

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Сборник научных трудов

Ульяновск
УлГТУ
2017

УДК 316.346.32-053.6

ББК 60.54

М 74

Редакционная коллегия:

доктор социологических наук, профессор О. В. Шиняева
(отв. редактор);

кандидат философских наук, доцент И. Г. Гоношилина

Рецензенты:

доктор политических наук, профессор А. К. Магомедов;

кандидат социологических наук, доцент И. А. Плохова

М 74 **Модернизационный потенциал российской молодежи :**
сборник научных трудов / отв. ред. О. В. Шиняева. – Ульяновск :
УлГТУ, 2017. – 433 с.

ISBN 978-5-9795-1735-3

Сборник научных трудов «Модернизационный потенциал российской молодежи» является результатом коллективного труда ученых, практиков, студентов из различных городов России. В нем представлены мнения по широкому кругу вопросов: потенциал российской молодежи в решении социальных проблем, диалог молодежи и власти; история развития молодежных инициатив в России; роль молодежных объединений в формировании ценностей патриотизма, гуманизма, толерантности; участие молодых людей в социально ориентированных некоммерческих организациях; молодежные инициативы и предпочтения в сфере культуры, экологии; отношение молодежи к событиям, происходящим в стране и в мире; причины и профилактика девиантного поведения в молодежной среде; модели поведения молодого поколения в сфере образования и науки.

Комплексный взгляд авторов статей в сборнике свидетельствует о том, что формирование потенциала молодежи и его использование в модернизации российского общества является многоаспектной проблемой. Обобщение опыта свидетельствует о высоком внимании преподавателей вузов, аспирантов, практических работников и студенческой молодежи к проблеме модернизации России. Сборник имеет теоретическое и практическое значение в поддержании социально-политической, профессиональной активности и гражданских инициатив молодых россиян.

Статьи представлены в авторской редакции.

УДК 316.346.32-053.6

ББК 60.54

ISBN 978-5-9795-1735-3

© Коллектив авторов, 2017

© Оформление. УлГТУ, 2017

ЧАСТЬ I. ПРЕПОДАВАТЕЛИ, ПРАКТИКИ, АСПИРАНТЫ О РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ И ЕЕ ПОТЕНЦИАЛЕ

УДК 316.346

О. В. Шиняева, Е. В. Суркова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Эффективность реализации имеющегося демографического, интеллектуального, культурного, социального потенциала нации во многом зависит от степени освоения молодым поколением системы традиционных ценностей и новых установок, характера социального самочувствия и осознания молодыми людьми своей роли в обществе.

На этапе перехода к информационному обществу России нужна молодежь с развитыми духовными потребностями, разделяющая ценности предприимчивости и патриотизма. Идеальный портрет молодого поколения новой России – это совокупность характеристик граждан от 18 до 30 лет: «рассудительные, с высоким уровнем нравственности, достоинства и личной свободы, ориентированные на профессиональную активность и межнациональную толерантность, обладающие навыками саморегуляции и понимающие ценность человеческой жизни» [1, с. 18]. Однако реальные условия становления каждого поколения вносят свои коррективы в те общечеловеческие, социокультурные, социально-политические качества, которые лежат в основе социальных практик молодежи в разных сферах жизни.

Мы обобщили результаты всероссийских и межрегиональных социологических исследований 2-го десятилетия XXI века, которые изучали молодежь, ее достижения и проблемы. Наиболее важные характеристики этого анализа мы представляем в качестве составных частей реального портрета российской молодежи.

Предваряя анализ конкретных качеств молодых россиян, следует отметить неоднородность молодежи. Значительные отличия связаны со спецификой того опыта и тех задач, которые решает каждый возрастной сегмент. Группа от 18 до 21 лет – это сегмент приобретения профессии и поиска любви, формирования жизненных ценностей и социальных связей. В возрасте 22-25 лет возрастает

значимость семейных, профессиональных ценностей, материального благополучия. С окончанием профессиональных учебных заведений меняется система отношений и ориентаций молодых людей. В этом возрасте устраиваются на постоянную работу и осваивают новые профессиональные обязанности. Молодые люди 26-30 лет – сформировавшиеся профессионалы, многие имеют семью и детей. Именно в этой возрастной группе часто фиксируется разрушение семейных отношений. Психологическое состояние данного сегмента существенно отличается от состояния и социальных потребностей других групп молодежи.

Социальное самочувствие российской молодежи

Данные социологических мониторингов показывают, что в структуре социального самочувствия российской молодежи четко выделяются две тенденции. *Первая.* Молодежь стала увереннее в собственных силах, повысился уровень готовности к решению жизненных проблем, она четче стала видеть личные жизненные перспективы и возможности для достижения жизненных целей. *Вторая.* Повысился уровень тревоги и раздражительности, утомления, страха за будущее, переживание неудачи.

Тревожные симптомы в самочувствии молодых россиян подтверждают усиливающиеся акценты на нерешенных социальных проблемах в старшей возрастной группе молодежи (от 26 до 30 лет; см. табл. 1).

Таблица 1

**Актуальные проблемы России в оценках молодежи
(в % от числа опрошенных, 2015 г.; n = 1150)**

| Проблемы, вызывающие тревогу | Все-го | Возраст | | | Профиль образования | | |
|----------------------------------|-----------|---------|-------|-----------|---------------------|-----------------|-------------|
| | | 18-21 | 22-25 | 26-30 | Технический | Ес-тест.-научн. | Соц.-гуман. |
| Снижение уровня жизни | 68 | 61 | 67 | 75 | 63 | 73 | 72 |
| Проблемы трудоустройства | 59 | 56 | 57 | 63 | 63 | 52 | 71 |
| Коррупция органов власти | 51 | 44 | 50 | 58 | 45 | 47 | 54 |
| Трудности приобретения жилья | 33 | 26 | 31 | 44 | 34 | 31 | 36 |
| Обеспечение качества образования | 24 | 20 | 22 | 30 | 21 | 28 | 24 |
| Состояние здоровья молодежи | 21 | 18 | 19 | 26 | 32 | 22 | 15 |

| Проблемы, вызывающие тревогу | Все- го | Возраст | | | Профиль образования | | |
|--|------------|-----------|-------|-----------|------------------------|-------------------------|----------------------|
| | | 18- 21 | 22-25 | 26- 30 | Техни- ческий | Ес- тест.- научн. | Соц.- гу- ман. |
| Преодоление пьянства, наркомании | 19 | 19 | 20 | 18 | 17 | 21 | 24 |
| Низкий уровень политиче- ской культуры молодежи | 15 | 20 | 14 | 13 | 12 | 13 | 23 |
| Организация культурного досуга молодежи | 14 | 11 | 13 | 19 | 8 | 10 | 16 |

Молодые люди демонстрирует позитивные ожидания собственного будущего и будущего своей семьи. Оценивая будущее страны, молодежь выражает неуверенность и страх: 37% опрошенных считают, что ситуация в стране изменится, но несильно; только 22% молодых людей уверены – XXI век станет веком расцвета страны. По данным Института социологии РАН, основные страхи молодежи связаны с материальным благосостоянием. Молодые люди боятся остаться без средств к существованию (54%), не найти работу (23%) [2, с. 129]. Неуверенность по отношению к своим будущим трудовым перспективам приводит к заниженным оценкам собственного социального успеха, а также к неуверенности в перспективах развития страны. Большая часть молодежи отмечает, что материальный уровень их семьи невысок. У половины молодых семей денег хватает только на основные продукты питания и одежду.

Результаты исследований свидетельствуют: после окончания высшего учебного заведения около половины молодых людей (46%) планируют работать по полученной специальности (таблица 2). Доля таких респондентов возрастает среди выходцев из бедных семей (64%), что подтверждает более сильное стремление малообеспеченной молодежи к профессиональной мобильности. Молодежь со средним уровнем дохода чаще остальных планирует найти высокооплачиваемую работу в другом городе (не обязательно по специальности). Молодые люди из состоятельных семей чаще, чем остальные, планируют открыть свое дело; это связано с наличием экономического капитала в семье [2, с. 124].

Таблица 2

**Влияние уровня жизни семьи на планы молодежи
(в % от числа опрошенных, 2016 г.; n = 720)**

| Что вы планируете делать после окончания вуза? | Всего | Уровень жизни родительской семьи | | | |
|--|-------|----------------------------------|------------------|-----------|---------------|
| | | Бедные | Малообеспеченные | Средние | Состоятельные |
| Работать по специальности | 46 | 64 | 51 | 36 | 47 |
| Искать место, где хорошо платят | 18 | 17 | 28 | 28 | 8 |
| Мечтаю иметь свое дело и буду стремиться к этому | 19 | 12 | 10 | 13 | 38 |
| Планирую уехать в другой город | 17 | 7 | 11 | 23 | 7 |

Жизненные цели и ценности молодежи

Главные жизненные цели молодых людей остаются неизменными на протяжении последних двух десятилетий: семья, образование, материальное благополучие, работа. Семья – это самая важная жизненная ценность для российской молодежи. Следует подчеркнуть, что молодые люди в своем большинстве не стремятся к известности, открытию собственного бизнеса – только каждый седьмой опрошенный отмечает эту цель в числе жизненных приоритетов.

При кажущейся деидеологизированности молодых людей у них существуют достаточно определенные, хотя и не всегда четко сформулированные, идеологические представления. Эти представления вытекают из общемировоззренческих оснований и выражаются в позициях относительно национальной идеи России: 95% граждан в возрасте от 18 до 30 лет считают, что такая идея необходима; при этом почти 80% молодых россиян утверждают, что объединяющей идеи в России нет [3, с. 25]. Основой национальной идеей России, по мнению молодых людей, должна стать концепция сильной державы, в основе которой лежат законность, порядок, равенство и справедливость (таблица 3).

Таблица 3

**Смысл национальной идеи в оценках молодежи
(в % от числа опрошенных, 2012 г.; n = 1150)**

| | Всего | Возраст | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 18-21 лет | 22-25 лет | 26-30 лет |
| Сильная, процветающая Россия, основанная на законности и порядке | 61 | 55 | 63 | 67 |

| | Все- го | Возраст | | |
|--|------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 18-21 лет | 22-25 лет | 26-30 лет |
| Россия – крепкое социальное государство, обеспечивающее равенство и справедливость | 33 | 39 | 33 | 26 |
| Россия – русское православное государство | 6 | 6 | 4 | 7 |

Идеологические позиции молодого поколения нельзя признать окончательно сформировавшимися. В настоящее время у молодежи отсутствуют ясные представления о будущем развитии страны, а также противоречивы взгляды на жизнь. Но необходимость национальных скреп остро осознается молодым поколением; в качестве идейного фундамента российского общества молодежь выделяет следующие символы: победу в Великой Отечественной войне, природные богатства страны, культурное наследие, боевую мощь армии, место России в современном мире (76%). В периоды социальных потрясений и кризисов необходимы новые идеи, способные объединить вокруг них молодежь разных возрастных и социально-экономических сегментов.

Социологические опросы выявили интересное противоречие: политические ценности молодёжи имеют социально-либеральный характер; однако партии, которые связаны с данными политическими ориентациями – «Яблоко», «Союз правых сил», имеют невысокую степень доверия у молодых избирателей. Молодёжь не считает, что данные партии способны выражать её интересы. Вообще молодые люди слабо ассоциируют свои политические взгляды с конкретными партиями. Степень доверия молодых людей конкретным политическим партиям невысокая: по 5-ти балльной шкале она не превышает 2,3 баллов [3, с. 24]. Молодёжь не признаёт прямого влияния партийных лозунгов на свой выбор, но косвенно разделяет ориентиры на ликвидацию бедности и повышение уровня социальной справедливости.

Образовательная и профессиональная активность молодежи

В современном обществе успешность личности напрямую связана с ее профессиональным ростом, способностью планировать и осуществлять карьерное продвижение. Молодому поколению, для того чтобы удачно включиться в профессиональную деятельность, необходимо получить соответствующее образование. Подавляющее большинство молодых людей, находящихся в начале профессионального выбора, ориентировано на получение высшего образова-

ния (86%). Конечной целью профессионального образования для значительной части молодежи является материальное благополучие (38%). В старшей возрастной группе молодежи (26-30 лет) установки в профессионально-образовательной сфере меняются: высокий профессиональный статус занимает ведущее место в построении карьеры весомого сегмента этой группы (41%). Открытие своего дела как цель профессиональной карьеры привлекает каждого седьмого респондента (15%); эта ориентация усиливается с увеличением возраста молодых людей – с 12 до 17%.

Таблица 4

**Конечная цель профессионального образования
(в % от числа опрошенных, 2016 г.; n = 1150)**

| Что является конечной целью профессиональной карьеры? | Всего | Возраст | | | Профиль образования | | | |
|---|-----------|---------|---------|---------|---------------------|-------------------------|---------------|--------------|
| | | 18 – 21 | 22 – 25 | 26 – 30 | Технический | Информацион. технологии | Экономический | Гуманитарный |
| Материальное благополучие | 38 | 49 | 32 | 31 | 38 | 39 | 40 | 29 |
| Высокий профессиональный статус | 28 | 21 | 33 | 41 | 28 | 30 | 35 | 15 |
| Реализация профессиональных способностей | 19 | 18 | 19 | 11 | 17 | 18 | 15 | 35 |
| Открытие своего дела | 15 | 12 | 16 | 17 | 17 | 13 | 10 | 21 |

Исследование образовательных ориентаций молодежи показало несформированность активного отношения к продолжению образования после получения профессии: пятая часть (22%) респондентов считает дополнительное образование необходимым условием для построения профессиональной карьеры; четверть (24%) уверена, что нет необходимости в получении дополнительного образования; половина (54%) полагает «дополнительное образование – это важный аргумент, но без него можно обойтись». Однако среди респондентов, которые получают второе образование, восприятие различных форм повышения квалификации как необходимого условия для построения профессиональной карьеры возрастает. В целом треть молодых людей после окончания профессиональных учебных заведений продолжает свое обучение: 10% получают второе образование, 25% используют для повышения квалификации тренинги и курсы.

Образовательно-профессиональная активность молодежи может быть выше при условии осознания перспектив развития общества. Пока уровень информированности молодых людей об основных направлениях развития России относительно невысок. Две трети опрошенных знают о задачах демографического развития, поддержке талантливой молодежи. Каждый второй имеет представление о задачах развития малого бизнеса, инновационной экономики. Только треть респондентов информирована о задачах укрепления межнациональных отношений и развития гражданского общества. Наименьшей информацией респонденты обладают в сфере повышения трудовой мотивации и реформирования системы образования. Наиболее важными молодые люди считают сферы укрепления семьи, поддержки талантливой молодежи, повышения уровня трудовой мотивации и автономности труда.

Итак, в условиях радикальных экономических и социокультурных трансформаций современного российского общества молодое поколение сталкивается с необходимостью оперативной адаптации к быстро меняющимся условиям жизни. В ситуации роста реального социального неравенства трансформируются качества молодого поколения и его взгляды на реализацию жизненных планов. Установлению стабильности в обществе должно способствовать определение факторов, влияющих на социальные успехи молодежи. Представляется актуальным более подробное изучение различных компонентов потенциала молодых россиян.

Как будет развиваться потенциал молодежи, и какова будет его созидательная сила, зависит от решения в ближайшем будущем принципиальных проблем – повышения уровня жизни молодых россиян, ликвидации коррупции, достойного трудоустройства молодых специалистов, создания благоприятного климата для инициатив в бизнесе и развитии гражданского общества, честности политиков с разными сегментами молодежного электората.

Список литературы

1. Социальный портрет молодежи Российской Федерации. Аналитический доклад Общественной палаты РФ. – М., 2011. – 112 с.
2. Социальное пространство российских регионов / отв. ред.
3. Т. Голенкова. – М. : ИС РАН, 2017. – 256 с.
3. Шиняева О. В., Гоношилина И. Г. Социально-политические установки российской студенческой молодежи // Социум и власть. – 2012. – № 10. – С. 21-25.

О. Ю. Ангел

г. Ростов-на-Дону, Южный Федеральный Университет

КЛЮЧЕВАЯ МОТИВАЦИЯ В КАРЬЕРЕ ПОКОЛЕНИЯ Z

В 1991 году американские ученые Нейл Хоув и Вильям Штраус выпустили книгу о теории поколений, в которой говорили о том, что приблизительно каждые 20 лет в мире происходит смена поколений, в результате чего появляются люди с новыми ценностями, новым складом ума, которые обладают иными жизненными траекториями [1].

В последнее время теория поколений приобрела популярность, и часто можно слышать упоминания о поколениях X, Y и Z, которые на данный момент являются наиболее предприимчивыми работниками и потребителями экономических товаров и услуг.

Следует заметить, что ни социологи, ни демографы не могут сойтись во мнении, кого считать представителями поколения Z. Это связано с тем что, временные рамки напрямую зависят от уровня развития тех или иных стран, где были рождены представители поколения Z.

Одни ученые, ведут отсчет с 1991 года, когда возникла всемирная сеть, другие склоны считать с 2001 года, когда интернет получил широкое распространение. В Японии опережающей весь мир по уровню внедрения цифровых технологий, технологический бум случился в конце 1980-х годов, следовательно положив начало поколению Z. В России же широкое распространение интернет получил в конце 1990-х годов, и первых «зэтов».

Если попытаться обобщить все самые распространенные точки зрения, то можно отметить следующее, что к поколению Z принадлежат люди в возрасте от 11 до 20 с небольшим лет. И их принципиальным отличием является то, что они с детства были знакомы с цифровыми технологиями. И несмотря на то что сейчас в большинстве своем это школьники и студенты, через пять-шесть лет они станут весомой по численности группой потребителей и работников.

Для людей поколения Z счастье в первую очередь связано с комфортом, как психологическим так и физическим. Они выбирают профессиональную свободу. Большая часть из них хотели бы путешествовать по миру, с семьей и друзьями. Так же приоритетным для них является сохранение здоровья. Представители поколения Z не собираются работать также много, как работали их родители.

Результативная работа Z определяется в четкой ясности действий, зоны ответственности и формате взаимодействия. Требования и подсказки лучше составить в виде инструкции, поскольку поколение Z не привыкло долго слушать. Они предпочитают интересную работу, в которой обязательно задействованы современные технологии, необходимо обрабатывать большое количество информации. Заманчивы для них фриланс или гибкий график.

Главным недостатком с точки зрения работодателя «зетов» можно отметить отсутствие лояльности. И ключевой мотивацией в их карьере является сочетание интересной работы, семьи и персональными требованиями. Также «Z» требовательны к высокой социальной ответственности.

