужчины уверены: привлечение их к ведению «дома» должно быть минимальным, поскольку добытчику не пристало заниматься мытьем посуды и выносом мусора.

В семейной жизни вполне могут возникнуть обстоятельства, которые вынуждают мужчину заниматься только домашними делами и здесь, соответственно, ролевое распределение также претерпит определенные изменения. Наиболее подготовлены к такой миссии те мужчины, которые не обременены комплексами и стереотипами, а главное – готовы к подобному перераспределению ролевой нагрузки [5; 17].

Опрос также показал, что в 76,9% случаев с патриархальным типом семейных отношений аналогично считают, что главным по определению должен быть мужчина. Такая же четкая закономерность характерна в семьях с ролевым равноправием (83,3% этого типа выступают аналогично – за равноправие). И только студенты из матриархальных семей высказались в пользу равноправия. В итоге фактическое ролевое распределение в собственной семье оказывает определенное влияние и на само восприятие студентами модели семейных отношений.

Думаю, что наиболее активными участниками выяснения «межполовых» отношений становятся мужчины и женщины, никогда не состоявшие в браке и не планирующие его создавать и иметь детей, либо те, кому на этом фронте просто не повезло. И это вовсе не значит, что они плохие. Так устроилась их судьба или так диктуют им внутренние убеждения.

А у кого прекрасные отношения в семье, есть желанные дети, нормальная работа и устроенный быт, тем просто не нужно, да и некогда участвовать в таких «разборках». У них и без того забот хватает. А может,

в таких семьях по-тому и хорошо, что вместо поиска виноватого они просто живут, любят, работаю, пытаясь сохранить и сберечь ставшие для многих немодными идеалы и ценности крепкой и нормальной семьи? А матриархат и патриархат в таких парах вполне уживаются между собой, и вопрос «Кто в доме хозяин?» у них не стоит, его просто нет!

#### Список литературы

1. Голод С. И. Будущая семья: какова она? М., 1990.
2. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Социология\\_семьи](http://ru.wikipedia.org/wiki/Социология_семьи) (дата обращения : 11.02.2011).
3. Витек К. Проблемы супружеского благополучия / пер. с чешск.; под ред. М. С. Мацковского. М., 2001.
4. Дружинин В. Н. Психология семьи. 3-е изд., испр. и доп. Екатеринбург, 2000.
5. Гребенников И. В. Основы семейной жизни. М., 2003.

## НЕМОТИВИРОВАННАЯ ПРЕСТУПНОСТЬ – ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОСТИ?

**О. В. Сундуков**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

Преступность – явление отклоняющегося поведения, представляющее опасность для людей и их собственности [1] «Немотивированными» называют преступления, совершаемые без очевидных для окружающих мотивов. Каждое такое преступление ужасно, потому что любой человек в любую минуту и безо всякого мотива может стать жертвой насилия.

В настоящее время наука уделяет серьезное внимание исследованию немотивированных преступлений, которые в значительной степени можно отнести к сфере неосознаваемой психической деятельности. Они поражают своей бессмысленностью и не укладываются в привычные представления о механизме преступного поведения.

К «безмотивным» преступлениям, как правило, относят преступления, мотивы которых неадекватны внешнему поводу, а также «отсроченные», «замещающие» и ряд других преступных действий.

К первой группе немотивированных преступлений относятся преступления, совершаемые по неадекватным мотивам, т. е. по мотивам, сила которых явно не соответствует породившему их поводу. Следует отметить, что неадекватные мотивы имеют место, как правило, в насильственных преступлениях. Ко второй группе «безмотивных» преступлений относятся так называемые «замещающие действия». Суть их в том,

что если первоначальная цель становится недостижимой, то лицо стремится заменить ее другой – достижимой. Благодаря замещающим действиям происходит снятие нервно-психического напряжения. Еще одну, третью группу «безмотивных» преступлений составляют «отсроченные действия». Как и в предыдущих случаях, из-за внешних препятствий или противодействия заинтересованных лиц виновный не может в данный момент удовлетворить возникший у него мотив, и в этих случаях мотив незавершенной деятельности переносится в настоящее и будущее. Между тем нередко при расследовании ищут мотивы преступления в настоящем и, естественно, не находят их. Отсюда и возникает мнение о «безмотивности» подобных преступлений [2]. Ни одно преступление не совершается безмотивно. Мотив определяет смысл всех волевых поступков, в том числе и противоправных. Мотив – это психологическое основание поступка, без которого он превращается в слепую физическую силу. Следует отметить, что в наибольшей степени подвержены вспышкам немотивированной агрессии мужчины в возрасте 18–24 лет, задействованные на офисных специальностях, а также сотрудники небольших производств. Также в группе риска находятся безработные, либо сокращаемые со своих должностей сотрудники крупных предприятий [3].

Основными причинами, способствующими возникновению актов немотивированной агрессии, являются:

- широкое распространение профессий, работа на которых сопровождается хроническим стрессом;
- отсутствие общественного контроля за информационной средой; либеральное оружейное законодательство;
- культурные особенности, влияние социальной среды [3, 4].

Не оставляет равнодушным тот факт, что в последнее время в мире особенно много совершается немотивированных тяжких преступлений. Их совершают маньяки. Страной различного рода маньяков можно без преувеличения назвать Соединенные Штаты Америки. За всю долгую историю этой великой страны подобного рода преступников родилось в ней такое количество, что один перечень их имен и деяний занял бы не одну сотню страниц. 40% от общего числа совершённых преступлений являются немотивированными в США, 17% – в Японии, 11% – в Германии. В России на долю немотивированных приходится лишь 3% от общего числа преступлений.

Исходя из статистики, можно сделать вывод о том, что частое проявление актов немотивированной агрессии является болезнью развитых обществ и экономически устойчивых государств и не зависит от каких-либо долгосрочных социально-экономических трендов.

В современных условиях вероятность того, что вспышки немотивированного гнева на территории России будут проявляться всё чаще, существенно возрастает. Ведь нельзя забывать о том, что российское общество находится в условиях относительной молодости государственной и

общественной систем. Накопленные за время нестабильности социальные противоречия оказывают негативное влияние на психологический климат для населения. В условиях резкого ухудшения информационного фона данный риск усугубляется.

Развитие общества индивидуалистов, рост вредных влияний окружающей среды на ребёнка, распад традиционных семейных отношений ведут к росту числа душевно и психически ущербных людей. Такие люди внешне не выделяются из толпы. Взрыв насилия по отношению к случайным персонам происходит после достижения критической массы в душе преступника. Тогда жертвой с первого взгляда бессмысленного и немотивированного преступления может стать любой человек.

На текущий момент говорить о наличии сформировавшейся тенденции к росту немотивированных преступлений в России нельзя, но для того чтобы предупредить неблагоприятное развитие ситуации целесообразно, на мой взгляд, применение ряда профилактических мер:

- наращивание общественного контроля за содержанием национальной медиа-среды;
- развитие оружейного законодательства в сторону усиления контроля за распространением оружия;
- разработка и реализация комплекса мер по трудоустройству и психологической помощи для лиц, которые были сокращены в рамках антикризисных мероприятий.

#### Список литературы

1. URL: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/sociologiya/PRESTUPNOST.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/sociologiya/PRESTUPNOST.html) (дата обращения : 02.04.2011).
2. URL: <http://stud24.ru/sociology/nemotivirovannaya-prestupnost/22428.html> (дата обращения : 3.04.2011).
3. URL: [www.integrum.ru](http://www.integrum.ru) (дата обращения : 10.04.2011).
4. Исследование социальной нестабильности : информ.-аналит. обзор. 2009. № 192. 10 апреля.

## **УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ СТУДЕНТОВ ОБУЧЕНИЕМ В ТОЛЬЯТТИНСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

**А. Суханова, Н. Щепинова**

*Тольяттинский государственный университет*

Удовлетворенность студентов процессом обучения в вузе является важной составляющей для профессионального становления специалиста. В связи с этим нами было проведено исследование, целью которого ста-

ло выявление удовлетворенности студентов разных курсов обучением в ТГУ. Респондентами стали 50 студентов с первого по пятый курс, различных специальностей. Исследование носит пилотажный характер. В ходе исследования нами были получены следующие результаты. Студентам было предложено по 4-балльной системе оценить различные стороны обучения в университете, где 1 соответствовала самой низкой оценке, а 5 – самой высокой.

В целом студенты удовлетворены обучением в университете. Самую высокую оценку организация расписания заслужила у 18%, на «хорошо» – 42% опрошенных, 24% – на «удовлетворительно», 6% и 10% дали низкую оценку. Таким образом, основная масса респондентов удовлетворена организацией расписания.

Обеспечение учебной и учебно-методической литературой является важной составляющей организации обучения будущего специалиста. 46% респондентов оценили данный аспект весьма высоко, 32% – на «хорошо» и 4% – на «удовлетворительно». Как показывают результаты, обеспечение литературой в ТГУ находится на достаточно высоком уровне в оценке студентов.

Основная масса респондентов (60%) полностью удовлетворена компьютерным обеспечением учебного процесса и только 6% неудовлетворены полностью.

Организацией педагогической практики полностью удовлетворены 28%, 46% респондентов оценили организацию практики на «хорошо», 16% – на «удовлетворительно».

Очень высокую оценку получило обслуживание в библиотеке. Так, 52% студентов отметили прекрасное качество обслуживания и еще 38% оценили его на «хорошо».

Наличие помещений для самостоятельной работы также были высоко оценено. Среди опрошенных 46% респондентов оценили наличие помещений на «отлично» и еще 30% на «хорошо». Однако среди респондентов, частично удовлетворенных, оказалось 16%.

Положительную оценку заслужила и организация питания в вузе. Подавляющее большинство (56%) оценили организацию питания, используя самый высокий балл.

Условия в общежитии были оценены не так высоко. Так, только 16% респондентов полностью удовлетворены состоянием общежития, 28% опрошенных оценили состояние общежития на «хорошо», тогда как 26% на «удовлетворительно» и по 12% студентов дали отрицательную оценку.

Противоречивые оценки заслужила помощь в трудоустройстве. Так, только 18% полностью удовлетворены этой помощью, тогда как 16% оценили эту помощь на «удовлетворительно», 14% и 12% студентов присвоили низкий балл.

Однако, несмотря в целом на достаточно позитивную оценку организации обучению в вузе, студенты предложили несколько рекоменда-

ций. Среди таковых оказались увеличение доли практики, периодическая проверка квалифицированности преподавателей, улучшение состояния аудиторий, библиотека в каждом корпусе, а также благосклонность к работающим студентам.

В целом на вопрос: «Оправдало ли обучение в ТГУ Ваши ожидания?» – 22% респондентов ответили, что впечатления превзошли ожидания, 54% – впечатления соответствуют ожиданиям, 16% – несколько ниже ожидаемого и только 4% – полностью не соответствует ожиданиям и еще 4% затруднились ответить.

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНФЛИКТНОСТЬ В МОЛОДЫХ СЕМЬЯХ ГОРОДА БАЛАКОВО**

**А. А. Тарараксина**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Вступая в брак и образуя новую ячейку общества, молодые люди неизбежно сталкиваются с проблемами не только материального характера, но и психологического. Среди прочих проблем, существующих в молодой семье, проблема семейных конфликтов стоит особенно остро. Молодые люди вступают в брак, находясь во власти романтических чувств, не зная правил и закономерностей супружеской жизни. Но когда проходят романтические чувства, и супруги раскрываются совершенно с новой стороны, порой не самой лучшей, как правило, встаёт вопрос о разводе.

Данная тема является актуальной, так как супружеские конфликты свойственны даже самому идеальному браку. В любом конфликте разрушаются человеческие связи, люди отчуждаются друг от друга, и требуется значительное время, необходимы душевные усилия обоих супругов, чтобы нарушенные и прерванные межличностные связи восстановились.

Летом 2009 г. в г. Балаково было проведено исследование на тему «Конфликты в молодой семье» методом анкетирования. В опросе принимали участие молодые супруги, стаж семейной жизни которых не превышает 5 лет. Всего было опрошено 200 респондентов в возрасте от 18 до 30 лет, среди которых 50% мужчин и 50% женщин.

В ходе анализа статистических данных было установлено, что ежедневно ругается 62,5% супругов со стажем семейной жизни менее 2 лет, 37,5% супружеских пар – со стажем от 2 до 3 лет. Более 2 раз в неделю конфликтуют 51,7% пар со стажем семейной жизни от 2 до 3 лет, 32,8% – со стажем менее 2 лет, 15,5 – со стажем от 4 до 5 лет. Несколько раз в месяц конфликтует 52,9% супругов со стажем менее 2 лет, 32,2 – проживших совместно от 2 до 3 лет, 14,9 – со стажем от 4 до 5 лет. Среди кон-

фликтующих несколько раз в год 35% со стажем 4–5 лет, 35 – со стажем менее 2 лет, и 30 – со стажем от 2 до 3 лет.

Для 49,4% супругов, проживших в браке менее 2 лет, основной причиной возникновения конфликтов является отсутствие взаимопонимания, для 40% бытовые проблемы, для 27,1% респондентов причиной семейных конфликтов является несовместимость характеров, для 20 – ревность, для 9,4% опрошенных поводом к возникновению конфликтов является плохое настроение, для 3,5 – расхождение во взглядах на воспитание детей и поведение супруга (ги), для 1,2% – необходимость вымещения накопившегося негатива и измены.

Среди супругов, проживших в браке от 2 до 3 лет, 55,4% респондентов ответили, что причиной возникновения конфликта в семье являются бытовые проблемы. Для 48,6% наиболее актуальной является такая причина, как отсутствие взаимопонимания, для 25 – ревность, для 24,3 – расхождение во взглядах на воспитание детей. Несовместимость характеров является причиной возникновения конфликтов для 21,6% супругов со стажем от 2 до 3 лет, для 4,1 – неприятности на работе, для 2,7% опрошенных причиной конфликтов являются материальные трудности и необходимость вымещения накопившегося негатива, для 1,4% – плохое настроение и поведение супруга(ги).

Выявляя зависимость причин конфликтов от стажа семейной жизни было установлено, что для 52,5% супругов, проживших в браке от 4 до 5 лет, основной причиной возникновения конфликтов являются бытовые проблемы, для 42,5 – отсутствие взаимопонимания, для 27,5 – расхождение во взглядах на воспитание детей. В 10% молодых семей основным поводом к возникновению конфликтов является несовместимость характеров, для 5% причиной конфликтов является привычка в отношениях. Для 2,5% поводом к конфликтам становятся ревность, поведение супруга(ги), неприятности на работе, материальные трудности.

Изучая влияние наличия детей на частоту конфликтов, были получены следующие данные: среди респондентов, не имеющих детей, несколько раз в месяц ругаются 46,2% молодых семей, более 2 раз в неделю конфликтуют 26,4% супругов, несколько раз в год конфликтуют 10,4% опрошенных. Среди семей с 1 ребёнком 45,6% ругаются несколько раз в месяц, 29,4% – конфликтуют более 2 раз в неделю, 7,4 – ссорятся несколько раз в год, 2,9 – конфликтуют каждый день. Среди супругов, имеющих 2 детей, 38,1% конфликтуют более 2 раз в неделю, 33,3 – конфликтуют несколько раз в месяц, 19 – ругаются несколько раз в год. 50% опрошенных, имеющих 3-го ребёнка и более, конфликтуют более 2 раз в неделю.