Данное поколение интересуется социальными проектами, волонтерством и защитой природы. Рабочая зона для них должна включать фитнес-центр, уютный офис. Сама же идеальная работа должна располагаться недалеко от дома, чтобы не приходилось тратить много времени на дорогу.

Еще очень важно, чтобы работодатель не запрещал сотрудникам пользоваться социальными сетями в служебное время, выделяя на это не менее часа в день. Лидер для поколения Z – это профессионал, способный завоевать авторитет среди подчиненных благодаря своим знаниям и опыту.

Многие работодатели сожалеют, что данное поколение невозможно надолго удержать, поскольку им не интересно оставаться на одной работе больше двух лет и делать карьеру. Но это скорее не так, поскольку просто необходимо найти к ним подход и говорить с ними на их языке. Их нежелание делать карьеру и не заикленность на материальном достатке обусловлены тем, что для их родителей, из поколения X, главная цель заключалась в обеспечении своих детей всем необходимым. Вторые гнались за материальными благами, а первые, наблюдая это, во-первых, не получили достаточного количества внимания, во-вторых, решили — деньги это не главное, нужно больше времени уделять себе и своей личности. В-третьих, дети-Z пришли на «все готовое», они не все знают какова ценность вещей и относятся к этому с легкостью. Так же связано такое «непостоянство» с тем, что мир в их глазах развивается очень быстро, появляется много нового, нужно это новое освоить или хотя бы иметь о нем представление. Поэтому удержать такую молодежь на работе можно, если давать им проектную работу или ставить несколько разных задач, поскольку это люди не процесса, а результата.

Они абсолютные индивидуалисты поэтому сделать из них команду весьма сложно, потому что им важен собственный резуль-

тат и плоды своего труда. Поколение Z быстро впитывают новую информацию и не особо любят вникать. Поэтому чем разнообразнее задачи на работе, тем для них лучше и интереснее. Им очень важна похвала, потому что они индивидуалисты и стремятся к самореализации. Далее стоит принять во внимание сильные слабые стороны сотрудника, его таланты, ценности, которым он будет следовать в своей работе. Ценности сотрудника из Z нужно попробовать соединить с целями и ценностями компании, чтобы он понимал ради чего ему стоит задержаться в ней подольше, а раскрытие своих талантов в этой компании и упор на сильные стороны сделают его еще более лояльным. Для данного поколения по возможности, лучше убрать все рамки и границы. Например, приход-уход по карточкам, строгая система оценки работы и т. д. Они любят знакомиться с новыми людьми, к любому делу подходят творчески. В ходе беседы могут перескакивать с одного предмета на другой без видимой логической связи, производя впечатление поверхностных людей. Они описываются следующими словами: убеждающий, магнитный, политический, восторженный, убедительный, тёплый, демонстративный, доверчивый, оптимистичный [2].

Измерение трудовых ценностей этого поколения представляется важной задачей для современных социологов, так как в скором времени они станут основной рабочей силой страны. Главной трудовой ценностью как для поколения X, так и для поколения Y продолжает оставаться высокая заработная плата, однако это, скорее, не самоцель, а средство для достижения других целей, таких как престиж, уважение в обществе.

Трудовые ценности поколений X и Y несколько различаются, Y стремятся к самореализации через профессию, к более творческому делу, кроме того, претендуют на хорошие условия труда, для X же важно наличие большей свободы.

Следует отметить, что данная тема не является хорошо исследованной, но при этом обладает большой ценностью. Мир изменяется, трансформируется рынок труда, и необходимо учитывать потребности и запросы молодых поколений для того, чтобы работа была более эффективной, и потенциал молодых поколений находил реализацию в труде.

Список литературы

1. Фуколова Ю. (2014) Игрек неизвестный // Коммерсантъ Секрет Фирмы. – 2014. – № 6. – 2 июня. – С. 38.
2. Пантюх Д. – Источник: <https://shkolazhizni.ru/authors/uid115281/posts/80445/> (дата обращения: 10.08.2017).

Ю. А. Афонин, А. М. Маратова

Республика Казахстан, г. Уральск Казахстанский университет
инновационных и телекоммуникационных систем

ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА ПО РАЗВИТИЮ ТВОРЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

В системе образования необходимость подготовки социально и профессионально мобильных специалистов означает, что еще на момент образовательных целей должен быть ориентир на развитие у обучающихся профессиональной готовности к изменению своего профессионального и социального статуса, свободному географическому перемещению в профессиональной сфере, освоению новых профессиональных «территорий» и т. д. [1]

Актуальность данного исследования обусловлена возрастанием роли и ответственности вузов в формировании творчески мобильной личности в результате научно обоснованной соци-ально-культурной деятельности, выверенной государственной молодежной политики.

В Послании Президента Казахстана Н. А. Назарбаева «Новое десятилетие – новый экономический подъем – новые возможности Казахстана» определено, что «молодежь – основа будущего, получит новые возможности строить свое будущее». [2]

Среди факторов решения этой задачи ключевое место отводится социально-культурной деятельности вузов, тотальному развитию творческой мобильности студентов.

Разворачивающаяся в Казахстане III Промышленная революция предъявляет к выпускникам вузов такие требования, как профессионализм, коммуникабельность, умение жить и работать в информационном мире, в цифровой экономике, творческая мобильность, масштабность мышления, стремление к непрерывному обучению и трудовой мобильности. Социально-культурная деятельность в вузе ориентирована на комплексное развитие способностей студента, выявление их талантов и освоения ими новых творческих видов деятельности в культуре, СМИ, организаторской, волонтерской, политической работе, в ассоциациях гражданского общества.

Наиболее привлекательные и эффективные формы социально-культурной деятельности благотворно складываются на творческой атмосфере студенческой среды, создают дух соревновательности

и творческой мобильности. При этом творческая мобильность выступает высшей ценностью личности студента, высшей формой самореализации своего потенциала, проявления качеств неформального лидера в студенческом коллективе, своего рода кумира, профессионального владения творческими навыками певца, художника, музыканта, волонтера или социального работника, дизайнера или эколога. Глубина и масштабы творческой мобильности студентов в основном зависят от качества и масштабности социально-культурной деятельности ВУЗа.

Однако во многих вузах состояние материально-технической базы, уровень кадров, взаимосвязь с учебным процессом, востребованность в социальном пространстве городов, сел и деревень социально-культурной деятельности далеки от требуемой современной творческой мобильности студентов. Нарастает противоречие между общественной потребностью в творческой мобильности студенческой молодежи и реальным состоянием социально-культурной деятельности в вузе в координатах национально-культурной идентичности народов Казахстана. Важно отметить, что подобного рода научных исследований в Казахстане пока не проводилось. Остро ощущается потребность в проектировании и научном обосновании социальных технологий управления процессом формирования творческой мобильности студентов, раскрытии их потенциала и расширения возможностей на рынке труда.

Выделенные противоречия определили проблему настоящего исследования: организация социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов.

Актуальность и новизна рассматриваемой проблемы, ее недостаточная теоретическая, методологическая и технологическая разработанность в системе высшего образования Казахстана определили выбор темы нашего исследования: «Организация социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов».

Мы должны, теоретически обосновать и экспериментально апробировать национальную модель социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов, а также выявить качество и результативность творческой мобильности студентов в процессе социально-культурной деятельности будут тем выше, если:

- Социально-культурная деятельность вуза в полной мере соответствует национальным интересам и национальной доктрине Казахстана, стратегии развития «Казахстан-2050», выдвинутой и обоснованной Президентом Казахстана Н. А. Назарбаевым [3];

- Социальные технологии студенческого самоуправления являются одним из значимых факторов развития творческой мобильности студентов, взаимосвязи учебного и воспитательного процесса;

- Разработаны и сбалансированы материальные, финансовые, организационные, кадровые, коммуникационные ресурсы социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов.

- В соответствии с этой целью, объектом, исследования поставлены следующие задачи:

Во-первых, все то, что связано с теоретико-методологическими основами и национальными особенностями социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов.

Во-вторых, все то, что связано с уточнением и творческим обогащением категорий «мобильность», «трудова́я мобильность», «творческая мобильность» в процессе социализации студентов в студенческой среде.

В-третьих, все то, что связано с критериями оценки качества и результативности социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов.

В-четвертых, все то, что связано с обоснованием теоретической модели социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов.

В-пятых, все то, что связано с технологизацией социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов.

В-шестых, все то, что связано с экспериментальной проверкой предложенной модели социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов и разработкой рекомендации в рамках национальной доктрины «Казахстан 2050».

Методологическую основу исследования составили концептуальные подходы современной педагогики: системный, культурологический, деятельностный, проблемно-целевой, социально-технологический.

Теоретической основой исследования явились философско-культурологические и педагогические идеи личностно ориентированного и личностно развивающего образования (М. Н. Бахтин, С. И. Гессен, Б. С. Гершунский, О. В. Долженко, В. П. Кузовлев, В. М. Розин, И. С. Якименская и др.); современные концепции подготовки будущего специалиста в условиях национально-культурной идентичности творческого развития личности в социальной среде (Н. С. Александрова, А. Ю. Гончарук, П. Н. Городов, В. Н. Дружинин, В. П. Давыдов, М. Б. Зацепина, И. А. Зимняя, И. П. Клемантович,

Т. С. Комарова, Л. П. Крившенко, Н. Н. Лавров, Е. А. Леванова, Л. В. Мардахаев, Э. Д. Новожилов, В. А. Романов, С. Д. Смирнов, Э. И. Сокольникова, С. В. Тетерский, Л. А. Холодкова, Н. Н. Ярошенко и др. социологические исследования, посвященные мобильности, классификации социальных технологий, форм и методических реализации (П. Сорокин, Э. В. Беляев, Д. Белл, А. Г. Здравомыслов, И. С. Кон, А. Маслоу, И. Масуда, Р. Мертон, В. Н. Шубкин и др.) процессе социально-культурной деятельности по развитию творческой мобильности.

Методы, для проверки гипотезы и решения поставленных задач использован комплекс методов исследования:

- теоретические – теоретико-педагогический, методологический анализ; изучение и обобщение педагогического опыта социально-культурной деятельности, моделирование, обобщение результатов исследования;

- исторические-генезис творческой мобильности студентов в современном Казахстане;

- эмпирические-наблюдение, анкетирование, тестирование, самооценка, обобщение независимых характеристик, контент-анализ деятельности обучающихся; диагностические методы; педагогический эксперимент, включающий опытно-экспериментальную работу, беседы, опрос, интервьюирование, экспертизу, обобщение независимых характеристик;

- технологические-проектирование социальных технологий;

- статические методы обработки результатов наблюдения педагогического эксперимента.

- раскрыты национальные особенности социально-культурной деятельности вуза, характеризующиеся пониманием и признанием всеми субъектами образовательного и воспитательного процесса объединяющей цели деятельности. При этом студенты находятся под постоянным воспитательным воздействием родителей, органов власти, социальной среды проживания, профессорско-преподавательского состава и студенческого самоуправления, что способствует развитию творческой мобильности студентов;

- разработана модель развития творческой мобильности студентов средствами социально-культурной деятельности, включающую материально-финансовый, организационно-деятельностный, мотивационный оценочно-результативный, социально-технологический блоки;

- выявлены виды мотивов творческой мобильности студентов: духовно-нравственные (соответствие традициям национальной

культуры народов Казахстана), материальные (улучшение материального благополучия семьи);

- семейно-бытовые (традиции, обычаи), социально-культурные (знание основ музыки, литературы, искусства, театра и др.).

- сформулированы критерии готовности творческой мобильности студентов (участие в социально-культурной деятельности, профессионализм, зрительский успех, конкретные результаты);

- спроектированы и апробированы современные социальные технологии развития творческой мобильности студентов (мотивационные, организационные, воспитательные, информационные, социально-психологические).

Практическая значимость исследования состоит в том, что спроектированы и на практике апробированы современные социальные технологии социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов, их мотивации к освоению профессии в сфере культуры, искусства, музыки, живописи, освоение навыков социального предпринимательства, конкретных практик волонтерства, социальной реабилитации, экологии и благоустройства территорий, технического творчества, компьютерного моделирования, цифровой экономики, создания новых рабочих мест.

Разработан и апробирован на базе НОК «КазИИТУ» общественный договор основных центров силы по развитию творческой мобильности студентов в процессе социально-культурной деятельности: ректората вуза, студенческого самоуправления, родительского комитета, центра воспитания и духовного образования, местных органов власти областного и городского уровня.

Предложены направления развития вузовской системы воспитания, учитывающие характер творческой мобильности современного студенчества, которые возможно использовать при решении приоритетных проблем развития социально-культурной деятельности вуза и определении ее перспектив, проектировать и корректировать учебно-педагогический и воспитательный процесс на основе конкретных показателей творческой мобильности студентов.

Разработана и апробирована программа оптимизации социально-культурной деятельности студенческого самоуправления, направленной на развитие творческой мобильности, позволяющей обеспечить эффективную организацию социально-культурного формирования личности.

Материалы диссертации, ее практические рекомендации и выводы могут быть использованы в организации воспитательной работы в вузе, в методическом обеспечении учебно-воспитательного

процесса в вузе, в системе повышения квалификации вузовских работников, в деятельности общественных советов по воспитательной работе при региональных органах власти, развитии художественной самодеятельности, более эффективном участии студенчества в социально-культурном и духовно-нравственном воспитании жителей городов и сел Казахстана.

Экспериментальной базой исследования являлся КАЗИИТУ. Всего исследованиям на различных этапах эксперимента было охвачено 10000 студентов и 300 преподавателей и сотрудников социально-культурной сферы.

Организация и этапы исследования. Исследования осуществлялись в три этапа с 2007 по 2017 год. На каждом этапе применялись различные методы исследования.

Первый этап (2007-2010 гг.) был посвящен разработке современной концепции социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студента с учетом национальных особенностей Казахстана.

Второй этап (2010-2015 гг.) был посвящен экспериментальной технологизации социально-культурной деятельности вуза по развитию творческой мобильности студентов.

Третий этап (2015-2017 гг.) заключительный, оценочный, посвящен критериальной оценке проведенной работы и предложению рекомендаций для использования социальных технологий в других вузах Казахстана.

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что актуальность темы обусловлена необходимостью реновации воспитательного потенциала высшего учебного заведения как важнейшей предпосылки ее совершенствования, условия обеспечения эффективности и качества деятельности высших учебных заведений, конкретного вклада высшей школы в программу Третьей модернизации Казахстана и обеспечение глобальной конкурентноспособности. Именно системный характер реновации (обновлении) воспитательного потенциала семейных ценностей студенческой молодежи обеспечивает достижение конечной цели вуза, государства в формировании специалистов профессионалов.

Список литературы

1. Носков И. А. Сущность гуманистического мировоззрения школьника // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. – 2012. – Т.14. – № 2-3. – С. 574-578.

2. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана «Новое десятилетие – новый экономический подъем – новые возможности Казахстана», 29 января 2010 г.

3. Послание Президента Республики Казахстан – Лидера нации Н. Назарбаева народу Казахстана Стратегии развития «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства.

УДК 330

Е. Р. Ахметшина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

**АКТИВНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ:
СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ**

Трансформационные процессы в России, происходившие с 1990-х гг., инициировали внимание общественности к предпринимательству как к важному источнику социально-экономического развития общества. При этом технологическое предпринимательство обладает рядом специфических характеристик и имеет особое значение, во многом определяя в перспективе уровень благосостояния общества.

Предпринимательство является одним из важных факторов экономического развития страны. Оно способствует оптимизации материального и духовного потенциала гражданского общества, создает благоприятную среду для реализации способностей в создании нового продукта на современном рынке. Именно предприниматели выводят на рынок инновационные продукты, обеспечивают развитие новых технологий, способствуют появлению новых отраслей промышленности, увеличивают конкурентоспособность страны на мировом рынке. Научные работы зарубежных авторов показывают, что технологическое предпринимательство дает больший социальный и экономический вклад в развитие инновационного потенциала страны, чем другие формы предпринимательства.

Под предпринимательством мы понимаем деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от продажи товаров и услуг. Под технологическим предпринимательством –

новый бизнес, в основу которого положена инновационная высоко-технологичная идея; его особенность состоит в том, что продукт проходит сразу несколько стадий: начиная от генезиса и реализации инновационной идеи до её коммерциализации.

В мировой и отечественной науке и практике уделяется значительное внимание проблемам развития предпринимательства. В России сектор малого и среднего предпринимательства продолжительное время находится в состоянии застоя, что выражается как в количественных, так и качественных показателях [1; 298-299]. Россия занимает низкие места (от 91-го и ниже) в ежегодном рейтинге «Лучшие страны для бизнеса», который готовится авторитетными международными организациями. Президент РФ В.В. Путин озвучивает следующие цифры: «... Доля малого и среднего бизнеса в общем обороте продукции и услуг – 25%, крайне мал и показатель инвестиций в основной капитал: это всего 6% от их объема по стране в целом. Малый и средний бизнес развивается по-прежнему медленно. Он представлен, прежде всего, индивидуальными предпринимателями и микропредприятиями, его вклад в ВВП страны не превышает 21%... Мы видим с вами, что люди не спешат браться за создание своего бизнеса. Так, сейчас лишь около 6% граждан являются начинающими предпринимателями или владельцами нового дела» [2].

По результатам всероссийского опроса, проведенного ВЦИОМ в 130 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках и 9 ФО России (май 2016 г., n = 1600 человек), большинство россиян не хотят открывать собственный бизнес: статистика отражает общую тенденцию к снижению активности в попытке создать дело. При этом среди тех, кто выразил желание открыть свое дело, уже предпринимают для этого какие-то действия только 17% респондентов, еще 33% обещают приступить к реализации этого в ближайшее время [3]. «Сегодня, в сравнении со временами позднего СССР, россияне уже более определенно отвечают на вопрос о том, хотели бы они открыть свое дело: не желают становиться бизнесменами 60% (49% в 1991 г.), а 34% (29) выражают такое стремление. В молодежной среде готовы открыть свой бизнес 60% респондентов, среди людей пенсионного возраста – только 6%, – подкрепляет цифрами первый заместитель председателя Правительства Российской Федерации Игорь Иванович Шувалов.

Эти данные комментирует директор специальных программ ВЦИОМ Елена Михайлова: «За последние четверть века сформировались более четкие представления о предпринимательской деятельности... За прошедшие десятилетия значимо увеличилась доля

потенциальных предпринимателей, убежденных в успешной реализации планов по открытию бизнеса, что свидетельствует об эффективности созданной обширной инфраструктуры поддержки предпринимательства. Молодежь как социальная группа, характеризующаяся высокой активностью и склонностью к риску, выражает высокую готовность к участию в предпринимательской деятельности» [3]. Основным препятствием для использования этого потенциала, по мнению экспертов, может выступать заниженная оценка значимости личных качеств, отсутствия стартового капитала, инициативности в успешном построении бизнес-карьеры со стороны молодежи.