Выявляя зависимость частоты конфликтов от причин вступления в брак, было установлено, что среди респондентов, вступивших в брак по любви, 44,1% ругаются несколько раз в месяц, 27,3 – ссорятся более 2 раз в неделю, 11,8 – конфликтуют несколько раз в год, 3,7 – ругаются каж-

дый день и 13% затруднились ответить. Среди вступивших в брак из-за осознания необходимости конфликтуют более 2 раз в неделю и также 40% несколько раз в месяц. И 10% супругов ругаются каждый день. Среди опрошенных, вступивших в брак из-за желания попробовать себя в новом амплуа, 50% супругов конфликтуют несколько раз в месяц. 35,7 – конфликтуют более 2 раз в неделю. 50% респондентов, вступивших в брак из-за возможности решения материальных проблем, затруднились ответить на вопрос о частоте конфликтов.

Что касается зависимости продолжительности конфликтов от стажа семейной жизни, то несколько минут конфликты продолжаются у 45,6% семей со стажем менее 2 лет, у 35,6% семей со стажем от 2 до 3 лет и у 18,9% семей со стажем от 4 до 5 лет. Несколько часов конфликтуют 42,7% супругов, проживших в браке от 2 до 3 лет, 40,4% пар со стажем менее 2 лет и 16,9% семей со стажем от 4 до 5 лет. Несколько суток конфликты продолжаются у супругов со стажем от 4 до 5 лет (50%), у 28,6% пар со стажем менее 2 лет и у 21,4% супругов, проживших в браке от 2 до 3 лет.

Среди супругов, проживших в браке менее 2 лет, после вступления в брак улучшились отношения у 52,3% супругов, не изменились отношения у 31,4%, ухудшились у 16,3%. Среди проживших совместно от 2 до 3 лет у 51,4% супругов после вступления в брак отношения ухудшились, у 29,7 – отношения не изменились, и улучшились у 18,9%. Среди супругов со стажем семейной жизни от 4 до 5 лет ухудшились отношения у 42,5% пар, у 40 – отношения не изменились, у 17,5% пар отношения улучшились.

На изменение отношений с супругом могут влиять многие факторы, среди которых наличие и количество детей. Выявляя влияние наличия детей на изменение отношений с супругом(ой) было установлено, что среди бездетных семей у 45,8% после вступления в брак отношения улучшились. У 29% семей отношения не изменились, у 25,2 – отношения ухудшились. Среди семей с 1 ребёнком у 41,2% отношения ухудшились, у 36,8 – отношения после заключения брака не изменились, у 22,1 – отношения улучшились. У 52,4% семей с 2 детьми после вступления в брак отношения ухудшились, у 38,1 – отношения не изменились, у 9,5 – отношения улучшились. У 75% семей с 3 детьми и более отношения ухудшились. У 33% отношения улучшились, и у 25% отношения после вступления в брак не изменились.

Таким образом, можно сделать вывод, что пары со стажем от 2 до 3 лет являются наиболее конфликтными среди молодых семей г. Балаково. О высокой конфликтности и проблемности этих семей свидетельствует и тот факт, что на этом этапе семейной жизни случается наибольшее число конфликтов, а именно каждый день и более 2 раз в неделю. Нельзя не обратить внимания на тот факт, что супруги со стажем от 4 до 5 лет перестают ругаться ежедневно. Такие пары конфликтуют в основном не чаще чем несколько раз в год. Полученные данные свидетельствуют

о достаточно противоречивом влиянии стажа семейной жизни на конфликтность в молодых семьях: с одной стороны, наблюдается снижение частоты конфликтов всего до нескольких раз в год, но с другой – увеличивается их продолжительность (до нескольких суток). Вне зависимости от стажа семейной жизни основными причины конфликтов для подавляющего большинства семей становятся бытовые проблемы и отсутствие взаимопонимания. Причины вступления в брак не влияют на наличие и частоту конфликтов в молодой семье, а с увеличением числа детей в семье увеличивается и уровень конфликтности. Причем появление детей в большинстве молодых семей приводит к ухудшению отношений между супругами.

## **ФЕДЕРАТИВНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

**А. Тимофеев**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Федерализм является одной из фундаментальных основ формирования современной российской государственности. В современной российской модели федерализма взаимодействуют друг с другом централизованное и децентрализованное, дуалистическое и кооперативное начала, что позволяет представить ее как развивающуюся.

В России исторически складывались предпосылки для формирования федерации: полиэтничный характер государства; существование в прошлом многообразных форм взаимодействия центра и регионов, имевших преимущественно интеграционный характер; протяженность территории и разнообразие территориальных условий, жизненных укладов. При строительстве федеративного государства, исходя из политических целей и исторической обусловленности, необходимо сочетание территориального и национально-территориального подходов.

Федерализм представляет собой концепцию территориального распределения политической власти, на основе которой институализируется федеративное государство. Важнейшим признаком федеративного государства является определенная степень автономии и независимости его субъектов, не выходящая за рамки, определенные конституционным устройством [1].

Федеративное устройство закреплено Конституцией РФ и, кроме того, на практике показало свою стратегическую значимость именно для российской государственности.

Совершенствование федерализма – это достаточно длительный процесс, и Россия находится в его фазе, обусловленной необходимостью развития и углубления экономических аспектов федеративных отношений,

основанных на особенностях субъектов Федерации и развитии межрегиональных хозяйственных связей.

Главные задачи развития федерализма видятся в укреплении конституционных принципов Российского государства, таких как:

- государственная целостность;
- единство системы государственной власти;
- разграничение предметов ведения и полномочий между органами государственной власти Российской Федерации и органами государственной власти субъектов Российской Федерации;
- равноправии и самоопределении народов.

Однако подобные конституционные основы российского федерализма оказывались нереализованными, в силу наличия социально-экономической и правовой асимметрии в федеративных отношениях, а также множества противоречий в конституционной модели современного российского федерализма. В частности, противоречивые принципы структурирования федерации, нерешенная проблема размежевания полномочий и собственности между центральными и региональными властями, несоответствия между федеральной Конституцией и основными законами субъектов Федерации, наличие стереотипов «социалистического» советского федерализма с тенденциями этнизации государства и огосударствления этничности [2].

Кроме упомянутых, среди наиболее актуальных проблем федеративных отношений сегодня выделяются: конституционные противоречия в федеральной и региональной законодательской базе, неравенство в экономическом потенциале регионов, несовершенство действующей модели бюджетного федерализма, незавершенность и противоречивость процессов разграничения полномочий по предметам совместного ведения, неясные перспективы института полномочных представителей Президента РФ в федеральных округах [3].

Проблема взаимоотношений федерального центра и российских регионов в экономической сфере является одной из ключевых для обеспечения безопасности как Федерации в целом, так и регионов.

Не отрицая и поддерживая необходимость существования устойчивой вертикали государственной власти, в том числе и исполнительной, нельзя не отметить, что, наряду с региональными органами власти, в большинстве субъектов Российской Федерации действует свыше пятидесяти федеральных структур, охватывая все без исключения стороны жизни региона, которые, однако, не несут практически никакой ответственности перед населением и обязаны отвечать за свои действия только перед федеральным центром.

Таким образом, происходит постепенная передача ответственности за решение политических и экономических проблем перед населением в регионы без соответствующей поддержки и передачи необходимых полномочий и ресурсов для их продуктивного урегулирования.

## Список литературы

1. *Абдулатипов Р. Г.* Федерализм в истории России. М., 1993.
2. *Алпанов Ю. М.* Российский федерализм и местное самоуправление. М., 2010.
3. *Мальгасов М. А.* Российский федерализм: генезис и основные этапы развития // История государства и права. 2007. № 6.

## ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К РЕКЛАМЕ

**Ю. А. Тимошкевич**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В середине двадцатого века началось серьёзное изучение того, без чего уже трудно представить нашу жизнь – без рекламы. Мы сталкиваемся с рекламой сидя дома перед телевизором, слушая радио, по пути на работу или учёбу – везде, где бы мы ни находились, мы видим или слышим рекламные объявления, рассказывающие о товарах или услугах. Невозможно себе представить, чтобы 10–15 лет назад во время просмотра кинофильма, зритель подвергался воздействию рекламы, предлагающей купить, попробовать, вложить и т. п. Это может радовать, раздражать, но, по данным американских социологов, реальность такова: от воздействия рекламы в мире ежегодно сходят с ума 2783 человека [1]. Еще несколько лет тому назад пара рекламных роликов на телеэкране не представляли собой никакой угрозы. На сегодняшний же день, когда 18% эфирного времени «забито» рекламой, эта тема остро встала среди социологов и психологов.

Как показали исследования Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, использование рекламы только как инструмента повышения коммерческой эффективности рекламы способно привести к негативному результату. Реклама, конечно, должна информировать о наличии товара, его цене, особенностях. Однако её главная функция – побуждение к покупке, и в этом ее основное предназначение. Реклама – один из способов продвижения товара на рынке. Она существует ради того, чтобы привлечь к товару или услуге столько потребителей, сколько нужно, чтобы этот товар или эту услугу было выгодно производить. Реклама имеет смысл тогда, когда затраты на нее окупаются за счет увеличения продаж.

Согласно опросу, проведенному Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), в наибольшей степени реклама влияет на женщин (47%), молодежь (55%) и обеспеченных респондентов (55%). Большинство россиян рекламе не доверяют (62%). Доверяет рекламе почти каждый десятый россиянин (9%, десять лет назад – 6%). Как и десять

лет назад, представления россиян о рекламе имеют скорее негативный характер. Так, большинство опрошенных полагают, что она побуждает детей покупать ненужные и порой даже вредные товары (83%), не дает полной и достоверной информации о продукте и зачастую преувеличивает его пользу для здоровья (по 78%). Кроме того, россияне считают, что реклама не оказывает положительного влияния на поведение (69%), редко бывает интересной (61%) и в большинстве случаев не соответствует представлениям покупателя (62%) [2].

Одной из задач нашего исследования было определение степени доверия студентов к рекламе. В ходе исследования было выявлено, что 61,6% опрошенных не доверяют рекламе, а лишь 7% респондентов абсолютно доверяют рекламе. При дальнейшем анализе выяснилось, что 72,6% респондентов не воспринимают рекламу всерьез, мало того, они считают ее бесполезной и испытывают раздражение при просмотре. Студенты проявили высокую активность в предложениях по изменению рекламы, половина опрошенных (48,8%) сказала, что рекламу некоторых товаров нужно запретить, прежде всего, это реклама алкогольной продукции, табачных изделий, средств интимной гигиены, реклама лекарственных препаратов, реклама детского питания.

При рассмотрении основных функций рекламы выяснилось: треть опрошенных считают, что реклама должна выполнять функцию помощника. Но как оказалось, реальная функция, которую выполняет реклама, это лишь функция побуждения к покупке. Вероятнее всего, большинство респондентов так считают потому, что эту функцию реклама выполняет гораздо лучше, чем остальные.

В ходе исследования было установлено, что 72,3% опрошенных никогда не ориентируются на рекламу, либо делают это очень редко, а лишь 4,7% ориентируются на рекламу всегда. Наиболее любимыми рекламными роликами, для тех, у кого они есть, являются ролики продуктов питания, напитков (Coca cola, Pepsi, Lipton ice tea), ролики рекламирующие одежду (Gucci, Adidas), ролики, рекламирующие услуги связи, салоны связи (Евросеть, Билайн). Подавляющее большинство респондентов не участвует в рекламных акциях. При этом участие в равной степени влияет и не влияет на приобретение товара, в рекламной акции которого принял участие респондент. В результате дальнейшего анализа мы выявили, что большинство, как девушек, так и юношей, редко ориентируются на рекламу. Кроме того, юноши предпочитают получать информацию через Интернет, а девушки помимо Интернета, выбирают ТВ. В ходе исследования выяснилось, что отношение к рекламе влияет на степень ориентированности студентов. Большинство тех, кто считает, что реклама бесполезна и не нужна обществу, редко ориентируются на рекламу. В основном ориентируются на рекламу те, кто считает, что реклама помогает человеку, т. е. относятся положительно. Мы получили логичную закономерность.

Таким образом, результаты нашего исследования позволяют утверждать, что для большей части студентов реклама не несет полезной информации, они хотят, чтоб реклама помогла ориентироваться на рынке товаров и услуг, т. е. выполняет функцию помощника, а на самом деле, по их мнению, реклама выполняет лишь функцию побуждения к покупке.

#### Список литературы

1. URL: <http://www.rusarticles.com> (дата обращения : 20.04.2011).
2. Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ проведен 16–17 октября 2010 года. URL: <http://wciom.ru> (дата обращения : 20.04.2011).

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ ШКОЛЬНИКОВ ГОРОДА САРАТОВА**

**Е. В. Трыкова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Проблема выбора подростком вида профессиональной деятельности стоит очень остро в наши дни во многом из-за того, что существует огромный выбор профессий и направлений профессиональной деятельности. В старших классах школы подростку необходимо определиться с выбором профессии. И именно этот выбор становится основной проблемой.

В ходе опроса было выявлено, что молодые люди при выборе будущей специальности в первую очередь руководствуются востребованностью профессии на рынке труда (33,3%) и престижностью специальности (30,4%). При этом девушки в большей степени ориентированы на призвание, интерес к данной деятельности (38,3%) и уж только после этого на востребованность профессии (35,8%).

При этом старшеклассники из богатых семей при выборе дальнейшей специальности будут руководствоваться престижностью специальности (33,3%), связями (33,3%) и престижностью высшего учебного заведения (23,8%). А школьники из состоятельных семей ориентируются на востребованность профессии (41,8%) и собственное мнение о получаемой специальности (25,7%). При этом респонденты со средним материальным положением и бедные будут следовать призванию и интересу к профессии (47,2%).

При изучении профессиональных планов школьников выявлена их ориентация на продолжение образования. Так, 94% всех выпускников после окончания школы собираются поступать в высшее учебное заведение; 5,4 – планируют учиться в техникуме; 0,7 – намерены продолжить обучение в колледже.

Говоря о подготовке к будущей профессии, выпускники школ (31,3% и 30%) полностью или частично готовятся к будущей профессии. В то время как 24,7% хотели бы начать готовиться, но не знают с чего начать, причём 14% старшеклассников не видят в этом необходимости.

Рейтинг высших учебных заведений свидетельствует о том, что наиболее популярным в среде старшеклассников является Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского (33,6%). Именно сюда опрошенные планируют поступать после окончания обучения в школе. 10,1% респондентов хотели бы поступить в Саратовскую государственную академию права, в то время как 8,7% всех опрошенных строят планы на получение высшего профессионального образования в Саратовском государственном техническом университете. При этом кроме высших учебных заведений г. Саратова в числе рейтинговых присутствуют также Московский государственный университет (8,1%), Всероссийский государственный институт кинематографии им. Герасимова (0,7%), Санкт-Петербургский университет культуры и искусства (0,7%), Санкт-Петербургский политехнический университет (0,7%), Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова (0,7%).

Среди социального окружения, повлиявшего на выбор респондентами их специальности, в первую очередь опрошенные отметили влияние позиции родителей (77,3%) и мнение друзей (42%). В то время как 34,7% выпускников ориентировались на мнение учителей о подходящей им профессии. Для 90% респондентов мнение собственных одноклассников не важно.

Говоря об ожиданиях от получения высшего образования, большинство респондентов ориентированы на получение профессиональных умений и навыков (56,8%). 39,9% всех опрошенных ожидают от полученного высшего образования шанса хорошо трудоустроиться. Однако 27% мотивированы формальным подтверждением наличия высшего образования. Хотели бы получить отсрочку от службы в армии и приобрести друзей 3,4 и 5,4% респондентов соответственно (таблица).

**Ожидания от учёбы в вузе, % от ответов**

Виды ожиданий	Частота	% от ответов
Получу профессиональные знания и навыки	84	56,8
Получу шанс хорошо трудоустроиться	59	39,9
Получу отсрочку от службы в армии	5	3,4
Получу документ о высшем образовании	40	27,0
Приобрету друзей	8	5,4
Затрудняюсь ответить	10	6,8
Итого	206	139,2*

\*Сумма ответов не сводима к 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Таким образом, рейтинг высших учебных заведений возглавляет один из старейших университетов города – Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского. Современные школьники, ориентируясь на получение высшего образования, руководствуются в первую очередь неподдельным интересом к выбираемой им деятельности, подкреплённым престижностью и востребованностью этой профессии на рынке труда. Основными критериями этого руководства служит социальное окружение и позиция родителей, вызывающая наибольшее доверие.

## **ОПЕРАЦИОННАЯ СИСТЕМА CRM КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ**

**О. В. Тукмакова**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

Наибольшую прибыль компаниям приносит не просто клиент, а постоянный клиент, который рекомендует компанию своим коллегам и знакомым. Чтобы предугадывать и максимально удовлетворять потребности клиентов, сделав их преданными и лояльными, создана технология CRM (управление взаимоотношениями с клиентами).

CRM-система предназначена для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения деятельности и последующего анализа результатов.

Основные принципы CRM-системы:

- наличие единого хранилища информации, откуда в любой момент доступны все сведения о предыдущем и планируемом взаимодействии с клиентами;
- использование всех каналов реализации и выявление наиболее рентабельных;
- постоянный анализ собранной информации о клиентах и подготовка данных для принятия соответствующих организационных решений (например, сегментация клиентов на основе их значимости для компании).

Программные продукты CRM подразделяются на Monitor CRM и Quick Sales, позволяющие собирать в единой базе и совместно анализировать разные виды маркетинговой информации. Monitor CRM позволяет проводить аналитическую работу при совместном использовании всех

данных, полученных от клиентов, и другой маркетинговой и коммерческой информации.

Рассмотрим на примере ОАО «Птицефабрика Михайловская» Татищевского района Саратовской области внедрение управления взаимоотношениями с клиентами, то есть аналитическую CRM-систему.

Коммуникационные процессы ОАО «Птицефабрика Михайловская» в целом соответствуют стандартной схеме. Но основным отрицательным моментом в существующей коммуникационной схеме является тот факт, что наиболее важная в информация – сводная информация о клиентах – нигде не фиксируется, кроме программы бухгалтерской отчетности на платформе «1С».

В работе птицефабрики имеют место существенные потери прибыли, связанные с отсутствием постоянно обновляющейся информации об основных клиентах. Известно, что удержание одного клиента обходится компании в несколько раз дешевле, чем поиск и повышение лояльности нового.

Наиболее оптимальным по стоимости и функциям для ОАО «Птицефабрика Михайловская» является один из программных продуктов CRM – Quick Sales, обеспечивающий решение следующих задач: ведение клиентской базы данных; планирование и выполнение работы с клиентом; контроль работы менеджеров по продажам; получение аналитических отчетов.

Следует отметить, что система Quick Sales предоставляет очень мощный механизм поиска клиентов, товаров, сделок и т. п. Программа позволяет быстро и просто получить аналитические отчеты по продажам. Они очень наглядны, так как предоставляют информацию не только в цифровом, но и в графическом виде. Quick Sales предполагает наличие рабочих мест 2 типов – стандартных (Standart) и профессиональных (Professional).

В ОАО «Птицефабрика Михайловская» под стандартный тип подходят 4 рабочих места – это менеджеры по оптовым продажам. Рабочее место Professional подходит 3 специалистам отдела коммерции, маркетинга и сбыта, руководителю данных отделов и коммерческому директору, т. е. 5 рабочих мест.

Таким образом, общие затраты на приобретение, обслуживание и внедрение данного программного пакета составят 96 410 руб. При кажущейся высокой стоимости внедрения программного продукта необходимость его внедрения очевидна. Затратив эту сумму лишь раз, в последующем компания может сэкономить крупные суммы на удержании постоянных клиентов.

Ожидаемая экономическая эффективность от внедрения CRM в деятельности ОАО «Птицефабрика Михайловская» Татищевского района Саратовской области составит 161 039 тыс. руб., при этом уровень рентабельности составит 55,0%.

После внедрения CRM-системы увеличивается количество клиентов, обслуживаемых одним менеджером по продажам. Как правило, производительность персонала возрастает не менее чем на 20%.

Выгоды от внедрения CRM-системы на предприятии следующие:

- 1) CRM-система позволяет избежать лишних контактов с пассивными и мало заинтересованными клиентами;
- 2) организовать многопользовательскую работу с базой данных;
- 3) ввести в нее всю информацию о клиентах и в дальнейшем хранить историю взаимоотношений с каждым из них;
- 4) прогнозировать и отслеживать процесс продаж;
- 5) автоматизировать отчетность и генерацию исходящих документов;
- 6) назначать задания и контролировать их исполнение.

## СОЦИАЛЬНЫЙ ПРЕСТИЖ ПРОФЕССИИ МЕНЕДЖЕРА

**Н. И. Тупикова**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

Одна из ключевых проблем социально-экономической ситуации постсоветской России состоит в том, что ее будущее, перспективы развития эффективной постиндустриальной экономики во многом зависят от успешного развития такой социально-профессиональной группы, как менеджеры. Комплексное изучение ресурсных характеристик социально-профессиональной группы российских менеджеров крайне важно для оценки трудового потенциала общества и выработки эффективной социальной политики, особенно в области образования и подготовки кадров, что и определяет актуальность данной темы.

Одним из путей формирования среднего класса является открытие возможностей для появления «новых профессионалов», которые, с одной стороны, будут восприимчивы к прагматическим ценностям рыночного хозяйства, а с другой – смогут создать и поддерживать собственную политическую и хозяйственную идеологию, а также стать силой, которая де-факто аккумулирует в своих руках властные ресурсы во всех сферах общественной и частной деятельности.

Вряд ли сегодня кто-либо станет отрицать, что за годы рыночных реформ слово «менеджер» стало, пожалуй, одной из наиболее массовых должностных номинаций.

В западных компаниях менеджером может называться лишь тот, кто действительно осуществляет управленческие функции, а позиция специалиста по продажам часто называется *representative*, то есть представитель, несмотря на то, что такой сотрудник может вести довольно много клиентов в отличие от его российских коллег.

В нашей же стране определение категории «менеджер» не просто размыто в смысловом плане, оно искажает прежде всего ее социально-профессиональную основу.

Проводимые контент-анализы сегодня наглядно иллюстрируют этот феномен подмены и функционального, и ролевого содержания профессии. Так, в публикуемых ныне списках вакансий постоянно встречаются брэнд-менеджер, менеджер по продажам, снабжению, по подбору персонала, по работе с клиентами и т. д. «Приличное» западное название практически постоянно используется совершенно произвольно, вроде вывески «Гранд-отель», прибитой нескромным хозяином над входом маленькой гостиницы. К примеру, менеджер по работе с клиентами на практике иногда всего лишь эвфемизм, обозначающий продавца; прежний личный секретарь все чаще именуется менеджером по документообороту или делопроизводству; импресарио, творческий агент – персональным менеджером. Нужна домработница? Ничто не мешает назвать её менеджером по быту, и отбоя от претендентов не будет. Подобные психологические хитрости на рынке труда известны давно. Вопрос заключается в границах подобной вольной интерпретации. Ведь так в недалеком будущем и дворника можно будет смело называть (cleaning) клининг-менеджером.

При этом подобная практика профессиональной «фальсификации» далеко не нова. Один из ярких примеров советского периода – присвоение некоторым рабочим должностям «передового» наукообразного наименования «оператор», что даже совхозную доярку превратило в «оператора машинного доения».

Теперь все сотрудники повально «менеджеры». Однако если проанализировать, менеджер – это линейный или функциональный руководитель. Поэтому многие сотрудники, занимающие данную должность в российских организациях, являются специалистами, которые руководят организацией только собственного рабочего процесса. На наш взгляд, такая подмена понятий используется, прежде всего, для придания определенного статуса, престижности и значимости позиции в небольших российских компаниях, которым достаточно трудно конкурировать с западными предприятиями.

Конечно, отмеченные явления наиболее ярко демонстрирует массовое, неспециализированное сознание, которому присуще свободное обращение с понравившимся словом и не свойственно задаваться вопросом о правомерности складывающихся спонтанно социогрупповых ассоциаций. Но далеко не все ясно со смысловым наполнением термина «менеджеры» и в российском экспертном сознании, в частности – среди специалистов по теории управления, ученых-экономистов, интерпретирующих и ретранслирующих в широкие слои указанный термин. Между тем социологам, изучающим менеджеров в рамках стратификационного анализа, при конкретизации объекта исследования приходится опираться именно на их подходы.

В подобной ситуации неизбежны сложности в конструировании достаточно четкой определяющей модели выделенной социальной группы (иначе говоря – системы основных её характеристик, набора критериальных показателей). Весьма вероятным становится и хаотическая диверсификация понятия, когда число трактовок термина «менеджеры» постепенно начнет приближаться к числу исследователей, занимающихся их изучением.

Появление с началом рыночных реформ в России термина «менеджеры», который прежде отечественные социологи для описания внутренней социоструктуры не использовали, создает впечатление, что им маркируется какая-то новая социальная группа, возникшая в постсоветский период и заменившая былых «управленцев». Не отрицая очевидных объективных различий между этими двумя группами, тем не менее, заметим, что обращение к термину «менеджеры» для их обозначения некорректно.

Так какими же характеристиками можно обозначить социально-профессиональный слой общества? Анализ научно-экономической и социологической литературы показал, что менеджеры – это те, кто:

- а) занимает обозначенные так должности;
- б) имеет сертификацию управленческих знаний, соответствующее специальное образование;
- в) в своей управленческой деятельности практикует принципы современного научного менеджмента;
- г) занимается управленческой деятельностью в экономическом секторе [1];
- д) менеджеры – управленческое звено государственных и негосударственных организаций всех секторов национальной экономики [2].

Собирательный образ представителя этого слоя, на основе проводимого контент-анализа, примерно следующий: менеджер – преемник предпринимателя начала реформ и традиционного советского хозяйственника, он сочетает в себе лучшие черты и того и другого: организован, работоспособен, мобилен, социально ответствен, по-хорошему честолюбив, в меру рискован, требователен к себе и подчиненным, ему свойственна известная доля консерватизма. Менеджер компетентен, эффективен, высокопрофессионален. Он выступает агентом порядка, оформляет, организует, дисциплинирует рыночную стихию. В целом российский менеджер – это «особо ценная фигура постсоветской экономики», «правильный человек» переходной экономики и, конечно, «один из самых важных ресурсов, имеющих у нового президента [3–7].

Менеджеров можно отнести к «новому среднему классу», который отличается от «старых» средних слоев тем, что его представители не являются собственниками предприятий и средств производства, владеют, прежде всего, символическим капиталом (образование, опыт, связи) и получают дивиденды в форме повышенной заработной платы.

Все перечисленные описания как бы намекают, что менеджеры позиционируются как новый, прочный социальный слой, миссией которо-

го является реанимация российской экономики и строительство нового «цивилизованного» рынка с новыми принципами взаимодействия экономических агентов, распределения ресурсов и новыми ориентирами в целом.

Среди большей части населения распространено мнение, что данные профессии носят, как правило, сугубо интеллектуальный характер, но при этом автоматически обеспечивают высокий уровень материального дохода, предоставляют определенный социальный статус, разрешают достичь благосостояния.

Отчасти это так. Успешность в индивидуальной карьере становится синонимом успешности в профессии. Данный тезис особенно хорошо «работает» применительно к профессиональной мотивации менеджеров. В России коллективные ценности общественной значимости тех или иных профессий в течение десятилетия сменились ценностями материального благополучия, приобретаемого разными способами. «Общественная польза» не воспринимается как критерий высокого статуса профессии или фактор, мотивирующий профессионалов оставаться в рамках своего занятия. И здесь российский менеджер становится классическим примером статусной целеустремленности и материальной амбициозности. Причем высокая статусная позиция представителей этой группы закрепляется через включение в условия труда, в средства производства значительного числа предметов статусного потребления. Символы положения: персональный автомобиль, отдельный кабинет, комфортабельная мебель, компьютер, сотовый телефон, возможность поездок за счет организации.

Внутренняя альтруистическая мотивация российских менеджеров крайне слаба. Специфика управленческой карьеры нацеливает индивида на личный успех, в то время как социологическое определение профессии, данное Т. Парсонсом, акцентируется на «озабоченности» профессионалов в первую очередь общественными интересами. Блок «самомотивации профессии» у менеджеров представлен наиболее слабо, что объясняется внешними социальными условиями российского общества и внутренней спецификой профессии менеджера.

Специфика деятельности менеджеров заключается в том, что они начинают приобретать власть за счет экспансии в область автономии других профессий. Менеджеры постулируют свою власть тем, что они способны принимать решения за других профессионалов и могут взять на себя ответственность за эти решения.

Таким образом, социальный престиж данной профессии складывается из мотивационного фона ее представителей, который отражает общую переориентацию трудовых и социальных ценностей в сторону индивидуализации и наращивания капитала. А социальный престиж профессии – это, как известно, значимость и привлекательность, приписываемые в общественном сознании различным сторонам деятельности человека. От-

сюда, как мне кажется, перспективы роста этого престижа есть, но не в том контексте как эта профессия предстаёт сегодня перед нашим обществом.

Молодое поколение менеджеров, выращенных в стенах факультетов менеджмента и бизнес-школ, пока еще не имеет существенного влияния на принятие решений в российском бизнесе. Однако в течение ближайших пятнадцати лет его экономическая роль возрастет. И здесь важно понимание того, что если в недалеком будущем страна подготовит действительно «настоящих» менеджеров-профессионалов и лидеров, по определению способных эффективно управлять различными процессами в различных областях, то социально-экономическая отдача от вложения в их подготовку будет колоссальной. При этом необходимо принять как данное, что у новой генерации менеджеров иные ценности и установки, а поэтому вероятно формирование относительно гомогенного бизнес-общества, прошедшего через похожую систему подготовки и объединенного собственной идеологией.

#### Список литературы

1. *Окулов В.* В России образуется новый класс управленцев. Пора объединяться // Рос. газ. 2000. 28 янв.
2. URL: [www.zelenin.ru](http://www.zelenin.ru) (дата обращения : 11.02.2011).
3. *Капелюшников Р.* Скальпель собственника // БОСС. 1999. № 10.
4. Семь нот менеджмента. 3-е изд., доп. М.: ЗАО «Журнал “Эксперт”», 1998. С. 373–374.
5. Есть ли герой у нашего времени? Ассоциация менеджеров представляет: менеджеры и общества: Из интервью И. Хакамады // Ведомости. 2000. 25 мая.
6. *Павлов В.* Российские менеджеры должны объединиться // Известия. 2000. 18 янв.
7. Есть ли герой у нашего времени? Ассоциация менеджеров представляет: менеджеры и общества: Из интервью С. Недорослева // Ведомости. 2000. 25 мая.

## АДАПТАЦИЯ ИНОГОРОДНИХ СТУДЕНТОВ К ОБУЧЕНИЮ В УНИВЕРСИТЕТЕ

**А. В. Ульянов**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В настоящее время проблема адаптации иногородних студентов на начальном этапе профессиональной подготовки занимает одно из значимых мест в современном обществе.

По результатам авторского исследования, проходившего в сентябре 2010 г., среди иногородних студентов были выявлены основные пробле-

мы первичной адаптации. Возникали сложности с подготовкой к семинарам и работой на них у 42% студентов. 28,7% указывали на проблемы, связанные с более длительной продолжительностью занятий в университете, чем в школе. Возникали трудности с написанием рефератов, контрольных и курсовых работ у 26% респондентов. 22% студентов было сложно конспектировать лекции. 13,3% иногородних студентов не могли установить контакт с новым коллективом и не могли самостоятельно работать в библиотеке. У 7% студентов были трудности с ориентированием в системе кабинетов и корпусов. Не возникало никаких трудностей в вузе у 5,3% респондентов. Возникали трудности с адаптацией к самостоятельной жизни у 1,3% студентов. Меньше 1% участников опроса не могли ориентироваться по городу, и у них же возникала путаница с расписанием, то есть основными проблемами в период адаптации иногородних студентов являются проблемы, связанные с обучением в вузе.