Что же касается активности в сфере технологического предпринимательства, то здесь ситуация еще более удручающая – всего порядка 10,2 % предприятий малого бизнеса в России относились к технологическим компаниям в 2013 г. В то время как актуальность развития этих направлений – на высочайшем уровне. 23 ноября 2016 года на заседании Совета по науке и образованию при Президенте РФ В. В. Путин, говоря о стратегии научно-технического развития страны, подчеркнул: «Для выхода на новый уровень развития экономики, социальных отраслей нам нужны собственные передовые разработки. Необходимо сосредоточиться на направлениях, где накапливается мощный технологический потенциал будущего... новые технологии создают учёные, исследователи. От их открытий, разработок в решающей степени зависит успех всех наших планов, поэтому и государству, и бизнесу необходимо направить дополнительные усилия, ресурсы на укрепление кадрового потенциала отечественной науки» [4]. Правительство Российской Федерации акцентирует внимание на том, что научно-технологическое развитие является одним из приоритетов государственной политики.

По данным за 2016 год, в Ульяновской области число малых предприятий составляло около 15 тыс. с числом работающих около 60 тыс. чел. Численность МП и число занятых в них работников заметно сократилась по сравнению с 2013 годом. Оборот МП тоже упал примерно в 2 раза – с 170 млрд. руб. до 90 млрд. руб. Это очень средние показатели по сравнению с ведущими регионами: Самарской областью, Татарстаном, Нижегородской областью. Из общего числа МП примерно только 20-25% – технологические. Большая часть МП работают в торговле и сфере услуг.

По мнению ульяновского эксперта, директора ульяновского филиала ИРЭ им. В.А.Котельникова РАН, заведующего кафедрой «Радиотехника, опто- и наноэлектроника» УлГТУ, д.т.н., доцента Сергеева В. А., «...технологическое предпринимательство должно быть востребовано крупным бизнесом и промышленными корпора-

циями. В России же наблюдается конфронтация между этими субъектами. Малый технологический бизнес быстрее реагирует на инновации, быстрее и с меньшими издержками их осваивает. А крупные предприятия должны брать на себя функцию масштабирования. Это классика инновационного предпринимательства, которая реализуется во всех развитых и во многих развивающихся странах. Простая финансовая поддержка малого технологического бизнеса не решает проблемы его развития, если не будет реального спроса на новые продукты и технологии крупных предприятий. Необходимо комплексно формировать предпринимательский климат в регионах».

Под предпринимательским климатом современные российские социологи понимают целостное образование, включающее условия, значимые для осуществления предпринимательской деятельности в регионе (в муниципальном образовании, в целом по стране). Социальный механизм формирования предпринимательского климата представляет собой комплекс факторов, оказывающих непосредственное воздействие на состояние и динамику предпринимательского климата и характеризующихся системностью, перманентностью, устойчивостью, социальной направленностью воздействия.

Российские социологи О. И. Дивиченко и Н. С. Данакин отмечают, что предпринимательский климат может формироваться двумя путями: стихийным и сознательным. Сознательное формирование осуществляется посредством регулируемого использования значимых факторов предпринимательского климата, в составе которых выделены и рассмотрены: целевые (увеличение доли участия малого бизнеса в экономике региона, создание благоприятных условий для устойчивого развития малого бизнеса), информационные (своевременное информирование о проведении конкурсов по государственному и муниципальному заказам), инфраструктурные (поддержка малого предпринимательства путем создания технопарков, бизнес-инкубаторов, учебных центров и т. п.), организационные (деятельность общественных объединений предпринимателей), образовательные (создание дистанционных и электронных технологий в системе ДПО для подготовки и переподготовки предпринимателей), коммуникативные (развитие и поддержка контактов бизнеса и органов власти), регулятивные (расширение действия институциональных норм), партнерские (развитие партнерских отношений между субъектами формирования предпринимательского климата), социально-ориентационные (развитие социального предпринимательства), стимулирующие (материальное и моральное стимулирование предпринимательской активности, инициативы) [4]. Социальный механизм формирования предпринимательского климата в рос-

сийских регионах должен быть ориентирован на формирование определенных мотивов, установок и моделей предпринимательского поведения среди молодежи.

Итак, статистика и результаты исследований демонстрируют необходимость активного развития технологического предпринимательства в России. Можно заметить возрастающий интерес к развитию и поддержке бизнес-сферы в России на различных уровнях. Так, на федеральном уровне одним из катализаторов процесса является Московская школа управления СКОЛКОВО – одна из ведущих частных бизнес-школ России и СНГ, основанная в 2006 году по инициативе делового сообщества. Линейка образовательных программ Московской школы управления СКОЛКОВО включает программы для бизнеса на всех стадиях его развития – от стартапа до крупной корпорации, выходящей на международные рынки. В России функционирует ряд информационных порталов, передающих последние новости в сфере ведения бизнеса. Федеральный портал молодого предпринимательства транслирует истории успеха активных бизнесменов, тем самым мотивируя молодежь к занятию и развитию бизнес идей. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства отражает новости бизнеса, календарь событий в мире бизнеса, описаны бизнес-миссии государств. Здесь же собрано экспертное мнение по тому или иному вопросу в рамках предпринимательства.

Набирает обороты деятельность по повышению предпринимательской активности на региональном уровне. Например, в рамках Школы молодых ученых в ЮФО (Сочи, Адлер, Санаторий «Южное взморье», 2016 г.) студенты, аспиранты, молодые ученые и бизнесмены обучаются по экономическим и правовым направлениям разного формата: однодневные или двухдневные школы по направлениям, мастер-классы ведущих российских и зарубежных экономистов, создание учебных проектов, участие в дискуссионных клубах и круглых столах, мозговой штурм, форсайт, а также активные интеллектуальные игры и вовлечение в научный туризм. Аналогичная школа бизнеса реализуется в Уфе, организаторами которой выступают БГПУ им. Акмуллы и Госкомитет РБ по предпринимательству и туризму. В пятидневной программе у студентов, магистрантов, аспирантов, а также педагогов, которые занимаются предпринимательской подготовкой молодёжи появляется уникальная возможность получить базовые знания о системе предпринимательства и открыть для себя новые стороны предпринимательства на семинарах и бизнес-тренингах.

В Ульяновской области функционирует АНО "Региональный центр поддержки и сопровождения предпринимательства", целью которого является реализация государственной региональной политики развития малого и среднего бизнеса в Ульяновской области. Центр не только оказывает разноплановую консультационную и образовательную поддержку, но и реализует проекты по популяризации предпринимательства и поддержке молодежного предпринимательства; развитию сети многофункциональных центров для бизнеса; поддержке и развитию социального предпринимательства; «выращиванию» региональных производителей и продвижению их продукции на всероссийском и зарубежном рынках; привлечению и сопровождению бизнес-проектов. Также в Ульяновске есть Центры молодежного инновационного творчества (ЦМИТ), один при УлГУ, второй – при филиале МИФИ в Димитровграде, которые работают на рыночных условиях и не располагают достаточными ресурсами для реального научно-технического творчества.

Таким образом, одним из главных направлений большинства региональных программ поддержки идеи предпринимательства должны стать популяризация технологического предпринимательства среди современной молодежи и вовлечение молодых ребят в научно-техническое творчество на бесплатных, обеспеченных ресурсами и умными наставниками площадках.

Проведя анализ проблемной ситуации, мы сформулировали проблему, которая заключается в следующем противоречии: с одной стороны, технологическое предпринимательство сегодня – динамично развивающаяся отрасль и перспективная сфера деятельности в России, что особенно актуально для инновационно-креативного кластера Ульяновской области; с другой стороны, у заинтересованной студенческой молодежи широкий спектр компетенций, необходимых для успешной реализации и коммерциализации своих инновационных проектов.

Для решения этой проблемы в Ульяновске на базе УлГТУ был предложен и реализован проект «Weekend Технологическое Предпринимательство на Волге» (далее «Уикенд»). Это проект для активных и инициативных студентов IT и других инженерных профилей подготовки вузов Приволжского федерального округа РФ, способных генерировать инновационные идеи, но не имеющих достаточных компетенций, чтобы эти идеи коммерциализировать.

Проект нацелен на решение государственной задачи увеличения доли предпринимателей среди молодежи отдельно взятого региона, создавших предприятия в высокотехнологичных отраслях. Уникальность реализации проекта заключается в его формате, когда

в рамках концепции event-образования событийные технологии используются как инструмент вовлечения в технологическое предпринимательство отдельных целевых групп. Миссия проекта: организовать мероприятие, на котором каждый сможет найти для себя информацию о том, как построить бизнес в сфере высоких технологий и попробовать в себя в роли предпринимателя – под руководством экспертов и менторов.

Слоган проекта «ОТ ИДЕИ – К СТАРТАПУ!» определил формат мероприятия – это двухдневный образовательный форум, включающий две линии: образовательную и интерактивную. На образовательных площадках идет работа участников со спикерами (бизнес-тренерами, успешными предпринимателями, топ-менеджерами промышленных компаний, руководителями курирующих органов государственной власти) – в виде мастер-классов, ворк-шопов, круглых столов. Интерактивная линия включает в себя деловую бизнес-игру, где каждый участник может продемонстрировать полученные знания и навыки, а экспертное сообщество оценивает и отбирает те проекты, которые получают дальнейшую консультационную, материально-техническую или финансовую поддержку.

В 2017 году, на Первом в Ульяновске Уикенде технологического предпринимательства, такой формат проекта вызвал интерес со стороны 330-ти участников из вузов Ульяновской области и 56-ти участников из 10-ти регионов ПФО. 20 экспертов из компаний-партнеров разных отраслей наполнили Деловую игру и образовательную программу по 4-м секциям: «Реализация бизнес-идеи», «Продвижение продукта в сети Интернет», «Выстраиванием бизнес-процессов», «IT-предпринимательство». Среди компаний-партнеров были представлены не только ульяновские компании, но всероссийские (компания Kupivip.ru) и международные (корпорация «MARS PetcareRussia»). Поддержание традиции проведения «Уикенда» в Ульяновске в перспективе может позволить вывести проект на федеральный уровень.

Список литературы

1. Дивиченко, О. И. Предпринимательский климат в регионе: состояние и тенденции изменения (по материалам социологического опроса) / О. И. Дивиченко, И. О. Почернин // Социально-гуманитарные знания. – 2015. – № 8. – С. 297-308
2. Путин ставит задачу значительно увеличить долю малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] // Официальный сайт партии «Единая Россия», 7 апреля 2015 г. – Режим доступа: <http://er.ru/news/129786/>

3. ВЦИОМ: большинство россиян не хотят открывать собственный бизнес [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВЦИОМ, 30 мая 2016 г. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707>

4. Дивиченко, О. И. Концептуальный анализ понятия «предпринимательский климат» / О. И. Дивиченко, Н. С. Данакин // Теория и практика общественного развития. – 2017. – № 5. – С. 66-68

УДК 37.034

С. А. Барсукова

Пенза, Пензенский государственный университет

НРАВСТВЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Модернизационный потенциал общества зависит не только от наличия ресурсов и качества управления ими, но и от ценностей, разделяемых его членами. Значимые изменения в социуме не будут иметь успех, если они не найдут отклик во внутреннем мире личности и не будут подкреплены соотнесенными изменениями в ее нравственных ориентациях.

Формирование ценностной системы российской молодежи происходит под влиянием одновременно двух культурных пластов: традиционной российской культуры коллективизма и западной культуры индивидуализма, акцентами которой являются ценности самовыражения и самоактуализации. Важной задачей, на наш взгляд, является понимание того, как это сочетание отражается во внутреннем мире молодого человека.

В исследовании Постниковой М. И. была предпринята попытка проанализировать ценности представителей разных поколений. В результате было выяснено, что в ценностном профиле россиян старше 40 лет в большей степени выражены ориентации на коллективизм и консерватизм, а ценности поколения младше 40 лет позиционируются на полюсе «открытости изменениям» и «индивидуализма» [3]. Исследование, проведенное коллективом кафедры «Социология и управление персоналом» Пензенского государственного университета также показало, что четко просматривается закономерность отхода молодого поколения от социальных ценностей к цен-

ностям индивидуализма. На коллективные ценности в нашей студенческой выборке ориентировано около 24% респондентов, а вот на индивидуалистические направлено 32% [2].

Исследования различных авторов показывают, что сложная структура современного антагонистического мира порождает глубокие внутриличностные противоречия. Законы морали, пропагандируемые в недавнем прошлом общественными организациями, сегодня уже не являются столь бесспорными. В современном обществе идет период становления новых нравственных ценностей, которые пока еще полностью не утвердились в общественном сознании и поведении людей. В последнее время, по мнению студенческой молодежи, ослабли такие нравственные качества как готовность помочь другому (67,8%), честность (67,3%), уважение к старшим (63,7%), трудолюбие (61,7%), бескорыстие, душевность, доброжелательность (61,6%), верность своим товарищам (53,5%), способность к сотрудничеству (47,7%), ответственность за семью, забота о ней (37,8%). Но усилились активность, целеустремленность, инициативность (51%) [2].

Нравственный потенциал личности связан, прежде всего, с таким духовно-нравственным феноменом как совесть, которая выступает основным нравственным регулятором.

Анализ зарубежной литературы по проблематике совести позволил нам выделить два основных подхода к пониманию механизмов ее проявления – морально-адаптационный или социоцентрический и нравственно-реализационный или антропоцентрический [1]:

1) представители первого подхода рассматривают совесть в контексте морального сознания, существования человека в социуме, адаптации человека к социуму; в рамках данного подхода совесть предстает как интериоризированный голос значимых Других, формирующийся под влиянием либо страха наказания, либо потребности в идентификации (см. Фрейд, 2007; Колберг, 1976; Мауэр, 1950 и др.);

2) представители второго подхода придерживаются той точки зрения, что человеку недостаточно решать проблемы только своего выживания, смысл человеческой жизни в целом и нравственности, в частности, не сводится к проблематике адаптации к социуму, но может быть понят в контексте проблемы реализации человеком своего внутреннего потенциала; совесть здесь рассматривается как голос истинного “Я”, связанный с проявлением родовой сущности человека, актуализирующейся в процессе индивидуации, обретения человеком своей целостности (см. Дюркхайм, 1992; Лэнгле, 2005; Маслоу, 2002; Нойманн, 2008; Юнг, 1995 и др.).

Следовательно, проблема совести тесно связана, прежде всего, с различными смысложизненными ориентациями. В нашем исследовании мы предприняли попытку изучить представления о совести у студентов и связать эти представления с различными смысложизненными ориентациями. В исследовании приняло участие 150 студентов, обучающихся на различных направлениях подготовки в Пензенском государственном университете.

Для определения смысложизненных ориентаций студентов были использована методика смысложизненной направленности личности Д. В. Желателева. Данная методика позволяет выделить три типа смысложизненной направленности личности, а именно материальную, социальную и духовно-личностную. Для получения представлений о совести респондентам предлагалось продолжить предложения:

1. Совесть – это ...
2. Жить по совести, значит ...

На первом этапе исследования мы предприняли попытку выявить характер смысложизненных ориентаций у студентов. У 36% студентов преобладает духовно-личностная смысложизненная направленность. По замыслу автора методики, лица с выраженной духовно-личностной смысложизненной направленностью основное внимание уделяется индивидуальным, личностным и духовным ценностям, самостоятельности, ответственности, миропознанию, самопринятию, самореализации, размышлению о смысле бытия, философским категориям.

Респондентов с преобладанием материальной смысложизненной направленностью было зарегистрировано более 27%, они характеризуются материальными ценностями и мотивами поведения, хорошо организованной финансовой сферой жизни. Зачастую, в будущем, это материально успешные люди.

При преобладании социальной смысложизненной направленности поведение человека определяется социальными мотивами, а именно мотивами отношения с окружающими людьми. Такие люди не испытывают затруднений при общении. Их было выявлено в нашей выборке более 21 %.

У остальных испытуемых преобладающей смысложизненной направленности не было выявлено.

Для выявления представлений о совести респондентам было предложено завершить незаконченные предложения. Все ответы студентов были распределены по группам, в соответствии с реакцией на вопрос «Совесть – это...»: «сфера чувств», «регулятор пове-

дения», «качество личности», «сфера самосознания», «проявление духовности».

Также были ответы, содержащие различные варианты ухода от вопроса. Например: «Совесть – это понятие растяжимое»; «Совесть – это философский вопрос»; «Совесть – это маленькая, черненькая и всё время спит».

С помощью ϕ^* -критерия Фишера мы проверили статистическую достоверность различий между группами в случаях, когда эмпирические значения превышают критические. Это позволило нам сделать следующие выводы:

1. К пониманию совести как чувства более склонны респонденты с материальной смысложизненной направленностью личности ($\phi^*_{\text{эмп.}} = 2,708$). Причем в данной группе преобладали негативные эмоционально-оценочные реакции, связанные с чувством вины, угрызения, стыда, тревоги.

2. Понимать совесть как проявления самосознания и духовности более склонны респонденты с духовно-личностной смысложизненной направленностью ($\phi^*_{\text{эмп.}} = 2,08$; при $p \geq 0,05$). К категории «сфера самосознания» мы относили ответы, содержащие указания на когнитивный компонент личности. Например: «Совесть – это то, что заставляет человека задумываться о поступках совершенных, о действиях»; «Совесть – это способность осмысливать свои поступки, осознавать их правильность или неправильность, а также умение делать выводы и предпринимать действия для предотвращения совершения плохих поступков»; «Совесть – это признание своих ошибок».

К категории «проявление духовности» мы отнесли ответы, содержащие указания на внутренний мир испытуемого. Например: «Совесть – это внутренний голос, здравый смысл»; «Совесть – это душа человека»; «Совесть – это духовная составляющая человека».

3. Понимать совесть как качество личности и регулятор поведения более склонны респонденты с социальной смысложизненной направленностью ($\phi^*_{\text{эмп.}} = 1,647$; при $p \geq 0,05$). К категории «качества личности» мы относили ответы, указывающие на личностные качества. Например: «Совесть – это, скорее всего, честность, открытость, прежде всего, для себя»; «Совесть – это моральные качества человека»; «Совесть – это индивидуальные качества человека»; «Совесть – это такое качество, которое должно быть в каждом человеке, которое не должно утрачиваться и ей нужно дорожить».