Адаптация на различных факультетах СГУ проходит по-разному и проявляется в первую очередь через посещение занятий и академическую успеваемость.

Что касается посещения занятий студентами социологического факультета, то 56% респондентов редко пропускают занятия, 40% – всегда ходят, 4% студентов-социологов пропускают учебные дисциплины в вузе постоянно. Пропускают занятия студенты-социологи в основном по уважительной причине (53,3% студентов), 16,7% респондентов пропускают из-за неудобного расписания занятий. 13,3% опрошенных не ходят на занятия, так как некоторые предметы можно пропустить и просто из-за лени идти на них. 3,3% студентов-социологов пропускают, так как работают. Успеваемость у иногородних студентов социологического факультета выглядит следующим образом: 66% студентов социологического факультета обучаются в университете на «4» и «5». 14% студентов учатся только на «5» и 20% получают оценки «4» и «3».

На юридическом факультете 52% иногородних студентов СГУ редко пропускают занятия. Всегда посещают 36% респондентов. 12% студентов постоянно не посещают занятия. Что касается пропусков занятий, то 56,3% студентов-юристов пропускают дисциплины только по уважительной причине, у 12,5% респондентов причинами непосещения являются: лень идти на занятия, неудобное расписание, работа. 6,3% опрошенных пропускают, потому что думают, что эти предметы можно пропускать. Большинство студентов юридического факультета (40%) учатся на «4» и «3». 32% получают оценки «4» и «5», 28% студентов-юристов обучаются только на «5».

Посещение занятий на физическом факультете выглядит следующим образом: 41,7% респондентов редко пропускают занятия в вузе, 33,3% пропускают их постоянно. 25% студентов-физиков всегда посещают занятия в университете. Пропуски занятий на физическом факультете в большинстве случаев связаны с ленью идти на них и из-за работы в

учебное время (33,3%). 11,1% респондентов указывают на причины непосещения по уважительной причине, думают, что некоторые предметы можно пропускать, и на неудобное расписание занятий. 50% опрошенных студентов-физиков учатся на «4» и «3» в вузе. Доля студентов, обучающихся на «4» и «5», составляет 33,3% и 16,7% респондентов учатся только на «5».

Полученные данные свидетельствуют о том, что на начальном этапе обучения в университете иногородние студенты сталкивались с проблемами, связанными с подготовкой к семинарским занятиям, не могли привыкнуть к продолжительности занятий в вузе, возникали проблемы в написании рефератов, контрольных и курсовых работ. Большинство иногородних студентов редко пропускают занятия в вузе. По сравнению с юридическим и физическим факультетами, студентов-социологов, посещающих занятия всегда, оказалось больше. Пропускающих занятия постоянно оказалось значительно больше на физическом факультете. Студенты юридического и социологического факультетов пропускают занятия в университете в основном только по уважительным причинам, а у студентов-физиков причинами непосещения являются лень, мешающая им идти на занятия, и работа в учебное время. Что касается успеваемости иногородних студентов, то студенты-социологи учатся гораздо лучше, чем студенты юристы и физики. Преобладает число опрошенных, обучающихся только на «5» у студентов-юристов, но их в 2 раза больше, чем студентов-социологов, получающие отметки «4» и «3». У иногородних студентов физического факультета дела с успеваемостью обстоят немного хуже: ½ часть опрошенных учатся на «4» и «3», и по сравнению со студентами-социологами их в 2 раза меньше получающих оценки «4» и «5».

Для того чтобы у студентов возникало меньше проблем с адаптацией в вузе, учителям следует уделять больше внимания подготовке абитуриентов к поступлению в вузы. Суть подготовки заключается в том, чтобы будущие студенты могли при подготовке к занятиям работать самостоятельно при написании докладов и рефератов основным источником информации являлись бы книги, а не Интернет.

## **РОЛЬ КОСМЕТИКИ В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ ДЕВУШКИ**

**Т. В. Ульянова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В современном мире всё популярнее становится использование косметических средств. Косметика играет очень важную роль в жизни современной девушки. От состава, от информированности индивида о косметическом средстве, от умения применить его по назначению зави-

сит состояние кожи, состояние волос. С помощью косметических средств можно скрыть недостатки и подчеркнуть достоинства внешности. Именно благодаря косметике женщина может менять образы. В ходе авторского социологического исследования в сентябре 2010 г. было определено, что почти все женщины в городе Саратове (95,7%) используют косметические средства. При этом возрастом начала использования косметики являются периоды до 8 лет (16,9%), 9–13 лет (31,5%) и 14–20 лет (51,7%), а основной причиной использования оказалось стремление быть лучше красивее (49,4%).

Большее внимание уделяется коже лица (94,4%). Так, применяют крем 70,6% всех опрошенных. Скраб пользуется популярностью среди 64,7%, лосьон используют 42,4% всех опрошенных девушек. 84,3% девушек являются пользователями средств по уходу за волосами. Наиболее предпочитаемым косметическим средством для волос является шампунь (96,7%). В свою очередь, с помощью бальзамов и масел респондентки осуществляют уход за состоянием своих волос 76,9% и 52,7% соответственно. 66,3% представительниц молодёжи пользуются косметикой для рук, в основном применяются различные крема (90,9%). С помощью антибактериальных средств и бальзамов ухаживают за своими руками 23,4% и 16,9% соответственно. Третья часть (27%) респонденток придаёт значение уходу за ногами. Они используют крема (76,1%), 39,4% отдают предпочтение скрабам и 28,2% дезодорантам для ног. Косметические средства для тела используют 67,4% девушек.

При этом наблюдается гиперактивность респонденток в использовании косметических средств, так как третья часть (32,6%) использует косметику несколько раз в день, в то время как 58,4% используют ее каждый день, что может привести к ухудшению состояния кожи, ломкости волос, появлению перхоти. Макияж является неотъемлемой частью современной девушки. Так, декоративную косметику используют 97,8% респонденток.

Ежедневно 84,3% девушек предпочитают использовать средство для умывания. По 76,4% респонденток наносят губную помаду (блеск) и тушь. 50,6% ежедневно используют карандаш, подводку для глаз. 44,9% девушек применяют дневной крем. 43,8% ежедневно наносят пудру, в то время как 41,6% респонденток пользуются румянами. 34,8% предпочитают использовать тональную основу. При нанесении ежедневного макияжа 32,6% респонденток используют тени для век.

Основным местом покупок косметических средств у 56,2% девушек является каталог у торговых представителей, при этом 14,6% респонденток покупают косметику еженедельно.

Среди предпочитаемых косметических фирм лидируют компании Oriflame (52,8%), Shwarzkopf (43,8%) и Nivea (40,4%).

Таким образом, наблюдается тенденция повышенного внимания девушек к своей внешности, так как больше половины респонденток

применяют косметические средства ежедневно или даже несколько раз в день. В качестве основных компонентов для создания своего ежедневного образа современные девушки предпочитают использовать тушь, помаду и карандаши. Основным местом покупки они выбирают каталоги у торговых представителей и предпочитают зарубежные косметические фирмы.

## **ФЕНОМЕН ЛЮБВИ С ПЕРВОГО ВЗГЛЯДА: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

**А. У. Утигенова**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

Феномен любви с первого взгляда имеет многогранную культурно-нравственную, психологическую и социальную природу своего возникновения. Существует огромное множество точек зрения на содержание этой уникальной субстанции, но ни одна из них не способна дать универсальное определение. Большинство точек зрения относительно рассматриваемого феномена находится в области философского и психологического подходов [1; 72].

Так, например, известный в научном мире социальный психолог доктор Бен Джонс полагает, что любовь с первого взгляда – это определенный род самовлюбленности. При встрече любой из нас оценивает, насколько заинтересованно смотрит на него тот или иной человек, и если мы видим, что симпатичны оппоненту, то этот человек автоматически становится для нас привлекательным. Это положение является основой возникновения феномена любви с первого взгляда.

Оксана Дерен – психотерапевт Института психотерапии и клинической психологии также пояснила, что человеку необходимо 90 секунд, для того чтобы сделать выбор партнера, это время используется для сравнения образа незнакомца с образом идеального партнера, сложившимся под влиянием культурного и социального опыта [2].

Известный итальянский психолог Франческо Альберони, посвятивший много времени изучению Любви, на одной из своих конференций так описывает состояние, в котором в нас зарождается Любовь: «Мы влюбляемся, когда мы готовы измениться, готовы отбросить пережитый и использованный опыт и когда мы одержимы жизненной силой в достаточной мере, чтобы осуществить новый опыт и изменить свой образ жизни» [3].

Любовь с первого взгляда с биологической точки зрения – самый эффективный вид любви. Если при встрече двух людей возникает любовь

с первого взгляда, это становится ясно в течение 30 секунд, причем первыми влюбляются, как правило, мужчины.

То есть можно полагать, что любовь с первого взгляда – это необъяснимая тяга друг к другу двух взаимодополняющих друг друга партнеров. Чтобы люди почувствовали такое влечение, вступили в эмоциональный контакт, им необходимо увидеть в партнере черты, недостающие им. Любят по различию, по контрасту, даже по антагонизму склонностей, когда качества одного восполняются, нейтрализуются или исправляются качествами другого [4; 95].

Вообще существование любви с первого взгляда – вопрос спорный. Многие считают, что в первые секунды возникают только страсть и влечение, а любовь – чувство серьезное, проверенное временем. Однако, как выяснилось, скептиков не так уж и много. Согласно опросу, проведенному Всероссийским центром изучения общественного мнения, 59% россиян верят существованию любви с первого взгляда, а 45% влюблены на данный момент. Больше всего романтиков среди молодых и состоящих в гражданском браке и, как ни странно, людей в возрасте от 45 до 59 лет. Многие склонны считать, что любовь – это то, о чем чаще всего думают женщины. И до сих пор, по мнению социологов, критерий любви в структуре семейно-брачных ценностей у женщин занимает первое место. С другой стороны, вторичный анализ данных различных опросов показал, что мужчины по среднему показателю в 1,6 раза влюбляются чаще с первого взгляда, нежели женщины [5; 26].

Как же обстоят дела с этим проявлением, как говорят философы, «вселенского разума» в студенческой молодежной среде?

В марте 2011 г. я провела пилотажный опрос студентов одного из общежитий нашего университета. Результаты этого опроса показали, что отношение к феномену первой любви среди студенческой молодежи неоднозначное. Только 30% убеждены, что она существует. Большая же часть опрошенных более осторожны в своем мнении – так, 56% лишь предполагает, что «может она и есть».

Вера в стремительное проявление этого чувства, по итогам моего опроса, не зависит от тендерной специфики. Однако наблюдается видимая зависимость от возраста и личного опыта рассматриваемого проявления любви.

Так, определяющее большинство, имеющих опыт подобных «практик» (64,7%), подтверждает свою веру в это чувство. Конфликт ответов остальной части респондентов, которые указали на данный опыт, но почему-то заняли нетвердую позицию в вопросе веры в ее существование, косвенно объясняется возможными неудачами развития этих отношений.

Что касается распределения ответов по возрасту респондентов, то здесь наблюдается тенденция роста доли не верующих в любовь с первого взгляда по мере увеличения возраста.

Однозначного мнения относительно продолжительности отношений после подобной судьбоносной встречи также нет – 60% участников опроса лишь допускают устойчивость отношений. Однако интересен тот момент, что мужчины доминируют в структуре уверенных в продолжительности отношений (76,9%).

И всё же сказать, что современный студент склонен к романтике, нельзя. Так, 60% опрошенных высказались в пользу того что, даже несмотря на веру в любовь с первого взгляда, они предпочитают побольше узнать человека, прежде чем сразу кидаться в омут любви.

Это у нас. А что думают по этому вопросу в других странах? Известные своей чопорностью и сдержанностью англичане, которые вообще считают, что истинные леди и джентльмены не должны показывать своих чувств, конечно же, уверены, что любовь с первого взгляда не существует. Они исследовали более 100 британских пар и с полной ответственностью заявили, что в первые моменты встречи возникает симпатия или страсть. По их мнению, любовь – это чувство проверенное временем и появляется только тогда, когда супруги хорошо узнают друг друга. Для этого должен пройти хотя бы год.

Американская «фабрика грез» постоянно радует нас фильмами, в которых воспевают семейное счастье и «рай в шалаше». Кажется, более романтической и любвеобильной нации не существует. В реальности американцы достаточно прагматичный народ, и 51% из них уверены, что любви с первого взгляда нет. Верят, что такое возможно, 47%, а на себе испытали это чувство всего 28%. Газета *Washington Post* рассказала, что американские мужчины, как и у нас, в большей степени склонны думать, что подобная любовь существует, особенно представители старшего поколения – от 45 до 54 лет. Ну а молодежь меньше всего верит в мгновенное возникновение такого сильного чувства [6].

В заключение хотелось бы сказать, что любовь с первого взгляда, по моему убеждению, существует, а не просто имеет право на существование в качестве одной из гипотез. Любовь – это чувство, которое не поддается логике и объяснению [7; 51]. И хочется верить, что любовь – это не эмоции, а тот внутренний стержень, который держит нас на этой Земле и заставляет жить и двигаться вперед, несмотря ни на что. Те, кто влюбились с первого взгляда, говорят, что одного взгляда им было достаточно, чтобы понять – они видят именно свою мечту, свою вторую половинку.

#### Список литературы

1. *Василев С. В.* Психология любви. М., 2002.
2. *Василев К. В.* Любовь. М., 2002.
3. URL: [www.health-woman.ru](http://www.health-woman.ru) (дата обращения : 11.02.2011).
4. *Велкова Н. М.* Русский Эрос, или Философия любви в России. М., 2001.

5. *Ивин А. А.* Философия любви. М., 2000.
6. URL: [www.pravda.ru](http://www.pravda.ru) (дата обращения : 11.02.2011).
7. *Фромм Э.* Искусство любви. Минск, 2007.

## **РЕЛИГИЯ ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ (на примере города Саратова)**

**П. П. Фёдоров**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

В течение последнего десятилетия XX в. структура религиозно-пространства России существенно изменилась. К началу 1990-х гг. она была представлена всего 15–20 религиозными направлениями. Поскольку носителями определенных религий были коренные этносы или группы этносов, ареалы их традиционного, исторически сложившегося расселения являлись одновременно и ареалами распространения исповедуемых ими религий. Для современного общества характерна тенденция к росту религиозного разнообразия, что связано с изменением национальной структуры населения регионов, внешней и внутренней открытостью страны. На сегодняшний день практически во всех регионах России проживают люди как минимум 50–60 национальностей, последователи 20–30 религиозных направлений. Полирелигиозность распространяется на те регионы, которые были прежде монорелигиозными, что неизбежно влечет столкновение интересов различных религиозных организаций.

В этой связи анализ интегрирующих или дезинтегрирующих тенденций в современном российском обществе с учетом роли христианских религиозных институтов выдвигает в качестве ведущей аналитической категории межрелигиозную конфликтность. При этом общероссийские конфликтные тенденции пока не имеют религиозной базы, так как в их основе лежат острые социальные проблемы, в то время как ни одна из конфессий пока не смогла выразить идею защиты социальной справедливости на языке религиозной доктрины и облечь ее в доступную для масс форму. Следует учитывать также фиксируемый посредством социологических опросов фактор вне религиозной ориентации устойчивой группы населения постсоветской России (до 50% населения) [1, 57–66].

Роль и влияние христианского фактора в современной России в первую очередь связаны с религиозной самоидентификацией части населения и уровнем религиозности (т. е. с долей верующих в общем составе населения страны). Однако трудности для их изучения создает то, что религиозный состав населения в XX в. специально изучался только однажды – в ходе переписи населения 1937 г., когда свыше половины населения СССР заявили о своей религиозности. Во Всероссийской переписи

населения 2002 г., несмотря на предложения ученых Российской академии наук, вопросы о конфессиональной принадлежности отсутствовали. В результате сегодня официальные службы (Министерство юстиции, Госкомстат) не располагают современными, полными и достоверными данными о количестве верующих как по стране в целом, так и по отдельным регионам и религиозным направлениям. При отсутствии статистических данных по индивидуальной религиозной принадлежности исходными материалами для определения численности той или иной конфессии может служить количество зарегистрированных в российских органах юстиции религиозных организаций соответствующего направления и данные социологических опросов.

Исследования религиозной ситуации за последнее десятилетие фиксируют динамику общественного сознания россиян относительно степени их доверия к институту религии, высокий уровень религиозной самоидентификации. Подавляющее большинство россиян (94% населения) высказывают «очень хорошее» и просто «хорошее» отношение к православию, к мусульманству – 59, к католицизму – 58%. Верующими себя считают 52% населения. Рейтинг Церкви как религиозного института по степени доверия на протяжении последних лет в среднем находится на довольно высоком уровне и колеблется около отметки в 37%, опережая по этому показателю Госдуму, МВД, органы государственного управления [2].

В сентябре 2010 г. было проведено авторское социологическое исследование среди молодежи г. Саратова с целью выявления уровня религиозности.

Одним из основных вопросов, поставленных в исследовании, является отношение респондента к вероисповеданию. Наибольший процент респондентов отметили себя верующими, что, в свою очередь, составляет 49,3%. Колеблющиеся участники анкетирования, не определившиеся со своим вероисповеданием, занимают 24,7%. По данным исследования, атеисты составляют 13,3%. Неверующих среди молодежи 9,3%. Воцерковленных молодых людей и девушек, исповедующих свою религию по всем канонам, 3,3%.

Следующий немаловажный вопрос – это принадлежность респондента непосредственно к одной из религиозных конфессий.

Большинство респондентов, ответивших на вопрос о религиозной принадлежности, отметили православие (54%). Следующий, так сказать, лидер по количеству ответов – атеизм, набравший 22%. Затем идёт ислам 14,7%. Протестантизм, григорианизм, итулху, кришнаиты, гийисты – все эти конфессии составляют одинаковый процент, а именно 7%. Католицизм, иудаизм и буддизм своей религией отметили 2% респондентов по каждому вероисповеданию.

Учитывая, что причастность к той или иной религии, подразумевает соблюдение постов, проведение обрядов, чтение религиозной литерату-

ры, это можно рассматривать как своего рода индикаторы, способствующие выявлению из общего числа респондентов так называемых истинно верующих.

При этом отмечают религиозные праздники регулярно 22,7%, периодически – 16,7%. Не празднуют религиозные праздники совсем 60,7% представителей молодежи. Соблюдают религиозные посты только 23,3% участников исследования, в то время как 76,7% не соблюдают посты.

В каждой религии есть своя священная книга. Познание её содержания считается крайне важным. Но эта тенденция изменилась, если брать во внимание тот факт, что среди молодёжи только 16% читает подобного рода литературу. В то время как 84% посчитали это не обязательным или не нужным, чтобы быть приверженцем той или иной религии.

Основываясь на перечисленных фактах, можно сделать вывод, что есть тенденция, в которой истинные верующие составляют наименьшую часть. По результатам исследования, наибольшая часть респондентов считает себя верующими, но не выполняет всё необходимое для данного статуса в институте религии. Следовательно, можно сказать, что вероисповедание несколько утратило своё значение, и у молодого поколения есть своё понимание слова «вера».

#### Список литературы

1. *Грибов Л. С.* Религия : от конфронтации к дополнительности // Высшее образование в России. 1997. № 1.
2. Демография и религия / Официальный сайта Росстат. URL: [http://statistika.ru/naselen/2007/12/05/naselen\\_9686.html](http://statistika.ru/naselen/2007/12/05/naselen_9686.html) (дата обращения : 12.05.2011).

## **К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМЕ МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМА В РОССИИ**

**М. В. Феллер**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Среди наиболее актуальных проблем, волнующих глобальное сообщество, выделяется проблема межэтнических отношений внутри стран, умение людей разных рас, культур, религий и этносов гармонично уживаться, относиться терпимо к праву другого быть «другим». На сегодняшний день практически все страны в той или иной степени обладают культурным разнообразием. Международная торговля, туризм, некоторые другие виды мобильности населения различных государств приводят к тому, что в большинстве стран проживает значительное число людей, принадлежащих к другим культурам. Практически в каждой стране мож-

но встретить представителей культурных меньшинств. Однако проблема мультикультурализма возникает только тогда, когда пришельцы решают остаться в стране прибытия.

Культурно-плюралистическое «мультикультурное» общество – это общество, в котором нет «господствующей культуры» (и в котором понятие «культура» не прикреплено к понятию «этнос»). Это общество, в котором индивидам предоставлена свобода выбирать, какие культурные образцы являются их «собственными» [1]. Культурное разнообразие не тождественно этническому разнообразию. Это набор особых поведенческих характеристик, совокупности знаний, мировоззрений и социальных архетипов, культурных тенденций. Культурный плюрализм, главным образом, состоит во взаимодействии различных культур, что предполагает как их взаимное проникновение, так и взаимную трансформацию.

Мультикультуралистские тенденции в нашем обществе обусловлены многонациональным составом населения страны (как известно, в России проживают более 180 народов и народностей), наличием национально-территориальных субъектов Федерации. Кроме того, актуальность для России возрастает в связи с довольно высокой миграцией из стран СНГ. Проблемы иммиграции приобретают особое значение в контексте переживаемого Россией острого демографического кризиса. Перед Россией стоят важнейшие задачи интеграции этнически и культурно отличающихся народов, формирование массовых представлений о российской идентичности, консолидация этнически разнообразного населения вокруг общих ценностей и целей.

Политика мультикультурализма может быть различной и различаться по степени. Степень мягкого мультикультурализма, по сути, не дает мигрантам особого выбора в степени интеграции в принимающее общество. В таком случае идея поддержания и укрепления своей особой идентичности в новом для себя обществе представителями культурных меньшинств встречает на своём пути серьёзные барьеры экономического и социально-культурного плана. Жесткий мультикультуралистский подход заключается в том, что принимающее общество должно проводить активные меры для наиболее полноценного участия пришельцев в жизни общества, а также сохранения их особой идентичности, культуры и традиций. Этот подход подразумевает не только толерантное отношение к многокультурности, но и поощрительную политику со стороны властей, будь то финансовая помощь, либо предоставление особых прав.

Согласно мультикультуралистской точке зрения допускается как прием страной представителей разнообразных культур, так и спокойное отношение к тому, что меньшинства остаются «неинтегрированными». Необходимо распахнуть двери для всех, кто хочет стать членом нашего общества, а степень ассимиляции должна определяться желанием и способностью каждого отдельного индивида. Ассимиляция – процесс двусторонний: новоприбывшие не только ассимили-

руются, но и сами оказывают воздействие на повседневную жизнь и менталитет принимающего общества. В сочетании с другими источниками культурного влияния, которому подвергается данное общество, это приводит к тому, что, скорее всего, изменения затронут не только иммигрантов, но и этнические меньшинства. Не все культурные меньшинства готовы меняться в той степени, как того требует проводимая социальная политика [2].

Есть несколько европейских примеров различной государственной политики в области отношений коренного населения и мигрантов. К примеру, в Германии долгое время привлекали иностранную рабочую силу из Турции, позволяя им жить и работать в рамках своего общества, но не предоставляя им полноценного участия в нем.

Другим примером может служить Франция. Это государство, которое довольно терпимо относится к приезжим, не стараясь навязывать им участие в общественной жизни, но в то же время требует от всех членов общества полной культурной интеграции. Однако современная ситуация и в этих странах показывает, что даже аккультурация, т. е. овладение ценностями принимающей культуры, не является достаточной для вхождения в общество. Примером этого может служить все больше находящее поддержку у населения отношение французского ультраправого «Национального фронта» Ле Пена к выходцам из Марокко – они из-за цвета своей кожи по определению не могут быть французами, как бы хорошо ни владели французским языком и как бы глубоко ни усвоили ценности французской культуры [3].

Что касается миграции в Россию, то здесь есть своя специфика. Культурная дистанция между мигрантами и основным населением принимающей страны гораздо меньше, чем в странах Западной Европы или Америки. Единая система образования, существовавшая на территории бывшего СССР на протяжении более чем полувека и охватывающая несколько поколений, обеспечивает практически безукоризненное владение языком межэтнической коммуникации (каковым в данном случае является русский) и принципиальную общность систем знания.

Кроме того, благодаря высокой мобильности части населения бывших союзных республик (особенно это касается азербайджанцев, армян и выходцев с Северного Кавказа) сегодняшние мигранты обладают высокой степенью социальной компетенции. Навыки социальной коммуникации, приобретенные этими людьми в советский период (в качестве сезонных рабочих, а также в качестве торговцев на рынках в российских, украинских и белорусских городах), позволяют им эффективно функционировать в экономической и коммерческой сфере стран-наследниц бывшего СССР. Иными словами, их адаптационная способность и соответственно способность к интеграции неизмеримо выше, чем способность к интеграции иммигрантов из Азии и Африки, пытающихся обустроиться в Северной Америке и Западной Европе [1].

Миграционные волны первого постсоветского десятилетия уже привели к серьезным изменениям в этнодемографической и социокультурной ситуации в России. Трудовые мигранты из ближнего зарубежья в значительной своей части приезжают в российские города не с тем, чтобы вернуться на родину, а с тем, чтобы остаться. Крупные российские города по своей этнической, языковой, конфессиональной и жизненно-стилевой пестроте все более напоминают мегаполисы Запада. Нет сомнения, что культурная разнородность российского населения под влиянием миграции будет только возрастать. В этой ситуации держаться за монокультурный идеал (а именно, за образ России как «русско-православной» страны) означало бы проявлять чудовищную глухоту к реальности [1].

По данным различных социологических исследований ряда организаций (ВЦИОМ, Центр этнической социологии ИС РАН), можно предположить, что общественное мнение в России ставит приоритетной ассимиляционную модель. Однако в России уже можно отметить элементы мультикультурализма и мультикультурных социальных практик. К ним в первую очередь необходимо отнести само существование многонациональной Федерации, в которой некоторые субъекты, в силу исторической традиции, выделены по этническому признаку. Конституция РФ 1993 г. предусматривает право на «сохранение родного языка», права малочисленных народов (ст. 68, 69). Статья 26 закрепляет свободный выбор языка общения, воспитания, обучения и творчества; статья 29 запрещает пропаганду социального, расового, национального или языкового превосходства. В этот же ряд можно поставить и принятый в 2002 г. Федеральный закон «О противодействии экстремизму». Однако наиболее явным признаком мультикультуралистской политики являются национально-культурные автономии (НКА), действующие в соответствии с законом «О национально-культурной автономии», принятом в 1996 году.

В российской ситуации ни одна из интеграционных моделей не принимается однозначно позитивно: мультикультуралистская модель вызывает критику большинства, а ассимиляционная модель не удовлетворяет этнические меньшинства, в первую очередь те народы, для которых Россия – страна исконного проживания. Но возможен и третий путь, который избирают страны, в которых официальное принятие мультикультурализма по каким-то причинам невозможно, но использовать его интеграционный ресурс для сохранения самого государства необходимо. Одним из таких возможных компромиссных вариантов может стать организация деятельности на мультикультурных принципах государственных структур, сотрудники которых непосредственно взаимодействуют с полиэтничным населением. Это дало бы возможность государству более эффективно влиять на характер и состояние межэтнических отношений в регионах, сохраняя за собой контроль над практическим применением мультикультуралистской политики. Используя действующий по мультикультурным принципам государственный институт как канал своего влияния, россий-

ское правительство могло бы решить и задачу защиты интересов русскоязычного населения в некоторых российских республиках, которое, по данным этносоциологических исследований, нередко воспринимает себя там как этническое меньшинство. Этническим же меньшинствам такое признание Российским государством «права на культурное отличие» способно показать его готовность к более либеральному и толерантному осуществлению интеграционного процесса в интересах всех граждан страны [4].

#### Список литературы

1. Мультикультурализм и трансформация постсоветских обществ / под ред. В. С. Малахова и В. А. Тишкова. М.: Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2002.
2. Теоретические основы мультикультурализма. URL: <http://inliberty.ru/library/study/327/> (дата обращения : 11.08.2011).
3. Малахов В. С. Осуществим ли в России Русский проект? // Отечественные записки. 2002. № 3.
4. Мультикультурная модель интеграции мигрантов. URL: <http://www.russedina.ru/articul.php?aid=1399&pid=3> (дата обращения : 11.02.2011).

## ОТНОШЕНИЕ ГОРОЖАН К СМЕРТНОЙ КАЗНИ (на примере г. о. Тольятти и г. о. Жигулевск)

**Е. Фирсова**

*Тольяттинский государственный университет*

Тема смертной казни стала особенно актуальной в связи с тем, что 1 января 2010 г. истекли сроки моратория на приведение в исполнение смертных приговоров, действовавшего в стране с 1996 года. Мораторий был одним из условий вступления России в Совет Европы. В российском обществе идут бурные дискуссии о возможном возвращении смертной казни в качестве высшей меры наказания.

По результатам Всероссийского центра изучения общественного мнения, проблема смертной казни оценивается россиянами достаточно противоречиво. Так, большинство опрошенных считают, что существуют злостные преступники, для которых возможно применение такой меры наказания (69%), а также допускают существование таких преступлений, после совершения которых человек лишается морального права на жизнь (64%). В то же время наши сограждане склонны признавать вероятность судебной ошибки, влекущей за собой наказание невинного человека (59%). Кроме того, респонденты полагают, что никто не в праве лишать человека жизни (51%) и что пожизненное заключение является более су-

ровым наказанием, нежели смертная казнь (49%). Спорную оценку получил тезис о том, что содержание в исправительных учреждениях большого количества преступников дорого обходится государству и поэтому смертную казнь можно применять к некоторым из них – 41% согласны с этим утверждением, 43% опровергают его.

Нами было проведено анкетирование с целью выявления отношения жителей г.о. Тольятти и Жигулевск к смертной казни. Выборка составила 100 человек в возрасте от 16 до 80 лет.

В результате исследования удалось выяснить следующее:

1) большинство горожан хотело бы, чтобы в России существовала смертная казнь по отношению к особо опасным преступникам (49%), однако распространено мнение о том, что могут быть судебные ошибки (23%);  
2) более половины респондентов считают, что смертную казнь необходимо применять к маньякам (57%), педофилам (45%), убийцам (41%) и террористам (27%). Однако встречаются мнения о том, что высшую меру наказания допустимо применять также для взяточников и пьяных водителей – так считают по 2% населения.

На вопрос: «Что, на Ваш взгляд, является наиболее жестоким наказанием?» – большинство респондентов ответили, что смертная казнь (40%).

Не менее спорным является мнение о том, что смертная казнь оказывает влияние на уровень преступности. 43% опрошенных считают, что смертная казнь поможет снизить уровень преступности незначительно, в то время как треть опрошенных высказывается за резкое снижение преступности после введения смертной казни.

Таким образом, результаты авторского исследования совпадают с результатами ВЦИОМ – основная масса населения Тольятти и Жигулевска выступает за применение смертной казни, но по отношению к особо опасным преступникам.