К категории «регулятор поведения» мы отнесли ответы наполняющие понятие совести функцией контроля поведения (внутреннего или социально обусловленного). Например: «Совесть – это

личная составляющая человека, которая контролирует поведение»; «Совесть – это внутренний контролёр»; «Совесть – это то, что не позволяет делать тебе что-то плохое»; «Совесть – это совершение справедливых и честных поступков».

При анализе ответов на стимул «Жить по совести, значит...» мы придерживались следующей классификации: «в гармонии с собой», «обладать определенными качествами», «поступать определенным образом», «доброжелательно относиться к окружающим», «соответствовать социальным нормам».

К категории «поступать определённым образом» мы отнесли ответы типа: «Жить по совести, значит не совершать плохих поступков», «Жить по совести, значит поступать честно, справедливо».

С помощью φ^* -критерий Фишера мы получили статистически достоверные результаты, в случаях, когда эмпирические результаты превышают критические и это позволило сделать нам выводы:

1. Понимать жизнь по совести как гармонию с собой более склонны лица с духовно-личностной смысложизненной направленностью ($\varphi^*_{\text{эмп.}} = 2,113$; при $p \geq 0,05$). К категории «в гармонии с собой» мы отнесли ответы следующего типа: «Жить по совести, значит жить в согласии с самим собой»; «Жить по совести, значит слушать своё сердце»; «Жить по совести, значит жить в гармонии с самим собой и поступать так, как велит внутренний голос».

2. Понимать жизнь по совести как обладание определёнными качествами более склонны лица с материальной смысложизненной направленностью ($\varphi^*_{\text{эмп.}} = 1,994$; при $p \geq 0,05$). К категории «обладать определёнными качествами» мы отнесли ответы типа: «Жить по совести, значит быть честным, справедливым, не предавать».

3. Понимать жизнь по совести как хорошее отношение к окружающим и соблюдение социальных норм более склонны лица с соци-альной смысложизненной направленностью ($\varphi^*_{\text{эмп.}} = 1,965$; при $p \geq 0,05$). К категории «хорошее отношение к окружающим» мы отнесли ответы типа: «Жить по совести, значит уважать других и ценить их»; «Жить по совести, значит делать так, как будет лучше другим»; «Жить по совести, значит не врать близким людям, быть честным, помогать им во всём и не забывать своих близких».

К категории «социальные нормы» мы отнесли ответы типа: «Жить по совести, значит не нарушать нормы и правила морали»; «Жить по совести, значит жить в соответствии с теми идеалами общества, которые он приемлет».

Таким образом, результаты нашего исследования выявили, что преобладание нравственно-реализационного потенциала совести в нашей выборке студенческой молодежи. Вопрос о духовно-

нравственной кризисе современных россиян, поднимаемый на страницах отечественной прессы, не означает однозначного негативного сценария. Результаты некоторых исследований позволяют говорить о том, что в обществе существуют тенденции к нарастанию более зрелого реагирования на нравственно неоднозначные ситуации.

Список литературы

1. Барсукова, С. А. Концептуальное поле феномена «совесть» в психологии / С. А. Барсукова // Психологический журнал. – 2013, том 34. – № 1. – С. 36-44.
2. Барсукова, С. А. Проблема согласования социокультурных ценностей различных социальных групп в поликультурной среде / С. А. Барсукова // Социально-гуманитарное знание. – Тамбов, 2016. – № 9. – С.250-259.
3. Постникова, М. И. Межпоколенные отношения в контексте социокультурных изменений в современной России / М. И. Потсникова // Известия РГПУ. Общественные и гуманитарные науки (философия, ...психология, ...). – 2008. – № 12 (81). – С. 265-278.

УДК 316.324.8

Э. Н. Баскаков-Будайли

Казань, Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстана

РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КАРЬЕРЫ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В РАМКАХ АДАПТАЦИИ К СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Современная экономика нацелена на построение инновационных предпринимательских структур, отличающихся высокой степенью разработки и внедрения ноу-хау. В связи с этим возникает острая необходимость повышения эффективности управления знаниями в организации. Знания, как и интеллектуальный капитал, лежат в основе формирования, развития и повышения конкурентоспособности предприятия. Учитывая, что знания и интеллектуальный капитал стали ключевыми ресурсами развития современных организации, то ими необходимо качественно управлять с целью достижения эффективности их использования.

Управление знаниями – это процесс распространения и поиска опыта людей и актуальной информации в среде связанных между собой людей или групп людей [4]. Здесь самое главное – это знания людей и взаимодействие между людьми: обмен идеями, решениями и актуальной информацией при попытках создавать новые решения [2].

Система управления знаниями на предприятиях опирается на три ключевых аспекта:

1. Управление предприятием. Создание на основе повышения уровня знаний добавленной стоимости для обеспечения конкурентного преимущества предприятия.

2. Управление информационной системой предприятия. Создание качественного и доступного информационного обмена на предприятии, с целью сокращения времени принятия управленческих решений.

3. Управление кадрами на предприятии. Создание программы управления карьерой и повышением квалификации персонала.

В этой связи управление знаниями выступают как плановые или текущие мероприятия по управлению бизнес-процессами с целью совершенствования использования существующих, а также создания новых ресурсов, способных преобразоваться в реальный финансовый результат деятельности предприятия.

Таким образом, на первый план выходят молодые специалисты с их динамичным, креативным и современным мышлением. Инвестиции, в которых становятся долгосрочным вложением в конкурентоспособность предприятий. Роль молодых специалистов становится все более значимой, о чем свидетельствует успешный опыт реализации стартапов в последние годы. Инновационные предпринимательские структуры делают активную ставку на молодых специалистов, которые отличаются свежестью и креативностью полученных в высших учебных заведениях знаниях.

В рамках сложившейся в организации системы управления знаниями, развитие профессиональной карьеры молодых специалистов является сложным процессом, требующим затрат значительных ресурсов [1]. Система управления знаниями не гарантирует реализации всех профессиональных амбиций молодых специалистов. Однако и отсутствие системы управления знаниями вызывает ряд сложностей, таких как неудовлетворенность молодых специалистов, текучесть кадров, а также сокращает возможность предприятию эффективно заполнять вакантные места.

Основными целями адаптации молодых специалистов являются следующие:

- максимально быстрое достижение эффективных рабочих показателей;
- снижение издержек по адаптации молодых специалистов;
- быстрое вхождение молодого специалиста в коллектив (ощущение членом команды);
- снижение уровня тревожности и неуверенности молодых специалистов;
- сокращение текучести кадров среди молодых специалистов;
- значительная экономия времени, затрачиваемого руководителями и наставниками на адаптацию молодого специалиста;
- развитие у молодого специалиста удовлетворенности работой, а также позитивного отношения к трудовым обязанностям;
- сокращение издержек по поиску и подбору нового персонала;
- формирование кадрового резерва.

Учитывая ограниченность ресурсов организации, необходимо выстроить такую систему развития профессиональной карьеры молодых специалистов в рамках управления знаниями, которая способствовала быстрой адаптации, а именно:

- получению необходимых навыков работы в команде и подчинению руководителю и навыков делового общения;
- практическому применению полученных в высших учебных заведениях знаний;
- формированию трудовой дисциплины и деловой этики;
- формированию практических навыков по управлению и планированию своего рабочего времени и т.д.

В начале своего трудового пути молодой специалист сталкивается с целым рядом трудностей и проблем, которые требуют от него приложения максимума усилий для их преодоления. Возникающие при этом противоречия при взаимодействии с рабочим коллективом и решением ряда задач, требующих наличие знаний и опыта, могут перерасти в карьерный кризис на раннем этапе построения карьеры [3]. Соответственно, учитывая это, молодой специалист обязан работать под руководством и контролем более опытных коллег.

Для эффективного взаимодействия наставника и молодого специалиста в рамках системы управления знаниями на предприятии необходимо соблюдать определенные принципы программы адаптации. Основные принципы реализации программы адаптации:

- принцип индивидуализации;
- принцип практической направленности;
- принцип систематичности и системности;

- принцип оперативности;
- принцип гуманизации.

В реализации данных принципов, опытные наставники принимают на себя определенные обязательства по наиболее полному использованию возможностей молодых специалистов, что позволит наиболее качественно встроить молодого сотрудника в систему управления знаниями предприятия.

Таким образом, в непростых условиях экономического кризиса, чем эффективнее взаимодействие наставника и молодого специалиста, тем шире возможности самореализации молодого специалиста в профессиональном построении карьеры. Молодой специалист, взаимодействуя с наставником, повысит свою культуру, внесет коррективы в систему своих знаний, что приведет к скорой адаптации.

Список литературы

1. Антропов В. А., Дмитриенко Н. В. Управление внутрикорпоративной карьерой молодых специалистов // Научные ведомости. – 2010. – № 1(72). – С.50-56.
2. Дресвянников В. А. Предпосылки и методология построения системы управления знаниями организации // Управление общественными и экономическими системами. – 2006. – № 2. – С.1-9.
3. Орел А. А., Литвинова А. А. Анализ планирования и развития карьеры молодого специалиста [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2017. – № 1. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2017/01/13666> (дата обращения: 19.10.2017).
4. Талянский Д. С. Управление знаниями в корпорации. Кому и зачем нужно этому научиться // Вестник УГАТУ. – 2013. – № 2 (55). – С.171-176.

Н. М. Беляева

Пермь, Пермский государственный национальный
исследовательский университет

**МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ КАК ПЛАТФОРМА
ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ ИНИЦИАТИВ
(ПРАКТИКА РЕГИОНОВ ПРИВОЛЖСКОГО
ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА)**

Молодежный парламентаризм как система представительства интересов молодого поколения и его непосредственного участия в разработке государственной молодежной политики в России начинает институционализироваться с середины 1990-х гг., что во многом было обусловлено необходимостью заполнить пробел в отношениях государства и молодежи, образовавшийся после прекращения деятельности комсомольской структуры в начале 1990-х гг.

В настоящее время молодежные консультативные структуры в форме парламентов или правительств действуют во всех субъектах РФ и в более тысячи муниципальных образованиях. Главной миссией деятельности молодежных парламентов выступает активизация политического участия молодого поколения, вовлечение его в непосредственную политическую практику по направлению государственной молодежной политики, включающую разработку рекомендаций по совершенствованию данной сферы государственного управления, реализацию управленческих проектов и координацию деятельности молодежных общественных и политических объединений.

Особый интерес представляют регионы Приволжского федерального округа (ПФО), среди которых семь областей (Кировская, Оренбургская, Самарская, Пензенская, Нижегородская, Саратовская и Ульяновская), шесть национальных республик (Башкортостан, Мордовия, Татарстан, Марий Эл, Удмуртия и Чувашия) и один край – Пермский. В этом отношении ПФО является интересным для иллюстрации практики функционирования молодежного парламентаризма в разных политических, социально-экономических и этно-культурных (этно-конфессиональных) условиях.

Изучение положений и отчетов о деятельности молодежных парламентов в регионах Приволжского федерального округа позволяет выделить следующие компетенции данных структур: законотворческая деятельность в сфере государственной молодежной поли-

тики; представительская деятельность; подготовка кадров для разных сфер регионального сообщества; организаторская деятельность (проведение мероприятий и акций, имеющих социальную направленность и широкий общественный резонанс); просветительская деятельность по формированию правовой и политической культуры молодых граждан, а также моделей ответственного гражданского участия.

Справедливым будет утверждать, что молодежный парламент становится действительной платформой для выявления социально значимых инициатив молодежи в рамках реализации законодательского и организаторского направлений деятельности, что находится в фокусе данного исследования.

Социально значимые инициативы молодежи в рамках законодательской деятельности молодежных парламентов в регионах ПФО

Согласно официальным документам молодежных парламентов регионов Приволжского федерального округа, законодательная деятельность по вопросам совершенствования государственного курса в отношении молодежи является одним из самых важных полномочий молодежной структуры.

Законодательская деятельность молодежных консультативно-совещательных структур, независимо от способа их формирования, повсеместно базируется на представительстве интересов и ценностей молодого поколения региона. Реализация представительской функции способствует созданию эффективной системы коммуникации органов власти и молодого поколения, позволяющей учитывать потребности и реальные проблемы подрастающего поколения региона, что в целом ведет к принятию более взвешенных и соответствующих современным реалиям управленческих решений.

Кроме того, совместное участие молодежи и органов государственной власти в принятии управленческих решений способствует формированию высокого уровня доверия между властью и молодым поколением, преодолению кризиса легитимности политической власти, позволяет молодым гражданам оказывать влияние на определение расходной части регионального бюджета по блоку «Социальная политика».

Так, Молодежным парламентом *Кировской области* в рамках законодательства в 2014–2016 гг. были внесены предложения в проекты законов «Кировской области № 332-5 «О внесении изменений в Закон Кировской области «О мерах по обеспечению безопасного пребывания детей в общественных и иных местах на территории Кировской области»; Стратегии развития молодежи Российской Федерации на период до 2025 г.; ФЗ «Об основах молодежной поли-

тики в Российской Федерации»; ФЗ «Об общих принципах организации деятельности органов молодежного самоуправления в Российской Федерации»; ФЗ «О внесении изменений в ФЗ РФ «О защите прав потребителей», устанавливающий обязанность продавца доводить до покупателей информацию о дате начала исчисления гарантийного срока на сезонные товары [10].

В настоящее время Молодежный парламент Кировской области ведет работу над новыми программами поддержки молодых семей и молодых специалистов, законами области «О патриотическом воспитании», «О памятных датах Кировской области» и внесением изменений в другие нормативно-правовые акты федерального уровня.

Молодежным парламентом *Пензенской области* в 2016 г. были подготовлены проекты законов области «Об экологическом образовании, просвещении и формировании экологической культуры населения Пензенской области» и «О праздниках и памятных датах Пензенской области», а также проект Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ» в части включения отдельных категорий военнослужащих в списки избирателей» [2].

Молодежным парламентом *Пермского края* был разработан проект краевого закона «О квотировании рабочих мест для граждан, испытывающих трудности в поиске работы в Пермском крае», предполагающий бронирование рабочих мест (4% от численности работников) для трудоустройства несовершеннолетних и молодых специалистов, окончивших ВУЗЫ и ССУЗЫ; были подготовлены проекты законов Пермского края «О государственной молодежной политике в Пермском крае», «Об установлении отдельных ограничений в сфере розничной продажи слабоалкогольных и безалкогольных тонизирующих напитков»; «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах Пермского края»; «О внесении изменений в Закон Пермского края «Об административных правонарушениях в Пермском крае»; «О внесении изменений в Закон Пермского края «О дополнительных мерах социальной поддержки семей, имеющих детей» [11].

Молодежный парламент *Нижегородской области* в 2015-2016 гг. выступил с предложением принять региональный закон о праздничных и памятных датах Нижегородской области. В основу проекта закона легла информация, поступившая в Законодательное собрание из городов и районов области. Молодые парламентарии приняли активное участие в работе над проектом закона «О патриотическом воспитании в Нижегородской области» [5]. В целом молодые парламентарии систематически проводят мониторинг регионального законодательства с целью повышения качества его исполнения.

Молодежный парламент *Оренбургской области* в марте 2017 г. получил право законодательной инициативы. «За 2015–2016 гг. были рассмотрены 24 законопроекта, из них 4 федеральных, 2 инициативы были отклонены, остальные предложены и направлены в Законодательное собрание. Среди них – внесение изменений в Кодекс административных правонарушений, федеральный закон, касающийся молодежного самоуправления» [8].

Члены Молодежного парламента *Республики Марий Эл* в 2015 г. организовали обсуждение проекта федерального закона «Об общих принципах организации молодежного самоуправления в РФ» [9].

Законодательные инициативы молодежного парламента *Республики Удмуртии* в 2016 г. были связаны с предложениями по реализации программы «Молодежная квартира» и возможном её расширении за счёт новых застройщиков, идеями об обязательном страховании жизни медицинских работников работодателями, о внесении изменений в ст. 20.22 КоАП РФ с целью привлечения к ответственности родителей несовершеннолетних, употребляющих спиртные напитки, не только в возрасте до 16 лет, но и до 18.

В 2014 г. молодыми парламентариями *Саратовской области* был разработан законопроект «О квотировании рабочих мест для молодых специалистов в Саратовской области». В 2015 г. на заседании круглого стола на тему «Алкоэнергетики: молодежь против» были обсуждены поправки в Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» [6].

Молодые парламентарии *Самарской области* в настоящее время разрабатывают целый комплекс законопроектов: О внесении изменений в Законы Самарской области «Об образовании», «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений в Самарской области», «О государственной поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций» [13].

Молодые парламентарии *Республики Чувашия* в 2014 г. выступили с инициативой о внесении изменений в Закон Чувашской Республики «Об административных правонарушениях в Чувашской Республике», в рамках которой предложили ужесточить административную ответственность родителей в случае повторного нахождения их несовершеннолетних детей в ресторанах и барах, т. е. на объектах, реализующих товары и услуги для взрослого населения. проектом с привлечением специалистов из заинтересованных ведомств.

На основе анализа практики законотворческой деятельности молодежных парламентов в регионах ПФО можно утверждать, что основными ее темами выступают государственная молодежная политика, молодежное самоуправление, патриотическое и экологическое воспитание молодежи, квотирование рабочих мест для молодых граждан. В меньшей степени уделяется внимание вопросам образования, решению жилищных проблем молодых семей, государственной поддержке молодежных организаций. Совершенно без внимания молодых парламентариев на законодательном уровне остаются проблемы молодых семей, развитие молодежного предпринимательства, защита прав молодежи, поддержка талантливых молодых людей в разных сферах, которые в основном решаются посредством проведения социально значимых мероприятий.

Помимо собственно молодежных проблем молодые парламентарии уделяют внимание рассмотрению вопросов местного самоуправления, административного права, выборов, защиты прав потребителей. Таким образом, можно говорить о том, что тематика законотворческой деятельности молодежных парламентов регионов ПФО соответствует пониманию содержания и основных приоритетов государственной молодежной политики, определенных Правительством РФ в 2014 г.

Реализация социально значимых инициатив молодежи в рамках организаторской деятельности молодежных парламентов в регионах ПФО. Организация и проведение социально значимых мероприятий является одним из самых активно реализуемых полномочий, где члены молодежных парламентов могут проявить свое социально ответственное поведение, а также привлечь к участию в жизни регионального сообщества молодежные общественные организации.

Молодежный парламент *Кировской области* за период 2014-2016 гг. реализовывал следующие социально значимые инициативы: Доброе сердце; Автопробег, посвященный Дню победы; День Конституции и День парламентаризма; Свобода слова; Каждый день горжусь Россией; Всероссийский тест по истории Отечества; Всемирный день подтягиваний; Чемпионат по воркауту и др. менее масштабные проекты.

Членами молодежного парламента области был организован сбор подписей в поддержку обращения Молодежного парламента при Государственной думе РФ к Председателю Правительства РФ Д. А. Медведеву по поводу возвращения федерального субсидирования отдыха и оздоровления детей определенной категории (инвалидов, детей сирот, оставшихся без родителей, детей из многодет-

ных семей). В итоге было собрано более 1 000 подписей, субсидии были возвращены и увеличены в размере.

Одним из ярких социально значимых проектов молодежного парламента *Нижегородской области* является проект «Народная инспекция», в рамках которого создан сайт ni52.ru, где граждане могут подробно описывать ситуации эвакуации своего транспортного средства, а также вносить свои предложения по совершенствованию действующего механизма эвакуации транспортных средств в регионе. «Народная инспекция» призвана привлечь наибольшее количество людей к общественному контролю с целью совершенствования регионального законодательства. Как отметила руководитель проекта, член Молодежного парламента М. Новичкова: «На основании анализа обращений мы вместе с комитетом по транспорту и дорожному хозяйству заксобрания планируем внести поправку к действующему закону от 31 июля 2012 г. № 101-З «О порядке перемещения задержанных транспортных средств на специализированную стоянку, их хранения и возврата, оплаты стоимости перемещения и хранения задержанных транспортных средств» [1].

Кроме данного проекта, молодые парламентарии области в 2014–2016 гг. реализовали целый ряд социальных проектов: «Здоровое поколение», «Школа права», «Александр Невский – Слава, Дух и Имя России» и многие другие.

Члены молодежного парламента *Самарской области* на систематической основе проводят Фестиваль «Готов к труду и обороне» среди молодых парламентариев области; серию экологических мероприятий, акции ко Дню победы в ВОВ, Дню защиты детей.

Молодые парламентарии *Республики Чувашия* в качестве реализации социально значимых мероприятий посещают Республиканскую станцию переливания крови для сдачи крови; детские дома и школы-интернаты региона; принимают участие в экологической акции «Посади свое дерево» (в рамках которой в заповедной зоне Заволжья посажено более 2 000 саженцев хвойных деревьев); собирают вещи, игрушки и канцтовары для детей из малообеспеченных семей республики.

Можно видеть, что тематика социально значимых мероприятий дополняет законотворческую деятельность, охватывая более широкий круг направлений государственной молодежной политики.

Молодежный парламентаризм на региональном уровне в настоящее время выступает не только эффективно функционирующей платформой для выявления молодежных инициатив, но является инструментом в системе государственного управления, применение которого способствует установлению прочной коммуникации власти

и молодежи, следовательно, повышению качества принимаемых управленческих решений, поскольку позволяет учитывать мнения самих молодых граждан.

В современных государствах реализуются разные практики молодежного парламентаризма – от дискуссионных клубов и экскурсий в здание национальной легислатуры до создания специального института политического участия молодежи. Независимо от формата, деятельность в подобных молодежных практиках позволяет формировать ответственное социальное поведение и активную гражданскую позицию, а систематическая коммуникация органов власти и молодежи позволяет корректировать политический курс в отношении молодежного сообщества при непосредственном участии институтов гражданского общества, формируя тем самым эффективное поле публичной политики.

Список литературы

1. «Народная инспекция» вышла на дороги Нижегородской области. – 2017. – 17 апр. – URL: http://www.vremyan.ru/news/narodnaja_inspekcija_vyshla_na_dorogi_nizhegorodskoj_oblasti.html.

2. XIII заседание Молодежного парламента при Законодательном Собрании Пензенской области. – URL: <http://mp.zspo.ru/news/xiiiizasedaniemolodeznogoparlamentaprizakonodatelnomsobraniipenzenskojoblasti>.

3. *Беляева Н. М.* «Новый» взгляд государства на молодежную политику в России в середине 2010-х гг. // Вестник Пермского университета. Сер. Политология. – 2016. – Вып. 2. – С. 5-18.

4. *Беляева Н. М.* Самоидентификация молодежи в контексте молодежного парламентаризма // Идентичность как предмет политического анализа: сб. науч. ст. – М., 2011. – С. 165-169.

5. Депутат рассказал о формировании нового состава нижегородского Молодежного парламента // Московский комсомолец. – 2017. – 12 апр. – URL: <http://nn.mk.ru/articles/2017/04/12/deputat-rasskazal-o-formirovanii-novogo-sostava-nizhegorodskogo-molodezhnogo-parlamenta.html>.

6. Законотворческая деятельность молодежного парламента. Материалы с сайта Саратовской областной думы. – URL: <http://www.srd.ru/index.php/component/content/article.html?id=20534&menu=480&selmenu=500&submenu=496>.

7. Кадровый резерв Главы Республики Башкортостан – реальный инструмент роста для молодежи. Материалы с сайта Государственного собрания Республики Башкортостан. – 2016. – 4 апр. – URL: <http://www.gsrb.ru/ru/mop/news/38254/>.

8. Молодежный парламент подводит итоги работы: материалы с сайта Законодательного собрания Оренбургской области. – 2016. – 30 нояб. – URL: <http://www.zaksob.ru/news.aspx?id=8594>.

9. Молодежь обсудила проект федерального закона: материалы с сайта Государственного собрания республики Марий. – Эл. – 2015. – 21 апреля. – URL: <http://parlament.mari.ru/2015/04/212042015.html>.

10. Отчет о деятельности Молодежного парламента при Законодательном Собрании Кировской области VII созыва. – URL: <http://www.zsko.ru/molparlament/ot/Мол.парламент.doc>.

11. Отчет о деятельности Молодежного парламента при Законодательном Собрании Пермского края за созыв (2009-2012). – URL: http://mp.zsperm.ru/s3/doc/planMP_2009-2012.pdf.

12. О развитии молодежного парламентаризма в субъектах Российской Федерации: Письмо Министерства образования РФ от 24 апр. 2003 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/901867048>.

13. План работы Общественного молодежного парламента при Самарской губернской думе на первое полугодие 2017 г. – URL: [http://mol.samgd.ru/upload/files/150000/150533/09%20%20План%20работы%20\(приложение\).docx](http://mol.samgd.ru/upload/files/150000/150533/09%20%20План%20работы%20(приложение).docx).

14. Основные направления государственной молодежной политики: Постановление Верховного Совета РФ от 3 июня 1993 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/9004367>.

УДК 331.108

В. И. Воробьева, Р. А. Сайфутдинов

Ульяновск, Ульяновский филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы

**СИСТЕМА ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ
ДЛЯ РАБОТЫ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО
И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ
В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Государственное и муниципальное управление как специальность работника предусматривает возможность осуществления профессиональной деятельности специалиста по государственному и муниципальному управлению в системе органов представитель-

ной, исполнительной, судебной властей, а также иных государственных и муниципальных органах, организациях и учреждениях в соответствии с законодательством Российской Федерации о государственной и муниципальной служб [1].

Актуальность данной статьи заключается в том, что привлечение молодых кадров в органы государственного и муниципального управления является приоритетным направлением на современном этапе развития современного развитого общества.

Для региональных органов власти проблема привлечения молодежи для работы в сфере государственного и муниципального управления очень актуальна из-за оттока молодых специалистов в негосударственный сектор, бизнес.

Исполнительная власть Ульяновской области ведет активную деятельность по привлечению молодежи в сферу государственного управления.

Развитие кадрового потенциала в сфере государственного и муниципального управления в Ульяновской области по развивается по следующим направлениям:

1. Дошкольная и школьная подготовки, а также профессиональное образование будущих управленцев.
2. Трудоустройство выпускников.
3. Адаптация молодых специалистов.
4. Мероприятия по развитию и активизации творческого потенциала молодых специалистов.

Правительство Ульяновской области проводит ежегодный областной конкурс «Лучший курсовой и дипломный проект». Победители, занявшие первое, второе и третье места награждаются именными дипломами, также проводится конкурс «Служащий, которого ждут». Его целью является выявление талантливых, профессионально подготовленных студентов (курсантов).

Одним из механизмов привлечения молодежи на государственную гражданскую службу является практика студентов. В 2016 году практику в исполнительных органах государственной власти Ульяновской области и подведомственных учреждений прошли 564 человека, в том числе в органах власти – 96 студентов.

В целях поиска и подготовки молодых кадров для государственной гражданской службы Ульяновской области и муниципальной службы в Ульяновской области в 2015 году образован Молодёжный центр государственного управления «Родине служить», представляющий собой организационную форму проведения курса занятий в форме семинаров, публичных лекций, мастер-классов, деловых игр, электронных учебно-методических комплексов и в иных фор-

мах. В 2016 году слушателями Центра стали 20 человек (в 2015 – 46 человек) – это лица, заканчивающие освоение образовательных программ основного общего образования (последний учебный год) и студенты (курсанты), начавшие осваивать образовательные программы бакалавриата и специалитета (первый и второй учебный год) и прошедшие конкурсный отбор (из 65 подавших заявки) [3].

Распространена практика целевого обучения. Договор о целевом обучении заключается между государственным органом Ульяновской области и гражданином с обязательством последующего прохождения государственной гражданской службы. Так с Правительством Ульяновской области в 2016 году договор заключили три человека, которые предварительно прошли отбор на конкурсной основе [2].

В 2016 году активизирована работа Клуба молодых государственных гражданских и муниципальных служащих Ульяновской области, который создан на базе Правительства Ульяновской области с мая 2011 года. Клуб представляет собой площадку для общения между активными молодыми людьми, преподавателями, руководителями.

С 2008 года в Правительстве Ульяновской области функционирует институт стажёрства, регламентированный постановлением Правительства Ульяновской области от 06.06.2013 №222-П «Об институте стажёрства в Правительстве Ульяновской области и в исполнительных органах государственной власти Ульяновской области».

За время функционирования института стажёрства в Правительстве Ульяновской области на должности стажёров было принято 64 человека, 13 из которых затем были переведены на государственную гражданскую службу, на технические должности переведено 22 человека, после прохождения стажировки трудоустроено 54%.

В ноябре 2014 года стартовал проект «История успеха». Проект создан для распространения в регионе наиболее успешного опыта управления с целью послужить примером для молодых сотрудников Правительства и исполнительных органов государственной власти Ульяновской области [4].

Законодательная власть Ульяновской области для привлечения молодежи к активному участию в разработке и реализации принимаемых решений создала Молодежный парламент. Молодежный парламент при Законодательном Собрании Ульяновской области – это коллегиальный совещательный орган. Датой создания Молодёжного парламента считается 19 мая 2005 года. В этот день Законодательным Собранием Ульяновской области было принято Постановление N 31/327 «Об Общественном молодёжном парламенте

Ульяновской области», заложившее правовые основы для его формирования.

Таким образом, в Ульяновской области существует непрерывная действующая система привлечения молодых специалистов для работы в сфере государственного и муниципального управления, главным результатом такой системы должно стать увеличение степени вовлеченности молодежи в управление регионом.

Список литературы

1. Кузнецов В. В., Сайфутдинов Р. А. и др. Государственное и муниципальное управление : учебное пособие. – Ульяновск : УлГТУ, 2012. – 144с.

2. Сайфутдинов Р. А., Расторгуев Д. Н., Краснов С. В., Назаров А. Г., Капитанчук В. В. Информационные технологии в экономике и управлении : учебное пособие. – Ульяновск : УлГТУ, 2016. – 171 с.

3. Официальный сайт Правительства Ульяновской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ulgov.ru/> (дата обращения: 11.10.2017)

4. Официальный сайт Законодательного Собрания Ульяновской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zsuo.ru/> (дата обращения: 12.10.2017)

УДК 339.138

Д. И. Галлямова

Казань, Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан

МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Молодежная политика, как продуманная система работы с самой трудоспособной, мобильной, перспективной группой населения, по определению включает в себе модернизационный потенциал. Его реализация должна способствовать инновационному развитию России, служить «достижению устойчивого социально-экономического развития, глобальной конкурентоспособности, национальной безопасности страны, а также упрочению ее лидерских позиций на мировой арене», как гласят «Основы государственной молодежной политики РФ на период до 2025 года» [1].

Для того, чтобы перечисленные, по-настоящему глобальные, задачи были достижимы, требуется соответствующая система оценки эффективности государственной молодежной политики (ГМП). В основе ее – ответы на вопросы: способствует ли молодежная политика производству человеческого капитала, создает ли добавленную стоимость в экономике, помогает ли реализации способностей и талантов молодого поколения?

Такой взгляд на ГМП существенно отличается от того, который стал привычным на протяжении 26 лет существования современного российского государства. Несмотря на то, что понятие «человеческий капитал» вошло в оборот государственных управленцев и на деле признано приоритетным, однако на практике модель молодежной политики основывается на количественных показателях (охват людей, вовлеченность их в различные практики, количество проводимых проектов и т. д.). Между тем, если отталкиваться от сути человеческого капитала, то можно вспомнить определение нобелевского лауреата Стенли Фишера: «Человеческий капитал есть мера воплощенной в человеке способности приносить доход» [2]. Каким бы прагматичным не показалось данное определение, однако оно ясно выражает идею того, что для появления высокоэффективной рабочей силы требуются соответствующие инвестиции. В этом контексте молодежная политика должна быть не только одним из направлений деятельности государства, в рамках которого проводятся разнообразные программы и мероприятия, но она призвана пронизывать все сферы жизни общества, аккумулировать в себе всесторонние меры поддержки молодежи, служить некой стратегией ее развития.

Говоря о человеческом капитале, важно понимать, что его создание проявляется через воспитание у людей определенных качеств, так называемых *hard* и *soft skills* – тех конкурентных преимуществ личности и профессионала, которые помогают человеку успешно социализироваться, найти свое место в постоянно меняющемся мире, сполна раскрыть творческий потенциал. Давно назрела необходимость говорить о разработке в России некой «национальной стратегии воспитания» [3], в которой было бы продумано, какие качества мы хотим заложить в ребенке на каждом этапе его становления как личности: дошкольное, школьное, профессиональное, дополнительное образование, повышение квалификации, сопровождение карьерного роста.

Очень важно, чтобы государственная молодежная политика не замыкалась на социальном проектировании, как происходит сегодня. Для полноценной социализации, самореализации молодежи проект-

ный подход является ограниченным. Проведение таких крупномасштабных мероприятий, как Всемирный фестиваль молодежи и студентов, – это, безусловно, большое событие в жизни его участников. Однако, как и многие другие мероприятия для молодежи, данный фестиваль создает *потенциал* новых достижений, полезных для страны, не гарантируя их. Теория производства человеческого капитала предполагает, что средства инвестируются в конкретные результаты, что общественно-государственные силы стремятся хватить как можно больше населения, а не только избранную, самую активную и подготовленную ее часть.

Также если государственная молодежная политика работает на осуществление модернизации страны, значит, эта идея должна быть разделяема значительной частью молодежи. То есть среди нее получают распространение ценности общественно-полезного труда, коллективизма, гражданской активности. В настоящее время все опросы, которые проводятся среди российской молодежной аудитории, показывают обратное. Доминируют ориентации на личный успех, семейное благополучие, персональное счастье, которое не привязано к национально-государственным границам [4]. Патриотическая работа, которую ведут военные клубы, правоохранительные формирования, поисковые отряды, спортивные объединения, волонтерские организации оказывают воспитательное воздействие на молодежь, но для того, чтобы вызвать большое желание «строить будущее» родной страны, важно создать для этого реальные перспективы и механизмы. В том и заключается стратегическая миссия государственной молодежной политики – способствовать диалогу власти и общества по поводу создания благоприятных условий для жизни и развития молодого поколения.

Задачи государственных органов управления в сфере молодежной политики при таком подходе существенно меняются, переходят от исполнения своих программ и проектов преимущественно к межведомственной координации, мониторингу социально-экономического положения молодежи, анализу ее ценностных ориентаций, разработке эффективных методических подходов к работе с молодежью. Такое управление носит черты социокультурного регулирования и общественно-государственного партнерства. В основе его – признание молодежи и ее объединений как самостоятельной активной силы, которой нужно помочь проявиться в масштабах страны.

Список литературы

1. Стратегия государственной молодежной политики в Республике Татарстан до 2030 года // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/432869121> (дата обращения 15.10.2017).
2. Клячко Т. Прибыль от ума: каков вклад образования в экономику России // Forbes. – 26.01.2016. – URL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/makroekonomika/311163-pribyl-ot-uma-kakov-vklad-obrazovaniya-v-ekonomiku-rossii> (дата обращения 01.12.1016).
3. Ермолин А. А. Молодежная политика как национальная система воспроизводства человеческого капитала мирового уровня // Народное образование. – 2014. – № 7. – С. 9-19.
4. Волков Д. Поколение терпимых и независимых // Газета.RU. – 19.06.2017. – URL: https://www.gazeta.ru/comments/2017/06/15_a_10722443.shtml (дата обращения: 20.10.2017).

УДК 339.923

И. Г. Гоношилина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Экологическое образование в России начиналось со стремления воспитать у людей любовь к природе и бережное отношение к ее богатствам. Вскоре экологическое образование в высшей школе вобрало в себя еще несколько направлений, связанных с предотвращением загрязнения окружающей среды, утверждением здорового образа жизни и др. Формирование экологической культуры студентов основывается на развитии системы экологического воспитания, образования, просвещения и пропаганде экологических знаний в стенах вуза. Для того чтобы развитие производства оказалось в руках экологически грамотных специалистов, необходимо уже сегодня формировать экологическую культуру студентов как будущих специалистов [5].

По данным А. С. Мартынова, доля молодежи, озабоченной экологическими проблемами в Москве и Санкт-Петербурге не превышает 32-36,1%, тогда как в большей части страны она колеблется

от 17,6 до 25%. Из списка проблем, используемого в опросах ВЦИОМ и включающего тринадцать различных беспокойств, экологическая стоит в среднем по России на седьмом месте [5].

Образование выступает одной из предпосылок для достижения устойчивого развития и важнейшим инструментом эффективного управления и развития демократии. В сферу компетенций студентов должны входить обязательные разработки экологических проектов, анализ экологической обстановки и написание работ по проблеме экологической безопасности. Например, в Ульяновском государственном техническом университете разработки студентов внедряются как Правительством Ульяновской области, так и коммерческими организациями на основе исследований и логических выводов. К примеру, исследование по экологической оценке загрязнения водных объектов – рек Волги и Свияги промышленными стоками. Загрязнение нефтепродуктами превышает в 5-7 раз предельно допустимые концентрации (ПДК), фенолом в 4-7 ПДК, ионами меди до 5 ПДК, а в реке Свияга концентрация хрома составляет 3,7 ПДК. Эти и другие данные по исследованию используются при реконструкции, проектировании и строительстве очистных сооружений на промышленных предприятиях [2].