#### Список литературы

1. Казнить нельзя помиловать. URL: [www.vciom.ru](http://www.vciom.ru) (дата обращения : 22.02.2011).

## СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ДЕТЕЙ-СИРОТ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

**Я. Н. Хайрушева**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Вопросы социальной защиты детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в условиях трансформации российского общества

отличаются новизной и достаточной сложностью как в теоретическом, так и в практическом отношении [1].

Проблема социальной помощи детям-сиротам в России пока не совсем готова к современным методам её артикуляции и разрешения и в социально-практическом, и в теоретическом аспектах. Положение осложняется тем, что формирование принципиально новой системы социальной поддержки и помощи сиротам осуществляется в условиях перехода экономики страны на рыночные отношения, повышения социальной напряженности, резкого усиления социального неравенства и социальной дискриминации, которая усугубляется многочисленными социальными конфликтами.

Анализ социального содержания сиротства, исследование положения и социальных перспектив этой социальной группы, разрешение вопроса о социальной защите детей-сирот и, особенно, об их максимально эффективной социальной интеграции – достаточно новое направление в отечественной социологической литературе. Изучением сиротства как социального явления занимались и ученые нашей страны, и зарубежные специалисты. Вопросы социальной защиты детей-сирот, проблемы их образования, трудоустройства, жилищного обеспечения и другие социальные аспекты их жизнедеятельности исследовались и исследуются в рамках социологии семьи многими учеными, такими как Е. Волкова, Л. В. Бадя, Л. М. Шипицына, Н. Е. Смоленская, Н. Палиева, И. Б. Назарова [2–7].

Мы в рамках этой темы провели социологическое исследование, основной целью которого являлся анализ особенностей социальной адаптации выпускников институциональных учреждений на современном этапе. Объектом нашего исследования были дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, предметом исследования – особенности социальной адаптации детей-сирот в обществе.

Одной из задач нашего исследования было выяснение готовности детей-сирот к самостоятельной жизни, например к созданию и сохранению семьи, поиску работы. Мы выяснили, что большинство респондентов как мужчин, так и женщин, имеют достаточно четкое представление о семье, в их понимании семья – это «любовь, взаимопонимание, уважение», «оплот, основа будущего» и т. д. Большинство желают состоять в браке. Следует также обратить внимание на то, что половина респондентов идеальным возрастом для вступления в брак считает возраст ближе к 30 годам, вероятнее всего, это связано с желанием респондентов сначала реализовать в жизни, то есть приобрести определенный статус в обществе. Также следует отметить, что большинство опрошенных респондентов наиболее подходящим возрастом для рождения первого ребенка считают 30-летний возраст. Таким образом, можно сказать, что брак и дети рассматриваются как одно целое, они не представляют одно без другого.

Родственные связи поддерживают большинство из опрошенных респондентов. Так, среди часто встречающихся родственников оказались:

брат, тетя, дядя, сестра. При этом поддерживают связь практически со всеми. Большинство указали на то, что друзья у них есть, в частности друзья из детского дома, по месту жительства, по месту учебы респондентов.

В ходе анализа было выявлено, что большинство респондентов детей-сирот демонстрируют достаточно высокий уровень успеваемости. Кроме того, поддерживают дружественные отношения с одноклассниками. Хорошим показателем успешной адаптации детей-сирот является большое число лиц, обучающихся в вузах, это говорит об их жизненной активности, стремлении самореализоваться. Из числа работающих были указаны следующие профессии: педагог дополнительного образования, страховой агент, частный предприниматель, промоутер, продавец-консультант. И, что показательно, как индикатор успешной адаптации детей-сирот, большинство своей работой довольны.

В рамках нашего исследования мы попросили респондентов оценить качество работы органов опеки и попечительства. Результат неутешительный, большинство недовольны. Низкий уровень удовлетворенности качеством работы органов исполнительной власти объясняется, во-первых, недостаточным вниманием к своим проблемам, во-вторых, низким уровнем информированности, в-третьих, сложностью решения квартирного вопроса. И, как оказалось, самой острой и явной проблемой для большей части детей-сирот является обеспечение их жильем.

Проведенное нами исследование позволяет сделать вывод, что на сегодняшний день большинство детей-сирот имеют достаточно высокий адаптационный потенциал, обладают хорошим уровнем целеустремленности, осознанием ценности социального окружения, что в большинстве случаев дает очень хороший результат.

#### Список литературы

1. URL: [http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2008/19\\_4.pdf](http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2008/19_4.pdf) (дата обращения : 12.04.2011)
2. Волкова Е., Грибанова Л. Иные родители, иная семья. Формы устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. М., 2001.
3. Бадя Л. В. Исторический опыт социальной работы в России. М., 1994.
4. Шипицына Л. М. Комплексное сопровождение и коррекция развития детей-сирот: социально-эмоциональные проблемы / под ред. Л. М. Шипицыной, Е. И. Казаковой. СПб., 2000.
5. Смоленская Н. Е. Трудовое вспомоществование детей московских приютов. М., 2000.
6. Палиева Н. А. Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей : метод. пособие для кандидатов в усыновители, опекуны (попечители), приемные и патронатные родители, а также для лиц, занимающихся данной проблемой / сост. Н. А. Палиева и др. Ставрополь, 2002.
7. Назарова И. Б. Возможности и условия адаптации сирот // Социс. 2001.

## ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К СЕМЬЕ И БРАКУ

Ю. Ходорова

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Всероссийский центр изучения общественного мнения отмечает, что семья на данном этапе исторического, политического и социально-экономического развития России является основной ценностью для населения. Тем не менее, в нашей стране больше половины браков заканчиваются разводом [1], на протяжении 15 лет наблюдается естественная убыль населения [2].

Отношение студенческой молодежи, как объекта данного исследования, к семье и браку представляет особый интерес для изучения позиций семьи в ценностных ориентациях населения, так как от мнения и суждений молодежи зависит будущее института семьи и брака. В нашем опросе приняли участие студенты СГУ.

Наше исследование показало, что почти треть опрошенных студентов (29%) ставят счастливую семейную жизнь на первое место в системе своих ценностей, каждый пятый студент (19,3%) – на второе место, 9,7% опрошенных – на третье место и 22,6% – на четвертое. Стоит отметить, что семью как ценность выбрали 86,9% респондентов, для остальных она ценностью не является вовсе. При этом больше трети опрошенных отметили, что семья для них – это социальная группа, выполняющая определенные функции; для 16,4% респондентов семья – это особое пространство психологического комфорта. Полученные нами данные подтверждают данные ВЦИОМ, что семья – это одна из главенствующих ценностей населения, в том числе и студенчества.

Подавляющее большинство опрошенных студентов планируют вступить в брак, правда, представительницы слабого пола немного больше (97,4%), нежели представители сильного пола (90,9%). Полученные данные показывают, что желание молодежи вступить в брак возросло по сравнению с проведенным в 2005 г. исследованием под руководством Е. М. Гурко [3]. Как показал проведенный опрос, больше половины студентов, а именно 60,6%, находят для себя приемлемым проживать в неофициальном браке, причем (10,8%) от их числа отметили, что согласны на неофициальный брак при условии последующей его регистрации, то есть можно предположить, что для части респондентов незарегистрированный брак может быть своеобразной «репетицией» перед заключением официального брака. Однако отношение к неофициальному браку сильно зависит от половой принадлежности респондента. Нами было выявлено, что 77,2% мужчин готовы проживать в неофициальном браке, но лишь половина опрошенных женщин считают неофициальный брак приемлемым для себя. Также чуть меньше половины юношей считают нормальным завести ребенка в

неофициальном браке, что касается девушек, то большинство не приемлет для себя рождение ребенка без официального брака. Таким образом, можно сделать вывод, что традиционный официально зарегистрированный брак всё же имеет достаточно популярную альтернативу – брак неофициальный, но такой тип брака больше импонирует юношам.

Наше исследование показало, что «найти работу, где будут хорошо платить» и «иметь свое жилье» стали самыми популярными условиями, предшествующими вступлению в брак для мужа. Причем в отношении хорошо оплачиваемой работы респонденты обоих полов абсолютно солидарны. Итак, три четверти юношей хотели бы реализовать это условие перед вступлением в брак, и также три четверти девушек выбрали данное условие в отношении будущего супруга. В свою очередь, условие «завершить образование» стало самым популярным для жены как в пожеланиях девушек относительно себя, так и в желаниях юношей относительно будущей супруги. Интересным фактом является то, что 15% юношей предложили свой вариант ответа – «ничего», то есть не предъявляют никаких требований к будущей супруге.

Среди целей создания семьи студенты указывали рождение детей (73,2%), обретение независимости (21,4%), ведение совместного бюджета (10,7%). Из этого можно понять, что большая часть респондентов ассоциирует цель создания семьи непосредственно с рождением детей.

В ходе дальнейшего анализа проведенного исследования было выявлено отношение студентов к распределению функций среди супругов. Так, абсолютно все респонденты вне зависимости от половой принадлежности считают, что материальное обеспечение семьи – это основная обязанность мужа, а основные обязанности жены – «воспитание детей» и «приготовление пищи». Если же учитывать половую принадлежность респондентов, то абсолютно все женщины также приписали к обязанностям мужа «воспитание детей» и «принятие важных решений». В свою очередь, абсолютно все мужчины также приписывают к обязанностям жены «поддержание порядка в доме», «ежедневные покупки» и «поддержание родственных связей». Интересно отметить, что в итоге обязанностей, присущих жене, получилось больше, чем обязанностей мужа.

В процессе исследования были выявлены закономерные, на наш взгляд, связи между родительской семьей респондента и его планами относительно собственной. Итак, большинство студентов, которые росли с еще одним ребенком в семье помимо себя, сами планируют завести двоих детей. Больше половины тех студентов, которые являются единственным ребенком в семье, планируют завести одного ребенка. Также те респонденты, которые выросли в семье с еще хотя бы одним ребенком помимо себя, в большинстве своем планируют раньше завести детей (в 21–24 года), нежели те, кто является единственным ребенком в семье (в 25–29 лет). Что же касается идеального представления о количестве детей в семье, то большинство опрошенных склоняются к двум детям.

Подводя итоги, можно сказать, что на сегодняшний день брак остается незыблемой ценностью для молодежи. Однако существуют различия в зависимости от половой принадлежности: девушки предпочитают традиционный брак, а для юношей приемлем нетрадиционный, официально незарегистрированный брак.

#### Список литературы

1. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/population/demography/> (дата обращения : 11.02.2011).
2. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/population/demography/> (дата обращения : 11.02.2011).
3. Сайт Института социологии РАН, исследование под руководством Гурко Е. М. «Представления студенческой молодежи о браке». URL: [http://www.is-ras.ru/files/File/Publication/Aktual\\_prob1\\_semey\\_Gurko/Predstavlenie\\_stud\\_molod\\_GurkoE.pdf](http://www.is-ras.ru/files/File/Publication/Aktual_prob1_semey_Gurko/Predstavlenie_stud_molod_GurkoE.pdf) (дата обращения : 11.02.2011).

### **ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ МОЛОДЁЖИ, КАК ОСОБОЙ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ГРУППЫ**

**Д. А. Черноокая**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Политическая жизнь представляет собой диалектическое переплетение определенных форм практики и разнообразных форм проявления политического сознания. Политическая деятельность людей – это деятельность практическая и духовная. Всякий акт политического поведения и деятельности выступает актом реализации определенных социополитических умонастроений и взглядов, равно как составляет часть политической практики, на основе которой воспроизводятся определенные умонастроения и идеи, связанные с властью и политическими отношениями. В политическом сознании формируются регуляторы политического поведения и выстраивается мотивационная база властных отношений и действий. Политическое сознание является естественным компонентом духовной жизни индивида и общества, важнейшей составной частью политических отношений. В своем диалектическом развитии оно проявляет многомерность и многоаспектность, выражающиеся в многообразии процессов и форм отражения политической действительности. Политическое сознание как сфера общественного сознания является отражением тех отношений, которые складываются внутри общества между различными социальными группами по поводу завоевания, удержания и

использования власти, то есть политических отношений. Политическое сознание – это результат одновременно и отражения субъектами тех или иных явлений, и выражения их отношения к отражаемым политическим событиям. Таким субъектом может выступать молодёжь. Все это объясняет необходимость рассмотрения проблемы политического сознания молодёжи [1; 5].

В становлении и развертывании политического сознания молодёжи можно выделить ряд этапов:

- 1) включенность субъектов сознания в систему политических отношений. Политизация личности, социальной группы, общества;
- 2) зарождение политических ориентаций;
- 3) накопление политических знаний;
- 4) политическое самоопределение;
- 5) осознанные политические действия.

Формирование политического сознания молодежи является важной функцией социальных институтов. Воспитание на принципах толерантности, политкорректности, гражданственности, патриотизма, ответственности, доверия к действиям государственной власти способствует успешной интеграции молодежи в политическое и социальное пространство, идентификации с общими ценностями и нормами. В свою очередь, это является залогом воспроизводства общества и его стабильности. Между тем в условиях трансформации общества институциональные механизмы формирования сознания молодежи ослабевают. Возрастает роль спонтанных процессов в формировании политического сознания молодежи. Тем самым создаются условия для воспроизводства неопределенности в сфере политических отношений [2; 13]. Что же влияет на становление политического сознания молодёжи? Выявить общие тенденции в этом вопросе мне помогли выводы по авторскому исследованию, проводимому в г. Саратове в 2009 году. Выборочная совокупность составила 200 человек.

Итак, в ходе исследования выяснилось, что ведущую роль в формировании политического сознания молодёжи играют средства массовой информации, среди которых доминирующими являются телевидение (46%) и Интернет (28%). При рассмотрении информированности респондентов о политических событиях в стране выяснилось, что 16% респондентов постоянно находятся в курсе политических событий, происходящих в стране; 45,5 – периодически интересуются; 26% респондентов не интересуются, но информацию получают и 12,5% – не интересуются вообще происходящим. При рассмотрении вопроса относительно доверия и недоверия институтам и органам политической власти страны выяснилось, что полностью доверяют молодые люди лишь Президенту РФ (54%) и Правительству РФ (14%). Но не вызывают должного доверия у молодёжи полиция (9%), суд (7%) и областное правительство (3%).

В ходе исследования был выявлен ряд факторов, влияющих на формирование политического сознания у молодых людей. Основными вы-

ступают социально-демографические признаки, такие, как пол, возраст и род занятий респондента. На основе этого были составлены два портрета «парень-избиратель» и «девушка-избиратель».

«Парень-избиратель» склонен полностью доверять лишь Президенту Российской Федерации, не доверяет органам областного значения, пассивен в участии в общественно-политических организациях, уступает «девушке-избирателю» в своей активности при участии в выборах, обладает высокой гражданской позицией, работает в бюджетной сфере.

«Девушка-избиратель» склонна доверять не только Президенту РФ, но и Правительству РФ и Государственной думе, как и «парень-избиратель» не доверяет органам областного значения, активно принимает участие в деятельности общественно-политических организаций, более активна на выборах, посещает выборы, так как заботится о будущем своих детей.

Итак, можно сказать, что:

- 1) политика не является приоритетной сферой интересов молодежи;
- 2) молодежь безразлична к конкретным политическим событиям;
- 3) интерес молодежи к политике носит в основном ситуативный характер.

Таким образом, с одной стороны, политическое сознание молодежи формируется вследствие целенаправленного воспитания и обучения, что приводит к формированию знаний, норм, требований, представлений и идеалов, а с другой – является результатом социально-политических условий, отражает особенности положения молодежи в этих условиях и реальные политические отношения в обществе, которые часто приобретают спонтанный и противоречивый характер.