По мнению студентов, человек по отношению к природе на 30,8% является главным загрязнителем, на 68% – потребителем и на 2,2% равнодушным наблюдателем.

Окружающий мир для студентов и место отдыха (23%), и природный ресурс для получения материальных благ (50,6%), источник опасности для здоровья (2,2%) и объект охраны (24,2%) [1].

В результате исследования выявилась следующая тенденция: с одной стороны, молодые люди обеспокоены экологической ситуацией в стране, они осознают необходимость ее реабилитации, и даже готовы принимать участие, но «заочно», то есть нелично, не вкладывая собственных средств.

Подавляющее большинство наших студентов и людей с высшим образованием (84%) полагают, что простые люди должны принимать участие в решении экологических проблем. И только 7% считают, что общественность не должна участвовать в решении экологических проблем.

За последние годы доля молодых людей – студентов и людей с высшим образованием, обеспокоенных состоянием окружающей среды только увеличилась. Это говорит о небольшом росте экологического интереса, однако это не говорит о проявлении экологического сознания или экологической культуры, так как это в основном на словах, а на деле же никто не участвует в экологических акциях и т. д.

Опыт участия в экологических акциях есть у 42% опрошенных, причем большинство из имеющих такой опыт (33% по выборке в целом) готовы к дальнейшему участию в подобных мероприятиях. Как уже говорилось, населению, а именно молодому поколению необходим.

Половина опрошенных (48%) не имеют опыта участия в экологических акциях, при этом половина из них (26% по выборке в целом) готовы в будущем участвовать в таких мероприятиях, а чуть менее половины (22%) – не готовы.

Доля тех, кто готов участвовать в каких-либо экологических акциях, составляет 59% и значительно превышает долю считающих, что они своими действиями могут повлиять на решение проблем в экологии (31%). Возможно, респонденты просто не расценивают участие в мероприятиях по посадке деревьев, уборке парков как действия, которые могут существенно повлиять на экологическую ситуацию в целом.

Опыт участия в экологических акциях есть у 42% опрошенных, причем большинство из имеющих такой опыт (33% по выборке) готовы к дальнейшему участию в подобных мероприятиях, а около пятой части (9% по выборке) – не готовы. Готовность к дальнейшему участию в экологических акциях при наличии опыта чаще прочих имеют респонденты среднего возраста (42% из них), москвичи (43%) и респонденты из категории предпринимателей (51%) (рис.1).

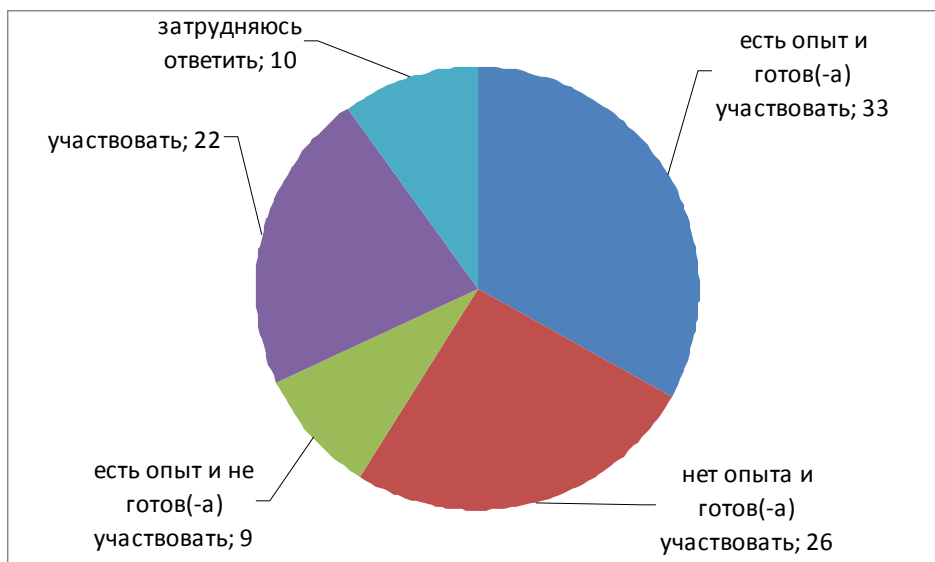


Рисунок 1. Готовность личного участия в экологических акциях, в %

Проблема заключается в отсутствии знаний у студентов о деятельности различных организаций, они рассматривают эти организации как бесполезные, так как в СМИ очень мало информации о политике подобных учреждений.

Экологическая культура студентов подобна иерархической цепи, где первым звеном выступает образование, то есть приобретение знаний и навыков, благодаря которым студент получает общее представление об экологической картине мира, с ее проблемами. Данный этап неизбежен для всех студентов, разница лишь в том, насколько углубленно и заинтересованно можно получать вникать в эти знания. То есть, заведомо студенты экологических направлений более адаптированы к данному этапу, они легко принимают и впитывают информацию, так как заинтересованы в ее получении. Что же касается этого этапа для студентов неэкологических специальностей, то здесь многое зависит от формы предоставления этих знаний, либо подача информации будет через специализированные предметы, такие как «Экология», «Безопасность жизнедеятельности» и другие, либо через специализированные лекции в общеобразовательных предметах на технических специальностях «Социология», «Политология» и других. В обратном случае, получение знаний возможно не через обязательные предметы, а через дополнительное обучение по заинтересованности самих студентов [5].

На втором этапе – этапе экологической сознательности, полученные знания студенты превращают в определенные установки и убеждения, тем самым определяя окружающий мир не просто как формальность, а проявляя определенные эмоции по отношению к нему. Аналитические возможности студентов с получением знаний об экологической составляющей направлены в сторону оценки окружающей обстановки, в то же время повышается ответственность за нарушения, которые совершает каждый против природы, при этом не только за свои собственные нарушения, но и за те, чьи поступки привели к катастрофической ситуации.

На третьем, самом ответственном этапе, появляется результат того, насколько правильно информация дошла до студентов, насколько профессионально они ее проанализировали и к каким выводам пришли. Целесообразно было бы осознать необходимость активно действовать в пользу защиты природы, а если неактивно, то хотя бы «умерить свои аппетиты» по отношению к варварскому использованию природных запасов в сугубо личных целях. На деятельностном этапе каждый выбирает свой путь, при этом каждый путь положительно отражается на природе, будь то вступление в экологическую организацию в пользу поддержки животных, растений и др., либо сокращение индивидуального потребления энергии, бережное отношение к природе и ко всему окружающему, возможно, кто-то выберет просветительский путь и будет наставлять других людей на пра-

вильное общение с природой: вариантов множество, главное – выбрать наиболее подходящий и комфортный для себя.

Итак, экологическая сознательность, образованность и деятельность свидетельствуют, соответственно, о направленности личности: на приобретение экологических знаний, умений, навыков; выработку экологических представлений; превращение их в убеждения, установки, повышение экологической ответственности; развитие нравственного отношения к природному миру, любви к природе; участие в экологической деятельности, совершение экологических поступков и, в целом, на экологическое поведение.

Список литературы

1. Гоношилина, И. Г. Роль гражданского общества в решении экологических проблем региона / И. Г. Гоношилина // Гражданское общество в России: состояние, тенденции, перспективы. – Ульяновск : УлГТУ, 2012. – С. 17-22.

2. Гоношилина, И. Г. Экологическое движение Ульяновской области: динамика, тенденции, перспективы / И. Г. Гоношилина // Проблемы развития общества: экология, экономика, управление. – Ульяновск : УлГТУ, 2000. – С. 17-22.

3. Иванец, Г. И. Глобализация, государство, право / Г. И. Иванец // Государство и право. – М., 2003. – С. 130.

4. Степанов, Е. А. Социальная реклама: генезис, жанры, эволюция / Е. А. Степанов. – М. : Вест-консалтинг, 2006. – С. 80-90.

5. Экологическая ситуация в российском массовом сознании. – Режим доступа: http://bd.fom.ru/report/cat/ecologia_otchet08.

УДК 372.851

И. Г. Гоношилина, А. А. Жмырева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ОБУЧЕНИЕ В МАГИСТРАТУРЕ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ МОДЕРНИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИИ

Еще несколько десятилетий назад высшее образование в России было построено по программам специалитета, в течении которого готовили дипломированных специалистов. В дальнейшем, после окончания вуза студенты имели возможность поступить в аспиран-

туру, минуя два года магистерского образования. Однако сегодня Россия берет новый вектор на увеличение модернизационного потенциала страны, одним из основных шагов которого становится заимствование принципов двухступенчатой Болонской системы, состоящей из бакалавриата и магистратуры. В данной статье мы рассматриваем модернизационный образовательный потенциал в качестве совокупности ресурсов и движущих сил, направленных на осуществление образовательной реформы в соответствии с целями, задачами, интересами страны [1].

Целью данной статьи является раскрытие особенностей обучения в российской магистратуре. Рассматривая относительно новую двухступенчатую систему «бакалавриат-магистратура», необходимо отметить, что она обладает рядом особенностей, преимуществ. Во-первых, обучение в течении четырех лет на бакалавриате позволяет молодежи подойти к выбору будущей профессии более осознанно, определиться с направлением дальнейшего обучения. Иными словами, магистратура является лакмусовой бумажкой зрелого выбора и амбициозности российского студента. Во-вторых, существует опция выбора двух разных специальностей: часто, студенты бакалавриата выбирают смежную магистерскую программу, которая включает в себя новые предметы и позволяет раскрыть свой потенциал. Многосторонне развитие, которое обеспечивает данная система позволяет быть выпускнику конкурентоспособным на рынке труда.

Вместе с тем, анализируя особенности двухуровневой системы, можно заметить, что на данный момент существует невысокий спрос на выпускников бакалавриата. Современные работодатели полагают, что такие выпускники во многом уступают специалистам. Несмотря на признание государством бакалавриата высшим образованием, на деле постараться уместить 5-летнюю программу в 4 года редко удается, а если и получается, то качество образования существенно страдает [1].

Существенным минусом является платная основа обучения: Болонская программа предполагает сокращение бюджетных мест в магистратуре. Конечно, такие места существуют, однако конкурс на них намного выше и цена на обучение в магистратуре варьируется в зависимости от региона и от престижа вуза: к примеру, в Москве стоимость магистратуры составляет от 50 до 300 тысяч рублей в год, в регионах от 25 до 100 тысяч рублей. Большинство студентов не имеют достаточных средств для продолжения своего образования [1]. Также, на сегодня не все программы обучения в магистратуре имеют аккредитацию, так, в Приволжском федеральном округе

магистратура по специальности «Реклама и связи с общественностью» является единственной аккредитованной.

Следует заметить, что при модернизации российской системы образования магистратура была введена как формальный элемент. Результатом этого явилась подмена цели образования [2]. Таким образом, целью стало не изменение ориентации системы на саму личность, а лишь заимствование двух уровней. Автор считает, что одним из недостатков перенятия Болонской системы является отсутствие учета самобытного социально-экономического развития, поскольку данная система позволяет западу урегулировать вопрос с безработицей: обучение в школе в течение двенадцати лет в совокупности с магистратурой приводит к поздней интеграции молодежи в трудовую деятельность. В то время как в России скопированная система не занимается решением собственных проблем.

Итак, на основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что за последнее время система образования потерпела существенные изменения [3]. На данном этапе становления модернизационного потенциала в сфере образования представляется трудно однозначно оценить перемены – появление двухступенчатой системы является относительно новым преобразованием, которое постепенно интегрируется в систему российского высшего образования.

Как любое качественное изменение, введение магистратуры должно пройти ряд этапов и только тогда можно будет дать точную оценку. Магистратура имеет ряд преимуществ и ряд недостатков: к последним относим платную основу обучения, а также недостаточное количество бюджетных мест. Что касается преимуществ, предшествующий магистратуре бакалавриат позволяет сделать процесс принятия решения о дальнейшей учебе магистратуре более осознанным. Благодаря этому российская молодежь подходит к профессиональному выбору более осознанно. Более того, студент может выбрать как смежное направление, так и направление, не связанное с прошлым опытом обучения в бакалавриате с целью пополнения багажа знаний и навыков в новой сфере. Можно сказать, о том, что магистратура – это мощный комплексный подход в системе высшего образования, учитывающий интересы молодежи. Однако необходимо учитывать функционирование магистерской системы относительно российского генезиса науки и образования и адаптировать программу в условиях становления образования России.

Список литературы

1. Сысоев А.Ф. Модернизационный потенциал как основа экономического развития России // Вестник Тульского государственного университета. – Вып. 11 (115), 2012. – С.17-21
2. Романова О. П. Проблемы модернизации высшей школы. Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления: Том III. – Екатеринбург : УрФУ, 2014. – С. 214-217
3. Гладких Б. А. Может ли Болонский процесс стимулировать повышение качества и эффективности образования в российском вузе? [Электронный ресурс]. – <https://cyberleninka.ru/article/v/mozhet-li-bolonskiy-protsess-stimulirovat-povyshenie-kachestva-i-effektivnosti-obrazovaniya-v-rossiyskom-vuze>

УДК 316.334

А. Ю. Денищик

Белгород, ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

ПРОТЕСТНАЯ АКТИВНОСТЬ ПРОФСОЮЗНОЙ МОЛОДЕЖИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Протестная активность – один из ключевых элементов деятельности профсоюзных организаций. Протестные мероприятия профсоюзных организаций призваны выполнять, по крайней мере, две положительные функции: во-первых, функцию защиты работников от нарушений их трудовых прав; во-вторых, угроза протестной активности работников, стимулирует других участников системы социального партнерства (органы государственной власти и работодателей) на создания наиболее благоприятных условий для работников (оплата труда, дополнительные социальные гарантии).

В связи с этим, в деле формирования протестной активности трудящихся значимая роль отводится профсоюзным организациям, так как в рамках современного законодательства «...представителями работников в социальном партнерстве являются: профессиональные союзы и их объединения...» [1].

На сегодняшний день профсоюзные организации единственный социальный институт призванный формировать население как социальных факторов с целью решения своих социально-экономических проблем по средствам самоорганизации, в том числе и акций протеста.

В современных странах консолидированной демократии профсоюзные организации являются неотъемлемой частью политической культуры, и используется гражданами как инструмент изменения социальной реальности. Более того, данный институт западными государствами развивается и поддерживается. В том числе и по организации протестных митингов, шествий и демонстраций, поддерживается на уровне законодательства, а денежные средства, перечисленные в поддержку таких акций, исключаются из налогообложения [2, с. 116].

В Российской Федерации профсоюзные организации так же позиционируют себя как потенциального организатора публичных массовых акций. В частности согласно уставу ФНПР, профсоюзы организуют и проводят в соответствии с законодательством собрания, митинги, уличные шествия, демонстрации, пикетирования и другие коллективные действия, используя их как средство защиты социально-трудовых прав и законных интересов работников [3, с. 12].

Однако за последние 5 лет всего 13% протестных действий приходится на защиту трудовых прав [4]. Как правило, они связаны с невыплатой заработной платы или с её малым размером. Такого рода протесты выражаются в забастовках, которые публичными акциями не сопровождаются и не выходят за ворота предприятий [5, с. 149]. По данным Росстата, в 2014 году было зарегистрировано всего две организации, на которых состоялись забастовки. Для сравнения: в 2005 году было 2575 таких организаций, в забастовках которых участвовало 83,8 тыс. человек [6, с. 129].

В то же время социально-экономическое положение россиян оставляет желать лучшего, так по данным Росстата, в октябре 2015 года суммарная задолженность по заработной плате составила 3466 млн. рублей и по сравнению с 1 сентября 2015 год увеличилась на 233 млн. рублей (на 7,2%), а численность работников, имеющих невыплаты, составила 78 тыс. человек [7]. Э.Н. Соболев охарактеризовал период с 2009 года по настоящее время как «период экономической нестабильности» [8, С 26] которая не может не отразиться на социально-экономической ситуацией сложившейся в регионах.

Так, в 2015 году, по данным Росстата, реальная зарплата в Белгородской области составляла 92,8% от среднемесячной реальной зарплаты соответствующего периода предыдущего года [9, с. 83]. Причем, столь масштабное падение реальной зарплаты произошло впервые с 1998 года. Общая сумма невыплаченной заработной платы образовавшиеся в 2016 году, составляет 14,7 млн. рублей, а в 2015 – 8,6 млн. рублей. При этом индекс потребительских цен на товары и услуги в Белгородской области в декабре 2015 года стал в 3,9 раз больше, чем в декабре 2014 года, и в 7,9 раз больше, чем в декабре 2011 года [10].

В Белгородской области выступления и акции профсоюзных организаций в основном заключаются в ежегодных традиционных митингах и демонстрациях (мероприятия, организуемые 7 октября во Всемирный день солидарных действий трудящихся или на 1 Мая – в День весны и труда), представляющих собой достаточно формальные мероприятия.

Согласно проведенному нами социологическому исследованию (N = 1008; 2014 ноябрь – 2015 январь гг.) профсоюзная молодежь Белгородской области в целом согласна принимать участие в массовых мероприятиях организованных профсоюзами (43,7%). Не примут участие в профсоюзных массовых мероприятиях только 10,0% опрошенных, в зависимости от того, что это будет за мероприятие готовы принять участие – 41,0% опрошенных, затруднились 5,3%.

В то же время, такие протестные мероприятия, как митинги, забастовки и пикетирование, не пользуются популярностью среди молодежи Белгородской области. Митинги против нарушения социально-экономических интересов, как эффективное средство защиты, рассматривают 11,7% опрошенных молодых людей; забастовки – 2,0%. Наиболее эффективными мероприятиями для защиты социально-экономических интересов молодежи респонденты считают заключение и выполнение коллективного договора (52,2%) и работу комиссий по разрешению трудовых споров (22,0%).

Выборные члены профсоюза и участники молодежных комиссий чаще остальных опрошенных среди эффективных для них форм защиты социально-экономических интересов называют переговоры с администрацией и митинги (38%), реже – забастовки (17%). Руководители и работники с высоким доходом предпочитают переговоры с администрацией (41,2%), рабочие – митинги, забастовки и остановки работы (36%).

Наиболее слабым местом в готовности профсоюзной молодежи является протестная активность. Возможно сложившаяся ситуация связана со специфическими характеристиками сознания современной молодежи «...склонной к атомизации и эскапизму». Так В.В. Петухов утверждает, что на сегодняшний день выросло целое поколение людей, которое уже ничего не ждет от власти и общественных институтов и действует, что называется, в «автономном режиме» [11].