#### Список литературы

1. *Андреев С. С.* Политическое сознание и политическое поведение // Социально-политический журнал. 1992. № 8.
2. Информ. бюл. ЦРСИ СГУ. Вып. 2(6). Молодёжь в политических процессах современной России (региональный аспект) / под ред. Н. В. Шахматовой. Саратов, 2007.

## ФЕНОМЕН РАБОТАЮЩЕГО СТУДЕНТА

**И. В. Чернышкин**

*Саратовский государственный аграрный университет  
им. Н. И. Вавилова*

В современной России очень распространенным становится феномен работающего студента. Экспертные оценки и собственные на-

блюдения показали, что не менее половины студентов старших курсов дневных вузов заняты на относительно регулярной оплачиваемой работе.

И в прежнем нашем обществе (советского периода) параллельная с учебной занятость студентов-старшекурсников была достаточно развита. Однако студенческая занятость в настоящем имеет существенные отличия, заставляющие считать этот феномен скорее новым, чем традиционным, и рассматривать его как некий индикатор перемен, происходящих в современной России, в особенности на рынке труда и в сфере высшего образования.

Рассмотрим кратко эти отличия, учитывая то обстоятельство, что систематизированной информации по этим вопросам найти не удалось.

*Масштаб занятости.* Доля студентов-старшекурсников, занятых на регулярной оплачиваемой работе, в настоящее время в несколько раз выше, чем в советский период и во второй половине 1980-х годов. По данным Российского государственного профессионально-педагогического университета среди студентов первого–четвертого курсов 44% совмещают учебу и работу и 56% не работают [1]. Опрос студентов факультета электрификации и энергообеспечения Саратовского государственного аграрного университета показал приблизительно те же результаты (в опросе приняли участие 40 студентов).

*Вынужденность занятости.* Если в прежние времена для подавляющего большинства студентов вузов постоянная оплачиваемая работа не была жизненной необходимостью, то в настоящее время ситуация обратная. Возьмем только один факт – «покупательную способность» стипендии. Во второй половине 1980-х годов наиболее распространенный размер стипендии составлял около 40 руб. в месяц. Сейчас обычная стипендия студента университета 1200 руб., т. е. в 30 раз больше, чем в конце 80-х. В то же время потребительские цены, по официальным данным, за это время выросли во много раз. Таким образом, покупательная способность стипендии за последние годы упала так, что студент может позволить себе на эту стипендию разве что поесть четыре раза.

*Цели занятости.* Для студентов-старшекурсников 70–80-х гг. среди целей работы более или менее конкурировали дополнительный заработок, отработка обязательной практики, приближение к объекту исследования (для выполнения курсовых и дипломных работ), забота о будущем месте постоянной работы. Что же касается их сегодняшнего сверстника, то у него существенно иная структура целей.

Первое место (и с подавляющим отрывом от других) занимает необходимость заработать себе на жизнь и на получение образования. На втором месте – забота студента о своем послевузовском трудоустройстве. Здесь достаточно четко выделяются три аспекта: а) получить реальный опыт работы в определенной сфере деятельности и совершенствоваться далее в этой сфере; б) получить некий формальный опыт работы, чтобы

было что написать в «резюме» и тем повысить свои шансы на получение желаемой работы в другой фирме; в) познакомиться за время учебы в вузе с несколькими видами работ, испытать себя в этих работах и выбрать ту, которая более всего подходит на роль постоянной [2, 137].

*Сферы занятости.* Здесь изменения очевидны: резко уменьшилась работа студентов в науке и научно-исследовательских секторах вузов, но зато в десятки раз выросла их занятость во всех видах торговли, в растущей сети ресторанов, некоторых видах услуг, финансовой сфере.

*Интенсивность работы и возможность совмещать ее с регулярной учебной.* Сегодня лишь очень небольшая часть (1-2%) студентов работает полный рабочий день, остальные заняты либо несколько дней в неделю, либо часть дня, либо работают по гибкому графику – студенту дается задание и конкретные сроки его выполнения, а он сам волен решать, как и где будет выполнять свою работу.

*Работающий студент как работник.* Студенты как работники, по мнению работодателя, заметно отличаются от не студентов, причем как в позитивном, так и в негативном смыслах. Преимущества работающих студентов:

- склонны к различного рода новшествам и переменам;
- обладают большим потенциалом и ориентированы на развитие, рост;
- более энергичны и активны;
- часто возникают новые идеи;
- готовы выполнять непрестижную, физически тяжелую работу;
- готовы начать работу с нуля и развить, например, новое направление;
- согласны работать в режиме ненормированного рабочего дня;
- соглашаются на более низкую оплату, которую им можно установить под предлогом их промежуточного статуса (“... Ты же пока еще учишься!”) [2];
- студент – «чистый лист» и его часто легче научить профессии и особенностям работы в данной фирме, чем переучивать уже готового специалиста.

Вместе с тем у работающих студентов есть качества, которые, с точки зрения работодателя, являются недостатками их по сравнению с работниками-нестудентами. К ним относятся:

- часто значительно переоценивают свои знания, умения и возможности;
- становясь постоянными работниками, нередко предъявляют более высокие претензии по части зарплаты, чем другие работники; нередко проявляют слабую профессиональную ориентацию (если образование студента не совпадает с профилем работы, у него выполняемая сегодня работа конкурирует с возможностями найти работу по специальности);

- требуют к себе большого внимания и постоянной оценки их работы, что нередко вызывает недовольство других работников и усиливает напряженность отношений в коллективе;
- ослабляют работу в периоды сессий;
- менее предсказуемы в своем развитии и поведении;
- обладают повышенной мобильностью, а потому усилия, затраченные на их обучение, введение в дело и профессиональный рост могут оказаться потраченными зря; более того, в поисках нового места работы они вполне могут перейти к конкурентам и применять там опыт, полученный в данной фирме;
- в момент окончания вуза оказываются в кризисной ситуации: у многих возникает проблема жилья, у мужчин – проблема службы в армии, резко меняется образ жизни и контактная среда.

Сказанное позволяет сделать вывод о том, что занятость студентов на регулярной работе во время учебы в вузе через сравнительно короткое время делает работника, обладающего заметными преимуществами по сравнению как с неработающим выпускником вуза, так и с работником, не получившим полноценного высшего образования. От первого его отличает, во-первых, большая активность, а во-вторых, потребность и умение подкреплять теоретические знания и положения практическими примерами и опытом, а от второго – стремление и навык к систематизации и теоретическому обоснованию практических наблюдений и методических (инструментальных) находок, а также приверженность к демократическим, партнерским отношениям в работе.

*Работающий студент как учащийся.* Посещаемость занятий заметно меняется в зависимости от наличия работы у студентов всех вузов и специальностей – те, кто заняты на более или менее постоянной работе, в основном появляются лишь в начале или в конце семестра.

Различия в поведении между работающими и неработающими студентами, по мнению экспертов-преподавателей, не очень существенны. Работающие студенты производят впечатление более взрослых людей – у них меньше скованности, более уверенная манера держаться, более определенные оценки.

*Взаимоотношения с другими субъектами образовательного процесса.* Работающие студенты предпочитают не распространяться по поводу наличия у них работы и не отвечать подробно на вопросы, касающиеся работы. Этим они, хотя и не специально, пытаются повысить свой статус среди сверстников, поскольку располагают информацией, «недоступной для остальных».

Более отличаются взаимоотношения студентов с преподавателями: с неработающими студентами их можно оценить как отношения власти и подчинения, а с работающими студентами эти отношения воспринимаются скорее как партнерские. Обычно первым шагом к партнерским отношениям делает преподаватель, по мере того, как он узнает о наличии у студента работы.

### *Ближайшие перспективы и необходимые действия*

На вопрос: «Какие изменения в студенческой занятости ожидаются в ближайшие годы?» – можно ответить следующее: «Все зависит от общей экономической ситуации, если родители будут иметь возможность материально помогать студентам, занятость студентов дневных вузов снизится или, в худшем случае, не будет расти, но также следует отметить тот факт, что в последние годы требования наличия практического опыта при найме на работу в большинстве престижных организаций и фирм растут, поэтому студенческая занятость не только с целью зарабатывания необходимых на жизнь средств, но и для приобретения реального опыта практической работы и для возможности обогатить свое “резюме” также будет расти» [2, 137].

*Предложения и рекомендации по совершенствованию учебного процесса.*

1. Организация обязательной для всех практики по специальности. Студенту должен быть предоставлен выбор: проходить эту практику в организации, предлагаемой деканатом или кафедрой, или работать по специальности в любом месте и написать отчет, предусмотренный условиями практики.

2. Необходимо расширять контакты между вузами и фирмами.

3. Стимулировать фирмы и работодателей принимать студентов на работу с помощью налоговых льгот, каких-то других льгот.

4. Развивать практику стажировки студентов-старшекурсников в фирмах без строгих обязательств с обеих сторон о последующем трудоустройстве этих студентов.

5. Стоит продумать практику создания студенчески бирж, где студенты могли бы получить сведения о наличии вакансий (не только постоянных, но и временных).

6. Следует продолжить организацию «ярмарок рабочих мест». Эта идея дает неплохие результаты. Студенчество – это будущее страны, и ему нужна поддержка, как в период учебы, так и в дальнейшем трудоустройстве. Венгерский поэт Шандор Петёфи говорил так: «Студент – это еще ничего, из которого может выйти все» [3].

### Список литературы

1. URL: <http://www.rsvpu.ru/departments/isp/culture/2008/ucheba-i-rabota-problemy-uspeshnogo-sovmeshheniya/> (дата обращения : 21.10.10).

2. Чупров В. И., Зубов Ю. А. Проблемы вторичной занятости учащейся молодежи: состояние и перспективы // Социс. 1996. № 9.

3. URL: <http://aphorism-list.com/tema.php?page=student&tktema=student> (дата обращения : 25.10.10)

## **ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА СОЦИАЛИЗАЦИЮ МОЛОДЕЖИ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ**

**М. А. Шедловская**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Еще несколько десятков лет назад жизнь людей была совсем не такой, как сейчас. Высокие технологии, призванные облегчить нашу жизнь, изменили ее до неузнаваемости. Мы окружены различными аппаратами и приборами, которые работают за нас, стирают, моют и убирают вместо нас. Незаменимым для большинства людей является Интернет, социальные сети.

Интернетомания прогрессирует. Большинство современников без Интернета жизни своей уже не представляют. А в последние годы Всемирная паутина разродилась очередным своим детищем – социальными сетями – специальными сайтами, созданными с целью налаживания знакомств и общения. На Западе [1] количество граждан, подсевших на общение онлайн, достигло почти 100 процентов. Ситуация в странах бывшего соцлагеря за последние пять лет стала почти аналогичной. С появлением социальных сетей («МойКруг.Ру», «Одноклассники. Ру», «Мейл. Ру», «ВКонтакте» и т. п.) многочисленные пользователи получили возможность не только выискивать абстрактную информацию, но и находить работу, приобретать новых знакомых, делиться опытом и т. д. Таким образом, социальные сети стали своеобразной приманкой для тех, кто еще совсем недавно о «зависании» в Интернете даже не помышлял. Сейчас свою страничку в сети создаст не только «млад», но и «стар». Стоит вспомнить, что гиперпопулярный нынче сайт «Одноклассники» поначалу привлекал людей старшего поколения: там они могли отыскать не только одноклассников, но и друзей детства, бывших сослуживцев. Сейчас «Одноклассники» – это среда виртуального обитания граждан всех возрастов.

Социальную сеть можно назвать «всемирной паутиной», которая поглощает человека, подменяет реальную жизнь виртуальной, что может привести к потере времени (как рабочего, учебного, так и досугового), к разрушению семьи и подмене реального общения. Подмена реального общения ведет к сокращению и нарушению реальных контактов с окружающими людьми, деформации социальных взаимодействий и дезадаптации в окружающем мире.

Преукрашая реальность в социальных сетях человек невольно может «заработать» раздвоение личности, делая вид что он более успешный и «продвинутый», чем есть на самом деле. Поэтому не случайно интернет-сети стали объектом изучения исследователей. Так, в работе В. Н. Щербины [2] рассматриваются проблемы развития киберкоммуникативных сообществ с точки зрения социологического теоретизирования; предпринята попытка рассмотрения социально-философских проблем развития

киберкоммуникации, в частности формирования сети Интернет; подчеркивается необходимость развития киберкоммуникативных сообществ, которые были бы адекватны потребностям традиционных структур социального взаимодействия. Представленный в монографии материал позволяет поставить и рассмотреть проблему интернет-коммуникации как целостного социального явления.

Британские ученые [3] недавно выявили взаимосвязь между социальными сетями и здоровьем человека. Проблема в том, что социальные сети ухудшают иммунитет, гормональный баланс, мышление и состояние сердечно-сосудистой системы. Часто развивается зачаточная форма слабоумия. Отдельно британские ученые выделили расстройство нервной системы.

Как показали исследования компании comScore [4], русские пользователи Интернета проводят в социальных сетях больше всего времени по сравнению с пользователями из других стран мира. Для сравнения, россияне проводят в соцсетях 6,6 ч в месяц, при этом просматривая 1307 страниц. Этот показатель самый высокий среди сорока стран, вошедших в исследование. Далее следует Бразилия (6,3 ч и 1220 страниц), Канада, Пуэрто-Рико, Испания и лишь на 9-м месте США с 4,2 ч, проводимыми в социальных сетях. Самыми популярными в Рунете продолжают оставаться «В Контакте», «Одноклассники» и «Мой Мир».

По данным ВЦИОМ, наиболее популярны среди интернет-пользователей такие сервисы для общения, как электронная почта и социальные сети – ими пользуются 79 и 76% соответственно. Несколько менее востребованы сервисы мгновенных сообщений (53%), форумы (49%) и чаты (43%). Реже всего наши сограждане, пользующиеся сетью Интернет, обращаются к операторам IP-телефонии и блогам (33 и 28% соответственно) [5].

Быстрое распространение сетевых интернет-коммуникаций несет в себе не только благо, но и ряд проблем. Виртуальное общение заменяет реальное, поскольку на встречу с друзьями и близкими совершенно не остается свободного времени. Мы, сами того не замечая, стараемся свести к минимуму живые контакты. Мы закрываем глаза, включаем плеер или пишем смс, сознательно избегая контактов с живыми людьми, боясь встретиться с ними даже глазами. Студенты и школьники вместо того чтобы после занятий идти гулять с друзьями, спешат домой для того чтобы как можно быстрее пообщаться со своими виртуальными друзьями в социальных сетях. Проблема социальных сетей заключается в том, что человек, попадая в социальную сеть, теряет свою индивидуальность. Он может представить себя кем угодно, начиная от циркового артиста и заканчивая президентом, хотя на самом деле это будет обычный учитель литературы в какой-нибудь деревенской школе. А правду никто не узнает. Все это не может не способствовать деструктивному характеру социализации молодежи, снижению ее уровня адаптационных возможностей в реальном мире и требует глубокого социологического изучения.

## Список литературы

1. Как влияет Интернет на нашу жизнь. URL: [www.yworld.ru](http://www.yworld.ru) (дата обращения : 11.02.2011).
2. Щербина В. Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума»). Бердянск, 2001.
3. Проблемы социальных сетей. URL: <http://www.sozial.ru/statie.htm> (дата обращения : 27.07.2009).
4. Россияне все больше живут новой виртуальной жизнью URL: <http://Statiami.com/s/internet/socialnaye-seti.php> (дата обращения : 11.02.2011).
5. Зачем россиянам Интернет? Пресс-выпуск № 1317. 07.09.2009 // Сайт ВЦИОМ [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru) (дата обращения : 11.02.2011).

## СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

**Н. Щепинова**

*Тольяттинский государственный университет*

Тема российской инвалидности актуальна в сегодняшнее время, так как с каждым годом число инвалидов растет. В нашей стране число инвалидов достигает 12 млн 270 тыс. человек, это почти 10% всего русского населения.