Рассуждая над ситуацией недоверия молодежи к институтам гражданского общества и инструментам их деятельности, по нашему мнению, необходимо говорить о таком феномене как молодежный абсентизм. Часто под молодежным абсентизмом подразумевают низкую электоральную активность молодежи. Однако этот феномен

намного шире и обозначает уклонение молодежи от какого-либо политического участия, в целом. Некоторые ученые связывают молодежный абсентизм с реальными и выдуманнами ситуациями, вызвавшими тревожные и негативные ожидания от современного социума [12, с.25]. Иными словами разочарованием в сложившихся институтах гражданского общества, в том числе и профсоюзных организациях.

По нашему мнению такая ситуация может быть вызвана низкой эффективностью профсоюзных организаций в целом, что может быть связано с процессами формирования и становления отечественного профсоюзного движения.

Д. С. Клементьев, отмечая, что в период СССР профсоюзы были частью государственного управления. Деятельность профкома сводилась к социально-бытовым вопросам на предприятии и к организации производства [13].

Низкие ожидания от профсоюзов объясняются и их современной спецификой, которая, по мнению Л. Е. Петровой, заключается в сращении профсоюзных лидеров с руководством учреждений, которые, будучи заинтересованными в установлении бесконфликтных отношений с профсоюзными лидерами, оказывают влияние на избрание «подходящих» людей [14, с. 139]. В силу высокой лояльности профсоюзов к руководству организаций, за ними «закрепился имидж элемента социальной структуры предприятия, финансируемого за счет работников [15]».

Таким образом, современные профсоюзы не могут выступать как полноценный участник социального партнерства, а как следствие эффективно представлять интересы работников и выступать проводниками и катализаторами готовности трудящихся к коллективно массовым действиям.

В связи с этим государство должно приложить усилие для того, чтобы поддерживать деятельность профсоюзных организаций в частности создавать условия для приобретения последними большей независимости, поддерживать *протестную деятельность профсоюзных организаций*, способствовать укреплению гражданского общества в целом.

Резюмируя сказанное выше, можно сказать, что о реальной, протестной активности профсоюзной молодежи в защите своих социально-экономических интересов, как и о полноценном использовании протестного потенциала профсоюзных организаций в решении проблем трудящихся, говорить преждевременно.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 № 197-ФЗ // Российская газета. – 2001. – 31 декабря.
2. Гундарь, О. Н. Потенциал и практика политического протеста // KANT. – 2013. – №. 1 (7). – С.116 -118.
3. Устав Общественной организации Федерация независимых профсоюзов России: офиц. – М. : Маркетинг, 2015. – 56 с.
4. Актуализированные ценности современного российского общества. – М. : Институт социологии РАН, 2015. – URL: http://www.isras.ru/files/File/publ/Act_zennosti_sovr_obschestva.pdf.
5. Подъячев, К. В. Протестное движение в России «нулевых»: генезис и специфика // Вестник Института социологии. – 2012. – № 5. – С. 149.
6. Российский статистический ежегодник. 2015 : стат. сб. // Росстат. – М., 2015. – 728 с.
7. О просроченной задолженности по заработной плате на 1 октября 2015 года России. – М. : Росстат, 2015. – URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/lssWWW.exe/Stg/d06/212.htm.
8. Соболев, Э. Н. Динамика трудовых доходов и проблема забастовочной активности работников / Э. Н. Соболев. – М. : Институт экономики РАН, 2015. – С. 45.
9. Информация о социально-экономическом положении России. – М. : Росстат, 2015. – № 7. – С. 115.
10. Социально-экономическое положение федеральных округов // Росстат, 2016. – URL http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140086420141.
11. Петухов, В. В. Гражданское участие в контексте политической модернизации России // Социологические исследования. – 2012. – №. 1. – С. 48-60.
12. Федоров, И. А., Поздняков, М. М. О субкультуре молодежного «Перфекционного эскапизма» // Вестник ТГУ. – 2014. – № 7 (135) – С. 25-29.
13. Клементьев, Д. С. Роль российских профсоюзов в создании современных социально-трудовых отношений // Государственное управление. Электронный вестник. – № 28. – 2011. – URL: <http://human.snauka.ru/2015/02/9608>.
14. Петрова, Л. Е. Как умирают «Советские» профсоюзы // Мир России. Социология. Этнология. – 2001. – № 3. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kak-umirayut-sovetskie-profsoyuzu>
15. Россияне больше не верят в профсоюзы. Опрос ВЦИОМа // Известия. – 2016, 16 февр.

Л. Н. Ерохина, А. В. Ерохин

Ижевск, Удмуртский государственный университет

**ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ПАРЛАМЕНТА, МОЛОДЕЖИ
И ИНТЕРНЕТА: ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

22 мая 2017 года в Государственной Думе Российской Федерации состоялись слушания по молодежной политике. В выступлениях депутатов и чиновников, приглашенных на заседания, звучала озабоченность настроениями молодежи, которая вышла на мартовские митинги в столицах и населенных пунктах России. Однако глава ВЦИОМ Валерий Федоров постарался успокоить присутствовавших, заявив, что у российской молодежи остается запрос на порядок и стабильность и она готова встраиваться в существующую социальную систему. «Делать на основании некоторого шума в соцсетях или некоторых митингов и пикетов последнего времени вывод о том, что у нас есть революционно настроенная значимая группа молодежи, которая требует перемен здесь и сейчас, это не так», – сказал Федоров. «Надо понимать, что молодежь у нас сегодня нереволюционна, запрос на порядок и стабильность остается», – отметил он [2]. При этом, по словам Федорова, российская молодежь в своем отношении к российской власти «ощущает довольно остро ее недостаточную справедливость, недостаточную честность и дефицит уважения» [2].

Среди выступавших на слушаниях была и представитель блоггерского сообщества Саша Спилберг (псевдоним Александры Балковской), приглашенная зампредом Госдумы Сергеем Неверовым. На слушания также был приглашен видеоблоггер и певец Николай Соболев, но он от участия отказался. Саша Спилберг поделилась с депутатами своими достижениями на ниве Интернет-поля и посоветовала депутатам становиться «прозрачнее», т. е. осваивать интернет-опции, в частности, делать видео на канале YouTube, выкладывать посты «ВКонтакте» или в любых других социальных сетях. Среди ее рекомендаций – изменение отношения к соцсетям, «особенно тех государственных людей, которые работают с молодежью» [3]. По ее словам, в «этом зале нет людей, которым нечего сказать. Не бойтесь показать свое человеческое лицо, свою семью, свои увлечения и самое главное работу. Скажите своим детям, что хотите быть активными в социальных сетях, и они вам помогут. Тогда через некоторое время государство превратится для молодежи из абстрактного понятия в конкретных людей» [3].

Независимо от деталей биографии Саши Спилберг и специфики ее деятельности на канале YouTube, ее речь затронула большое место во взаимоотношениях российской государственной власти и российской молодежи, а именно – дефицит понимания и доверия. Согласно все той же Спилберг, она никогда не чувствовала на себе государственной молодежной политики. «И от своих коллег и подписчиков подобного термина я тоже никогда не слышала. Значит, мы просто не знали о существовании друг друга» [3].

Выступление Балковской-Спилберг в Государственной Думе лишний раз подтвердило то, что в последнее время неоднократно фиксировалось в различных социологических опросах и научных статьях. Такие авторы научных работ, как Л. В. Баева [1, с. 112], И. Н. Шорина [8, с. 274], А. В. Шумилов [9, с. 76–77], единодушно признают проблему политического абсентеизма молодежи и ее недоверия к органам государственной власти, прежде всего – законодательной. Их выводы подкрепляются данными социологов. Например, в целом о снижении доверия российских граждан к федеральным, региональным и местным властям говорится в исследовании «Доверие к государственным институтам и стратегии экономического поведения граждан», проведенном Центром социологических исследований РАНХиГС [5]. В качестве своеобразного промежуточного вывода о разочаровании российского населения и, в частности, российской молодежи в деятельности законодательной власти можно процитировать фрагмент статьи С. Н. Федорченко, С. А. Мякотина и Л.В. Федорченко «Отношение московской молодежи к Государственной Думе Российской Федерации: итоги партийного менеджмента», в которой, среди прочего, говорится, что «половина представителей молодежи разочарована в институте российского парламентаризма. Присутствует даже некоторое уныние насчет развития этого демократического института» [7, с. 31].

Причин утраты частью российской молодежи веры в российские демократические институты может быть названо много. Нас в большей мере будет интересовать одна из таких причин – имидж высшей законодательной власти Российской Федерации в сети Интернет. Не секрет, что Интернет сегодня оказывает значительное влияние на политическое сознание российской молодежи [7, с. 22]. Очевидно, что привлекательность того или иного института власти для молодежи будет во многом определяться его активным присутствием в «мировой паутине».

Если посетить официальный сайт Госдумы РФ (<http://www.duma.gov.ru/>), то можно констатировать, что народные избранники в данном случае весьма неэффективно используют

возможности рунета. Несмотря на то, что у каждого депутата есть своя персональная страница, дизайн ее выполнен в подчеркнуто формальной, бюрократической манере. Фото всех депутатов без исключения отличаются минимальным форматом, напоминающим своим официальным ракурсом фотографии на паспорт. По своей структуре страница депутата выглядит как визитная карточка с минимумом информации. Эта информация содержит сведения о партийной, региональной принадлежности и высшем образовании думцев. Обязательно приводятся номера избирательного округа, дата начала депутатских полномочий и сведения о доходах и имуществе депутата. Обеспечен переход на страницы фракций, а также на страницы комитетов Госдумы, в которых работает депутат. Страница также содержит формальное указание на связь с региональными избирателями. Наконец, официальная «визитная карточка» думца включает ссылки на его выступления, законопроекты и голосования. Но опций общения с избирателями на странице нет.

Из нашего описания можно заметить, что дизайн депутатских страниц Государственной Думы не отличается дружелюбностью по отношению к пользователям, в том числе молодым. Сведения даны предельно сжато и в однообразном формате, к тому же часть информации – например, о региональной принадлежности – неоправданно дублируется, причем реальная обратная связь здесь полностью отсутствует.

Кроме официального сайта с индивидуальными страницами, встречаются индивидуальные сайты депутатов. Но доступа к ним через сайт Госдумы нет. Госдума и ее депутаты также представлены в соцсетях («ВКонтакте»; «Одноклассники»; «Твиттер»; «Фейсбук»; «Инстаграм»). При этом найти выход на эти аккаунты с официального сайта Госдумы достаточно сложно: ссылка находится в разделе контактной информации о Госдуме, среди сведений о сайте, то есть там, куда простой пользователь обычно не заглядывает. Указанные аккаунты выполнены в свободном и демократичном стиле, присутствием социальным сетям в целом. Они, в частности, содержат более подробную биографическую информацию о депутатах. Так, страница Госдумы в Фейсбуке (<https://www.facebook.com/dumagov/>) регулярно публикует поздравления с днем рождения депутатов, а также фото- и видеоотчеты о их поездках по стране. Помимо этого, на странице в Фейсбуке можно познакомиться с профилями депутатов из различных избирательных округов (группа «Депутаты на связи»). Первым округом, представляющим более индивидуализированные портреты депутатов, стал Дальневосточный избирательный округ. За ним последовали Сибирский федеральный округ с 11 парламентариями

и Уральский федеральный округ с восемью депутатами, имеющими страницы в Фейсбуке. При этом необходимо отметить, что соответствующий поиск депутатов по региональной принадлежности на официальном сайте Госдумы также несколько затруднен: народных избранников значительно легче искать по партийным фракциям, чем по региону выборов. К тому же состав депутатов упомянутых избирательных округов на сайте Госдумы и в Фейсбуке различается: не все думцы, представляющие названные регионы, вошли в группу «Депутаты на связи» в Фейсбуке.

Мы видим, что на сайте Государственной Думы Российской Федерации представлен минимум личной и деловой, профессиональной информации о депутатах. На первый план выдвинуты законодательные и представительные функции думцев, причем в отрыве от интерактивной обратной связи с избирателями. Преимущество отдано партийной принадлежности парламентариев в ущерб их региональной аффилиации. Проведена разграничительная линия между депутатом как политической, публичной фигурой и его частной (личной и деловой) жизнью. Ощутимы также попытки сделать фигуру депутата Госдумы «прозрачной» с точки зрения административно-юридической. Отсюда – специфическая информация об имущественных делах думца, призванная подчеркнуть легальный характер его профессиональной деятельности. На деле же подобные старания, на наш взгляд, лишь усиливают отчуждение высшей законодательной власти от избирателей, превращая ее представителей в партийных функционеров и бюрократов. Нередко информация об имущественном положении парламентария содержит сведения об их сверхдоходах, что представляется не совсем уместным на фоне скромной средней зарплаты в российских регионах.

Описанные нами «визитные карточки» думцев не работают в режиме актуального времени и актуальных событий. Поэтому возникает насущная необходимость в социальных сетях, которые берут на себя функцию дневников и журналов, профилирующих приватные акции депутатов, их реальную, конкретную работу с людьми. В случае Государственной Думы Российской Федерации можно говорить о своеобразном комплексном информационном явлении, сочетающем общие законодательные и представительские функции (официальный сайт Госдумы) с практическими приложениями (индивидуальные сайты депутатов, страницы и блоги в соцсетях). Проблема, на наш взгляд, заключается в том, что эта связь между функциями репрезентации и «реальной политики» выстроена очень слабо и пользователи не замечают ее в информационном пространстве Интернета.

Возвращаясь к основной проблематике нашей статьи, еще раз подчеркнем связь между недоверием молодежи к российскому парламенту и недостаточным присутствием законодательной власти Российской Федерации в информационном пространстве Интернета. Точнее, это присутствие может быть прослежено, но оно, во-первых, не координировано в достаточной степени и, во вторых, не имеет четкого адреса, не сфокусировано на целевой аудитории. Кроме того, в целом затруднен поиск соответствующих материалов, имеющих отношение к молодежной политике. Например, доступен полный текст выступления Саши Спилберг, но по-прежнему нет полной стенограммы майских слушаний по молодежной политике. Мы имеем дело лишь с кратким пересказом в средствах массовой информации выступлений российских парламентариев и политиков на молодежную тему.

В любом случае, молодежь до сих пор выступает своеобразным «ведомым», пасынком российской федеральной власти. Из отчетов СМИ можно заметить, как депутаты Госдумы РФ, а также представители молодежных организаций парламентских партий озабочены многочисленными угрозами, исходящими из социальных сетей, «уводящих» молодых людей из реальности в виртуальный мир [4]. Как правило, эти опасения высказываются в нравоучительном, менторском тоне, что едва ли способствует популярности политиков у молодежи. В этом контексте неслучайно, что в рамках законодательной власти молодежи в основном отведено место в «младшем», молодежном парламенте, но никак не в реальной, «взрослой» Госдуме с ее стареющим депутатским корпусом. В Госдуме седьмого созыва в четыре раза уменьшилось число молодых (до 30 лет) – их осталось трое. Самой молодой партией уже по традиции остается ЛДПР – средний возраст 43,4 года. В «Единой России» средний возраст 53,2, в «Справедливой России» – 55,2, в КПРФ – 58,6 года [6].

Таким образом, обращение Саши Спилберг к парламентариям, прозвучавшее с трибуны Госдумы Российской Федерации, нам хотелось бы рассматривать прежде всего как запрос со стороны российской молодежи к высшей законодательной власти России, как определенный встречный набор требований к депутатскому корпусу. Проблема доступности и прозрачности работы депутатов ставилась неоднократно, но в преддверии президентских выборов 2018 года она приобретает особую актуальность. В конкуренции с так называемой «несистемной оппозицией», активно использующей социальные медиа, парламентские партии должны научиться разговаривать, в том числе, на языке молодежи и других социальных групп, диверсифицируя свою избирательную стратегию, разворачивая ее как к регионам России, так и к таким динамичным социально-демографическим группам, как российская молодежь.

Список литературы

1. Баева Л. В. Гражданское самосознание молодежи в современной России и проблема культурной безопасности // Человек. Сообщество. Управление. – 2013. – № 3. – С. 109-119.
2. Революционно настроенной молодежи в РФ нет – глава ВЦИОМ. – URL: <https://regnum.ru/news/2277955.html> (дата обращения: 27.09.2017).
3. Речь Саши Спилберг в Госдуме. Полный текст. – URL: <http://introvertum.com/rech-sashi-spilberg-v-gosdume-polnyiy-tekst/> (дата обращения: 27.09.2017).
4. Родионова А. «В соцсетях учат не любить свою родину». В Госдуме прошли большие слушания по молодежной политике. – URL: https://www.gazeta.ru/politics/2017/05/22_a_10686209.shtml (дата обращения: 27.09.2017)
5. Социологи заявили о значительном снижении доверия к институтам власти. – URL: <http://www.rbc.ru/politics/29/03/2017/58dbb1ed9a7947e4c4de9dcb> (дата обращения: 27.09.2017).
6. Урман А., Успенский А. Знакомьтесь, Госдума! Многомерный портрет седьмого созыва. – URL: <https://www.griffon.media/articles/29/9/2016/duma-portait> (дата обращения: 27.09.2017)
7. Федорченко, С. Н., Мякотин, С. А., Федорченко, Л. В. Отношение московской молодежи к Государственной Думе Российской Федерации: итоги партийного менеджмента // Вестник Тамбовского университета. Серия: Политические науки и право. – 2015. – Вып. 2. – С.16-33.
8. Шорина И. Н. Институциональное доверие в современном российском обществе (региональный аспект) // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2013. – Вып. 8. – С. 271-274.
9. Шумилов, А. В. Факторы формирования электоральной политики в молодежной среде // PolitBook. – 2012. – № 1. – С. 75-85.

М. В. Замараева

Белгород, Белгородский государственный
технологический университет имени В. Г. Шухова

**СОЦИАЛЬНОЕ ДИАГНОСТИРОВАНИЕ
КАК ПРЕДПОСЫЛКА РАЦИОНАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ
МОЛОДЕЖИ В ПРОБЛЕМНОЙ СИТУАЦИИ**

Рациональное поведение молодежи, да и не только молодежи, в проблемной ситуации предполагает адекватную оценку данной ситуации и выбор соответствующего варианта поведения. С учетом данного обстоятельства нами выяснялось, что представляет собой социальное диагностирование в жизненном пространстве студенческой молодежи (был проведен социологический опрос студентов белгородских вузов – НИУ «БелГУ», БГТУ им. В.Г. Шухова, Губкинского филиала БГТУ им. В. Г. Шухова, Белгородского государственного аграрного университета им. В. Я. Горина, Белгородского университета кооперации, экономики и права, Белгородского государственного института культуры и искусств. Опрошено 560 респондентов).