Так, было решено провести исследование по проблеме инвалидности «Социальное самочувствие людей с ограниченными возможностями» с использованием двух методов: интервьюирования и включенного наблюдения. Проведение исследования было осложнено закрытостью этих людей в силу их физических способностей.

Интервьюирование проходило в почечно-диализном центре Центрального района г. Тольятти. Выборку составили 8 человек, из которых 5 женщин и 3 мужчин. Все они являлись инвалидами 1, 2 и 3 групп.

По итогам интервьюирования мы получили следующие результаты.

Респонденты не участвуют в культурной и общественной жизни города. Только один из опрошиваемых отметил: «Хожу с женой в театр “Колесо”».

Практически все опрошенные инвалиды не чувствуют себя социально защищенными.

Инвалиды не характеризуют свою жизнь как жизнь обычного человека. Шесть опрошенных причисляют себя к «необычной группе людей». А остальные ответили, что они «как бы и обычные члены общества, и в то же время сильно отличаются от других, здоровых людей, и физически-

ми способностями, и психическими и т. д.», «мы обижены судьбой, у нас нет здоровья».

Респонденты отметили, что не могут позволить себе отдых в силу физических и финансовых обстоятельств.

По оценке опрошиваемых, их реабилитация проходит очень неблагоприятно. Все восемь респондентов не довольны своей реабилитацией. Семь инвалидов хотели пожелать себе простого человеческого здоровья. Один инвалид хотел улучшить свою реабилитацию при помощи лучшего обслуживания и выдачи всех необходимых лекарств.

В целом, по результатам интервью, социальное самочувствие людей с ограниченными возможностями отличается высокой тревожностью.

После проведения интервьюирования предоставился случай провести включенное наблюдение.

Включенное наблюдение проходило в Тольятти, в кардиологическом центре Центрального района. В данном социологическом опросе участвовало 6 человек. Эти люди являются или являлись инвалидами 1, 2 и 3-й групп.

Инвалиды 1-й группы – это трое тяжелобольных мужчин. Все их время занимает больница. Болезнь их полностью поглощает. Социальным обеспечением в целом они удовлетворены. Медицинское лечение для инвалидов бесплатно.

Инвалид 2-й группы – женщина с диагнозом «сердечная недостаточность». Три раза в год она проходит профилактическое систематическое лечение, так что свободное время у нее имеется, она «отдает всю себя внукам». Но не довольно крайне низким уровнем своей пенсии инвалида в размере 5800 руб., «сводит концы с концами».

Также во втором исследовании приняли участие молодая девушка и молодой мужчина. Девушка в целом занимается привычными делами обычного человека. Учится в высшем учебном заведении, имеет много друзей, играет на фортепьяно, но родители обеспокоены ее дальнейшей судьбой.

Молодой мужчина, хоть и является инвалидом, очень преуспел в жизни. Недавно женился. У него появился на свет ребенок. Имеет собственный бизнес.

Таким образом, можно сделать вывод, что проблема социального самочувствия людей с ограниченными возможностями имеет место в современной России. Но делать какое-либо глубинное исследование по инвалидам 1-й группы не имеет смысла. Все четко ясно. Они являются тяжелобольными, болезнь их поглощает полностью, и речь о социальном самочувствии вести не нужно. Тут, скорее всего, необходимо работать в области здравоохранения или в сфере эвтаназии.

Совсем по-другому обстоят дела с инвалидами 2-й и 3-й групп. Социальное самочувствие, по итогам двух социологических исследований, остается удовлетворительным. Кто-то находит себя в жизни при сложив-

шихся обстоятельствах, кто-то нет. Женщины легче переживают болезнь, чем мужчины. Мужчины скорее обижены «на судьбу», их жизнь «продление жизни», а такая «жизнь не является для них жизнью».

Подводя итог, необходимо отметить, люди с ограниченными возможностями должны быть полноценными членами общества, чувствовать себя таковыми. Для этого необходимо не только улучшать работу механизмов социальной защиты, но и включать людей с ограниченными возможностями в активную социальную жизнь.

## **КАЧЕСТВО МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ПОЛИКЛИНИК (на примере города Саратова)**

**О. Юсупова**

*Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского*

Ухудшение состояния здоровья большинства жителей России ставит наиболее актуальный вопрос качества оказания медицинских услуг для населения. Проблема высокой заболеваемости, по мнению исследователей, тесно связана с несоблюдением здорового образа жизни, с повышенными экологическими нагрузками [1, 101–119]. На решение данных проблем были направлены государственные проекты: национальный проект «Здоровье», «О здравоохранении в Российской Федерации». Актуальна проблема работы поликлиник, непосредственно контактирующих с пациентами.

По результатам авторского исследования, проведенного среди посетителей поликлиник г. Саратова, было выявлено, что на сегодняшний день половина пациентов страдают хроническими заболеваниями, из них тяжелые хронические заболевания есть у 3,3% респондентов. При этом среди перечня заболеваний основными являются заболевания, связанные с функционированием сердечно-сосудистой системы (16,7%), с гинекологией (16,7%), с органами пищеварения (12,7%), что служит основными причинами смертности в России. По статистике, сердечно-сосудистые заболевания занимают первое место в мире среди причин инвалидизации и смертности населения, ежегодно в России от болезней сердечно-сосудистой системы умирает около 1,5 млн человек, что составляет более 50% от всех смертных случаев [2]. С такими заболеваниями за последний месяц посетили поликлинику 64% респондентов. Полностью удовлетворены профессиональными качествами врачей и медицинского персонала 10,7% респондентов, частично удовлетворены – 84% и лишь 3,3% опрошенных отметили, что врачи в поликлинике не являются профессионалами своего дела.

18,7% пациентов приходилось неоднократно сталкиваться с некачественными медицинскими услугами. Так, у 40% принявших участие в исследовании некачественные медицинские услуги проявились в неверно поставленном диагнозе, хотя половина опрошенных удовлетворены профессиональными качествами врачей. Столкнулись с осложнениями после болезни, операции 30% респондентов, с халатностью врачей – 20%.

Один из наиболее благоприятных индикаторов в плане удовлетворенности населения – это общее состояние помещений поликлиники (удобства, чистота, эстетический вид). Большинство опрошенных в той или иной степени ими удовлетворены (50,7%; 93,4%; 96% соответственно). Оснащенностью лабораторий медицинской техникой и оборудованием большинство посетителей поликлиник удовлетворены (67,3%).

Стоимостью, эффективностью лечения и качеством предоставляемых медицинских услуг большинство принявших участие в анкетировании не удовлетворены (56,7%; 63,3%; 28,7% соответственно). При этом среди наиболее острых проблем в поликлинике были отмечены такие недостатки, как очереди (37,3%), дороговизна предоставляемых лекарств (24,7%), взятки (13,3%).

Мерами улучшения качества медицинских услуг, по мнению пациентов поликлиник, являются: активная борьба за права пациентов (48%), повышение уровня профессиональной подготовки врачей (25,3%), введение наказания за ошибки и халатность врачей (20,7%).

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.
2. Статистика сердечно-сосудистых заболеваний. URL: <http://www.dhzb.ru/statistika.htm> (дата обращения : 11.02.2011).

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Азизова З.</i> Молодежь и религия: постановка проблемы.....	3
<i>Ананьева А. С.</i> Уровень религиозности студенческой молодёжи.....	5
<i>Анисимова Т. С.</i> Социально-педагогические технологии борьбы и профилактики подросткового одиночества .....	8
<i>Анисьина С. В.</i> Предпринимательство в системе рыночных отношений региона.....	11
<i>Анталик Е. Н.</i> Ценностные ориентации поколений .....	13
<i>Арнакова А. Ф.</i> Внутри социальной сети.....	16
<i>Ахметова А. С.</i> Типология телезрителей в подростковой среде города Саратова.....	21
<i>Багаудинова З. Б.</i> Факторы, формирующие национальное самоопределение саратовской молодежи.....	23
<i>Бисамбиева А. Н.</i> Влияние уровня религиозности мусульман на их жизненные ориентации .....	26
<i>Болотов Г. И.</i> Городской парк культуры и отдыха как объект социологического исследования .....	28
<i>Бондарь В. В.</i> Читательские предпочтения жителей города Саратова.....	30
<i>Герасимова М. А., Кравченко Н. Ю.</i> Формирование гражданского общества и явление фланёрства в России .....	33
<i>Герасимова М. А.</i> Фланёрство молодежи как социальное явление .....	38
<i>Гондаренко П. И.</i> Проблемы раннего материнства в городе Саратове .....	41
<i>Горбачева Л.</i> Оценка профессиональных и личностных качеств преподавателей студентами.....	43
<i>Денисова Е. С.</i> Стилевые предпочтения в одежде среди молодежи города Саратова.....	45
<i>Денисова М. С.</i> Бренды одежды молодежи города Саратова .....	47
<i>Ежова М.</i> Маркеры здорового образа жизни студентов .....	48

<i>Ермакова О. А.</i> Общественное отношение сельских жителей к проблемам правоохранительных органов .....	50
<i>Ерохина М. С.</i> Специфика молодёжной субкультуры рэперов в центре и регионе.....	53
<i>Ешкилева Л. Н.</i> Социально-административные особенности внедрения информационно-компьютерных технологий в вузе .....	55
<i>Захарова А.</i> Отношение тольяттинцев к реформе милиции .....	57
<i>Захарова Д. И.</i> Социальное конструирование тела: представления и реальность .....	59
<i>Зеленская Е. С.</i> Знакомства в жизни молодежи .....	61
<i>Иванова О. П.</i> Ценности и ценностные ориентации осужденных к лишению свободы: постановка проблемы .....	64
<i>Ильин В. С.</i> Семейные отношения в жизни кадрового офицера .....	66
<i>Иргискин И. Ю.</i> Социальный портрет молодого политика.....	69
<i>Исаева А. П.</i> Подарок как социальный феномен.....	71
<i>Калинин Е. А.</i> Увлечённость футболом среди молодёжи города Саратова.....	75
<i>Карасева А. Н.</i> Шопинг в жизни саратовской молодежи .....	78
<i>Карелин М. А.</i> Рок-культура в представлении современных горожан (на примере города Саратова).....	79
<i>Клочанова М.</i> Восприятие школьниками культурных ценностей в сети Интернет....	82
<i>Кожмяков И.</i> Характеристики участников интернет-пространства на примере онлайн-игр .....	84
<i>Коркин А. Ф.</i> Критерии успеха молодых .....	86
<i>Коротин В.</i> Продукт-плейсмент как новый вид рекламы и его влияние на общественное сознание.....	88
<i>Костенко В. А.</i> Читательская активность студентов Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского .....	91
<i>Курканина М. А.</i> Особенности политической активности молодежи на примере Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского и Энгельсского промышленно-экономического техникума.....	93
<i>Кушир Н.</i> Неформальная помощь обучающимся при сдаче экзамена на права.....	96
<i>Лихоненко С. В.</i> Загрязнение окружающей среды Саратовской области: проблемы и их решения .....	98
<i>Ломоносова Д.</i> Мода как социокультурный феномен.....	100
<i>Мазаев Д. В.</i> Региональная политика о социальной защите инвалидов (на примере Саратовской области).....	103
<i>Макеева М. В.</i> Социальные интернет-сети в жизни горожан: поколенческий срез .....	108
<i>Малаев А. А.</i> Социально-психологический феномен эвтаназии в современном мире .....	109
<i>Маргарян С. В.</i> Основные индикаторы качества рационального питания студентов Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского .....	113

<i>Михалева Л.</i> Проблемы формирования и развития малого бизнеса в городе Энгельсе Саратовской области.....	115
<i>Муратова М. В.</i> Влияние детских организаций на жизнь и развитие подростков (на примере ЭДО «Парус»).....	118
<i>Овчинникова В. А.</i> Основные индикаторы качества образовательных услуг глазами студентов Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского.....	120
<i>Огурцова Н. Н.</i> Факторы, влияющие на отношение студентов города Саратова к профессиональному становлению.....	122
<i>Пискунов К. А.</i> Социальные страхи студенчества.....	125
<i>Политова Н. А.</i> Семейное счастье глазами жителей города Энгельса.....	127
<i>Полицук О.</i> Отношение школьников и студентов к реформе высшего образования.....	130
<i>Пучкова Е. И.</i> Наркомания как асоциальное явление у молодых людей.....	133
<i>Решетников Д.</i> Влияние социальной активности на социализацию личности студента.....	135
<i>Саранова А. А.</i> Особенности восприятия свадебных обрядов и традиций молодежью города Саратова.....	137
<i>Серова А. И.</i> Культурно-историческое наследие города Саратова глазами молодежи.....	140
<i>Словеснова Е. И.</i> Самоохранительное поведение саратовской молодежи.....	143
<i>Стоян Ю. В.</i> Город Тольятти глазами иммигрантов.....	146
<i>Субботкина А. О.</i> «Кто в доме хозяин?»: социологический анализ ролевого распределения в семье.....	148
<i>Сундуков О. В.</i> Немотивированная преступность – феномен современности?.....	151
<i>Суханова А., Щетинова Н.</i> Удовлетворенность студентов обучением в Тольяттинском государственном университете.....	153
<i>Тарараксина А. А.</i> Факторы, влияющие на конфликтность в молодых семьях города Балаково.....	155
<i>Тимофеев А.</i> Федеративные отношения в современной России.....	158
<i>Тимошкевич Ю. А.</i> Отношение студентов к рекламе.....	160
<i>Трыкова Е. В.</i> Профессионально-образовательные стратегии школьников города Саратова.....	162
<i>Тукмакова О. В.</i> Операционная система CRM как один из инструментов управления взаимоотношениями с потребителями.....	164
<i>Тушикова Н. И.</i> Социальный престиж профессии менеджера.....	166
<i>Ульянов А. В.</i> Адаптация иногородних студентов к обучению в университете.....	170
<i>Ульянова Т. В.</i> Роль косметики в жизни современной девушки.....	172
<i>Утигенова А. У.</i> Феномен любви с первого взгляда: социологический анализ.....	174
<i>Фёдоров П. П.</i> Религия глазами современной молодежи (на примере города Саратова).....	177

<i>Феллер М. В.</i> К вопросу о проблеме мультикультурализма в России .....	179
<i>Фирсова Е.</i> Отношение горожан к смертной казни (на примере г. о. Тольятти и г. о. Жигулевск) .....	183
<i>Хайрушева Я. Н.</i> Социальная адаптация детей-сирот в современном обществе .....	184
<i>Ходорова Ю.</i> Отношение студенческой молодежи к семье и браку .....	187
<i>Черноокая Д. А.</i> Особенности становления политического сознания молодёжи как особой социально-демографической группы .....	189
<i>Чернышкин И. В.</i> Феномен работающего студента .....	191
<i>Шедловская М. А.</i> Влияние социальных сетей на социализацию молодежи: постановка проблемы .....	196
<i>Щепинова Н.</i> Социальное самочувствие людей с ограниченными возможностями .....	198
<i>Юсупова О.</i> Качество медицинских услуг в условиях поликлиник (на примере города Саратова) .....	200



Научное издание

**РЕГИОН ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ**

Межвузовский сборник научных работ студентов

ВЫПУСК 11

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

Редактор *Е. А. Митенёва*  
Технический редактор *Л. В. Агальцова*  
Корректор *Е. Б. Крылова*  
Оригинал-макет подготовила *Н. И. Степанова*

---

Подписано в печать 23.08.2011. Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Усл. печ. л. 12,09 (13). Тираж 300 экз. Заказ 75.

---

Издательство Саратовского университета.  
410012, Саратов, Астраханская, 83.  
Типография Издательства Саратовского университета.  
410012, Саратов, Астраханская, 83.