Респондентам было предложено ответить на следующие вопросы:

– *Насколько важна для Вас диагностика значимых жизненных ситуаций и проблем?*

– *Имеете ли представление о том, как диагностировать значимые жизненные ситуации и проблемы?*

– *Имеете ли опыт диагностирования значимых жизненных ситуаций и проблем?*

– *Как оцениваете свое умение диагностировать значимые жизненные ситуации и проблемы?*

– *Испытываете ли потребность в диагностировании значимых жизненных ситуаций и проблем?*

– *Обладаете ли личными качествами, необходимыми и достаточными для диагностирования значимых жизненных ситуаций и проблем?*

Судя по результатам исследования, подавляющее большинство опрошенных (79,7%) испытывают потребности в диагностировании жизненных ситуаций и проблем. Лишь каждый пятый не испытывает такой потребности, что может быть связано или с их возрастом и небольшим жизненным опытом, или относительной беспроblemностью их жизненного пути, или неадекватной коннотацией термина «диагностирование», ассоциируемый с медицинским диагнозом.

Каждый пятый из опрошенных заявил о постоянной потребности в диагностировании значимых жизненных ситуаций и проблем (в дальнейшем изложении – в социальном диагностировании), 52,4% ответили «не всегда», а 6,7% затруднились ответить. Данная потребность в социальном диагностировании по-разному проявляется у студентов различных вузов: сравнительно сильнее – у студентов института культуры и сельскохозяйственного университета, слабее – у студентов кооперативного университета и БГТУ, особенно, его Губкинского филиала. Для наглядного сравнения преобразуем оценочную шкалу «да – не всегда – нет – затрудняюсь ответить», приравняв вариант «да» значению 1, «не всегда» – 0,5 и «нет», «затрудняюсь ответить» – значению 0. Посредством несложных операций рассчитается средневзвешенный показатель актуальности (актуализированности) потребности в социальном диагностировании, который составит 0,47 по всему контингенту опрошенных. Значения данного показателя по отдельным вузам представлены в таблице 1. В этой же таблице представлены показатели чувствительности (восприимчивости), определяемые как частное от деления числа ответивших (давших определенный ответ) на число опрошенных.

Отмечается достаточно высокий уровень восприимчивости респондентов всех обследованных вузов к социальному диагностированию. Трудно сделать однозначных выводов относительно межвузовских расхождений в уровне актуализированности потребностей студентов в социальной диагностике. Для объяснения этих расхождений требуется углубленный анализ.

Таблица 1

Ответы респондентов на вопрос: «Испытываете ли потребность в диагностировании значимых жизненных ситуаций и проблем?», в %

| №№ п.п. | ВАРИАНТЫ ОТВЕТА | БелГУ | БГТУ | БГТУ Губкин | Сельхоз | Институт культуры | Кооперативный | Всего |
|---------|--------------------------------|-------|------|-------------|---------|-------------------|---------------|-------|
| 1. | Да | 20,8 | 18,4 | 9,6 | 25,0 | 38,0 | 14,7 | 20,7 |
| 2. | Не всегда | 49,3 | 55,9 | 50,7 | 55,6 | 40,8 | 61,3 | 52,4 |
| 3. | Нет | 22,9 | 21,3 | 28,8 | 13,9 | 15,5 | 16,0 | 20,3 |
| 4. | Затрудняюсь ответить | 6,9 | 4,4 | 11,0 | 5,6 | 5,6 | 8,0 | 6,7 |
| 5. | Показатель актуализированности | 0,46 | 0,46 | 0,35 | 0,53 | 0,58 | 0,45 | 0,47 |
| 6. | Показатель восприимчивости | 0,93 | 0,96 | 0,89 | 0,94 | 0,94 | 0,92 | 0,93 |

Следует отметить, также что пол респондентов не оказывает влияния на степень актуализированности потребностей в социальной диагностике, тогда как проявляется тенденция ее актуализации за период обучения в вузе. Если на первом курсе показатель актуализации равен 0,46, то к пятому курсу, он достигает значения 0,58.

Следующий вопрос социологической анкеты был ориентирован на выявление степени важности для респондентов смысла и процедуры социальной диагностики (таблица 2).

Таблица 2

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько важна для Вас диагностика значимых жизненных ситуаций и проблем?», в %

| №№ п.п. | ВАРИАНТЫ ОТВЕТА | БелГУ | БГТУ | БГТУ Губкин | Сельхоз | Институт культуры | Кооперативный | Всего |
|---------|--------------------------------|-------|------|-------------|---------|-------------------|---------------|-------|
| 1. | Очень важна | 13,2 | 21,3 | 28,8 | 23,6 | 18,3 | 26,7 | 20,8 |
| 2. | Достаточно важна | 61,8 | 52,9 | 45,2 | 58,3 | 66,2 | 60,0 | 57,4 |
| 3. | Недостаточно важна | 16,0 | 16,2 | 13,7 | 4,2 | 7,0 | 9,3 | 12,3 |
| 4. | Совсем не важна | 2,8 | 4,4 | 4,1 | 1,4 | 4,2 | 1,3 | 3,2 |
| 5. | Затрудняюсь ответить | 6,3 | 5,1 | 8,2 | 12,5 | 4,2 | 2,7 | 6,3 |
| 5. | Показатель актуализированности | 0,63 | 0,65 | 0,67 | 0,69 | 0,68 | 0,72 | 0,67 |
| 6. | Показатель восприимчивости | 0,94 | 0,95 | 0,92 | 0,88 | 0,96 | 0,97 | 0,94 |

Таким образом, студенты белгородских вузов в своем большинстве испытывают потребность в диагностировании жизненных ситуаций и проблем и заявляют о достаточно высокой личной значимости данной процедуры.

Следующие два вопроса относились к выяснению того, имеют ли студенты представление о том, как диагностировать жизненные ситуации и имеют ли практический опыт такого диагностирования. Почти 79% опрошенных студентов, как оказалось, имеют определенное представление о социальной диагностике. Средневзвешенный показатель осведомленности составляет 0,59 (при максимальном значении, равном 1) и колеблется между вузами в диапазоне от 0,64 (в БелГУ) до 0,57 (в БГТУ и в институте культуры).

Различий в уровне осведомленности девушек и юношей не обнаружено. Вместе с тем, проявляется тенденция повышения уровня осведомленности студентов за период их обучения в вузе (0,57, для сравнения, на первом курсе и 0,70 – на пятом курсе). Уровень восприимчивости к поставленному вопросу остается достаточно высоким и колеблется в пределах 0,91-0,99.

Рост показателей осведомленности студентов о социальной диагностике может быть связан с действием двух основных факторов, условно говоря, теоретического – получение соответствующих знаний в образовательном процессе и эмпирического – накопления жизненного опыта. Определенный свет о доминировании того или иного фактора проливают ответы респондентов на следующий вопрос – «Имеете ли опыт диагностирования значимых жизненных ситуаций и проблем?».

Почти 70% опрошенных, как и в предыдущем случае, заявили о том, что они имеют определенный опыт социального диагностирования. Не имеют такого опыта 24,5% и затруднились ответить 6,3% респондентов. Наиболее критично оценили себя в данном отношении студенты БГСХУ (каждый третий из опрошенных не имеет опыта социальной диагностики) и Губкинского филиала БГТУ (34,2% опрошенных заявили об отсутствии у них опыта социальной диагностики, а 11% затруднились ответить на поставленный вопрос). Проявляется определенная тенденция расширения (обогащения) практического опыта студентов по диагностированию жизненных ситуаций за период их обучения (таблица 3).

Таблица 3

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Имеете ли опыт диагностирования значимых жизненных ситуаций и проблем?», в %

| № № п.п. | Варианты ответа | 1 курс | 2 курс | 3 курс | 4 курс | 5 курс | муж | жен | Всего |
|----------|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|-------|
| 1. | Да, имею | 26,1 | 22,6 | 28,7 | 25,8 | 41,4 | 30,8 | 24,2 | 26,6 |
| 2. | Имею некоторый опыт | 42,3 | 35,0 | 50,3 | 40,8 | 48,3 | 42,3 | 42,7 | 42,6 |
| 3. | Не имею такого опыта | 25,4 | 34,3 | 16,1 | 27,5 | 3,4 | 21,6 | 26,2 | 24,5 |
| 4. | Затрудняюсь ответить | 6,3 | 8,0 | 4,9 | 5,8 | 6,9 | 5,8 | 6,6 | 6,3 |

О наличии такого опыта заявили 68,4% первокурсников и 89,7% студентов пятого курса (разница – 24,3 процентных пункта в пользу старшекурсников). Практически нет разницы в ответах юношей и девушек. Они набираются опыта диагностирования жизненных ситуаций и проблем.

Респондентам было предложено оценить уровень своего умения в диагностировании значимых жизненных ситуаций и проблем. Сравнительно небольшая часть опрошенных (7,2%) оценила его «очень высоко», 35,7% – «довольно высоко». Вместе с тем, 41,9% студентов критично («невысоко») оценивает свое умение, а 15,2% затруднились с определением уровня собственного умения. Процент «самоуверенности» оказался относительно выше у студентов Губкинского филиала БГТУ, процент «критичности» – у студентов института культуры и БГТУ, процент «затруднившихся» – среди студентов кооперативного университета и опрошенных Губкинского филиала.

Как выяснилось в ходе исследования, уровень самооценки студентами своего умения диагностировать значимые жизненные ситуации и проблемы повышается за время их обучения в вузе: так вариант ответа «невысоко» отметили больше половины (55,6%) первокурсников и всего 20,7% опрошенных студентов пятого курса. Следует отметить также, что девушки более критичны в самооценке своего «диагностического» умения (таблица 4).

Таблица 4

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как оцениваете свое умение диагностировать значимые жизненные ситуации и проблемы?», в %

| №№ п.п. | Варианты ответа | 1 курс | 2 курс | 3 курс | 4 курс | 5 курс | муж | жен | Всего |
|---------|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|-------|
| 1. | Очень высоко | 4,9 | 9,5 | 6,3 | 8,3 | 6,9 | 10,1 | 5,5 | 7,2 |
| 2. | Достаточно высоко | 27,5 | 32,8 | 39,9 | 35,8 | 69,0 | 38,0 | 34,4 | 35,7 |
| 3. | Невысоко | 55,6 | 40,9 | 32,9 | 42,5 | 20,7 | 38,9 | 43,5 | 41,9 |
| 4. | Затрудняюсь ответить | 12,0 | 16,8 | 21,0 | 13,3 | 3,4 | 13,0 | 16,5 | 15,2 |

Для правильного диагностирования жизненных ситуаций и проблем, тем более, если они непосредственно относятся к самому человеку, важно обладать соответствующими качествами, такими, как аналитический ум, рефлексивность, самокритичность и др. Судя по полученным данным, ответы респондентов распределились между двумя основными вариантами (позициями) – «да» (42,6%) и «не совсем» (33,1%). Только 7% опрошенных заявили, что они не обладают такими качествами. Сравнительно более критичные самооценки у студентов Губкинского филиала БГТУ, среди них же оказалось больше затруднившихся с ответом. Как и в предыдущем случае, четко прослеживается закономерность повышения уровня самооценки студентами собственных «диагностических» качеств: если среди студентов-

первокурсников только 37,3% обладают необходимыми и достаточными «диагностическими» качествами, то среди студентов пятого курса – 55,2%. Повышение самооценки связано с в данном случае несколькими факторами – как объективными, так и субъективными, в частности более высоким уровнем рефлексивности старшекурсников, что позволит им находить в себе сравнительно больше диагностических качеств, нежели у студентов младших курсов. Это предположение подтверждается динамикой уровня восприимчивости студентов к оценке собственных качеств: у первокурсников он составляет всего 0,79, тогда как у студентов пятого курса – 0,97, т. е. приближается к максимальному значению (таблица 5).

Таблица 5

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Обладаете ли личными качествами, необходимыми и достаточными для диагностирования значимых жизненных ситуаций и проблем?», в %

| №№ п.п. | Варианты ответа | 1 курс | 2 курс | 3 курс | 4 курс | 5 курс | муж | жен | Всего |
|---------|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|-------|
| 1. | Да | 37,3 | 35,0 | 51,0 | 44,2 | 55,2 | 46,2 | 40,5 | 42,6 |
| 2. | Не совсем | 34,5 | 36,5 | 25,2 | 35,0 | 41,4 | 30,3 | 34,7 | 33,1 |
| 3. | Нет | 7,0 | 10,9 | 5,6 | 9,2 | 0,0 | 9,1 | 6,9 | 7,7 |
| 4. | Затрудняюсь ответить | 20,4 | 17,5 | 17,5 | 11,7 | 3,4 | 14,4 | 17,4 | 16,3 |
| 5. | Не ответили | 0,7 | 0,0 | 0,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,6 | 0,4 |

Таким образом, годы обучения в вузе положительно влияют на состояние диагностических качеств и способностей студентов, помогая им не только в получении профессии, но и в социальной адаптации, умении правильно оценивать жизненные ситуации и проблемы. Эта динамика позволяет надеяться на успешность процесса целенаправленного формирования у студентов диагностических качеств и способностей. Такие надежды связаны также с распределением ответов вузовских преподавателей. Во-первых, подавляющее их большинство (86,9%) отмечают важность для студентов умения диагностировать значимые для них ситуации и проблемы. Во-вторых, многие студенты, по их мнению, имеют смутное представление о социальной диагностике, поэтому есть необходимость прояснения этого представления. В-третьих, только каждый десятый из опрошенных преподавателей однозначно утверждает о наличии у студентов личных качеств, необходимых и достаточных для диагностирования жизненных ситуаций и проблем, поэтому имеется настоятельная потребность в поступательном расширении круга обладателей таких качеств.

Список литературы

1. Данакин, Н. С. Проблемный анализ в системе социального управления: монография / Н. С. Данакин, Н. И. Гайворонская. – Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2011. – 183 с.
2. Гайворонская, Н. И. Методы диагностики жизненных проблем / Н. И. Гайворонская, В. Г. Ильницкий, Н. С. Данакин // Этносоциум и межнациональная культура. – 2010. – №4 (28). – С. 118-128.
3. Гайворонская, Н.И. Модели поведения в проблемной ситуации / Н. И. Гайворонская, Н. С. Данакиным // Этносоциум и межнациональная культура.– 2012. – № 1 (43). – С. 58-66.

УДК 329.78

И. А. Зосименко

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ПОЛИТИЧЕСКОЕ УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Деятельность современного правового демократического государства, способного обеспечивать достойное качество жизни, гарантировать права и свободы членам общества напрямую зависит от активного участия в этом процессе самих граждан. Активность населения является важным звеном политики, элементом отношения общества и власти «управляющих и влияния управляемых» [8, с. 233].

Ввиду того, что политическая активность людей является сложным процессом, который определяется многими факторами, выражается в различных формах деятельности не существует единого и обще-признанного определения понятия данной категории.

Например, А. И. Киричек в своей работе понимает политическую активность как многостороннее и многоаспектное понятие, раскрывающее совокупность действий, выход энергии индивидов и социальных групп, направленных на изменение своего политического статуса и окружения. Он рассматривает политическую активность в единстве двух компонентов: материальных (реальное изменение политических отношений) и духовных (аккумуляция и трансляция политического знания и опыта, обмен информацией, межгрупповая и межличностная координация) [6, с.36].

Наиболее полное понятие политической активности представлено в работе Б. Ю. Григоренко. Автор раскрывает данный термин как форму социальной активности, реализуемой в сфере национальной и международной политики; один из фундаментальных элементов человеческого поведения в политической жизни. Он считает, что конкретным выражением общественно-политической активности служит совокупность отдельных действий – акций и интеракций, направленных на достижение политической цели и являющихся взаимодействием индивидов в политике. При этом сами акции могут быть достаточно многообразны, адресны и не иметь конкретного адресата, носить организованный или стихийный характер, быть систематическими или ситуативными. Различными могут быть и функции такой активности. Поэтому общественно-политическая активность может иметь не только созидательный характер, но способна нанести и ущерб, проявить негативные качества отдельного человека, деформировать политические институты и общественное мнение. Сама же общественно-политическая активность проявляется в участии на постоянной основе в работе общественно-политических движений, партий, миротворческих и экологических объединений, правозащитных организаций, различных структур коллективной самореализации граждан (инициативные группы давления, общественные экспертные советы и т.п.). [2] Мы считаем данную трактовку наиболее удачной, а также принимаем основные позиции, предлагаемые автором в этом вопросе.

Ещё Аристотель, сформулировав положение о том, что человек есть существо политическое, подчёркивал, что каждый в той или иной мере оказывается вовлечен в политическую жизнь. Вопрос заключается лишь в том, насколько осознанно личность становится субъектом политики, делает это обдуманно или поддается случайным факторам, меркантильным интересам или сиюминутным симпатиям. В то же время совместное участие граждан в попытках влияния на власть, в акциях поддержки или противоборства способствует сплочению населения, развитию и укреплению солидарности. Так, политическое участие является важнейшим показателем демократичности общества, степени развитости гражданского общества, соучастия граждан в политике и политическом управлении. [4, с.175]

Политическое участие, его продуктивность зависит от многих факторов: характера политического режима, традиций, мотивов, менталитета, размера территории и численности населения, развитости населения и др. В зависимости от этих и других факторов можно выделить три уровня участия граждан в политической жизни муниципального образования, региона, общества в целом.

Первый уровень – интериорированный – предполагает принятие гражданином существующей системы, её норм, традиций, правовых предписаний. Характерными чертами этого уровня являются: законопослушание гражданина, поддержка или нейтральное отношение к режиму, заинтересованность в активном участии в политической жизни.

Второй уровень – интеграционный – предполагает совместные действия граждан в целях достижения групповых интересов. На этом уровне гражданин соотносит свои действия с интересами социальной группы, организации, объединения. В современной России возникают такие движения, организации, но они, как правило, напрямую не связаны с политикой, достижение их интересов осуществляется пока ещё не политическими методами (общество обманутых вкладчиков, объединения соинвесторов жилищного строительства, общество защиты прав потребителя и т.п.). Это может быть также деятельность по организации и осуществлению местного самоуправления – территориальные органы самоуправления (ТОС).

Третий уровень – активный – отражает активную нацеленность граждан на решение политических государственных задач. Этот уровень характеризуется достаточно широким диапазоном проявления и определяется не столько результатом, сколько самим фактом активного участия граждан в избирательных кампаниях, референдумах, обсуждении законопроектов, публичных слушаниях и т. п. [7, с.71]

Если говорить об участии гражданина, личности в политической жизни, то это политическое участие представляет собой многоуровневую систему рекрутирования граждан в политику: от простейших, элементарных форм участия до высших уровней – политических лидеров национального масштаба. [5, с.193]

Учитывая то обстоятельство, что политические действия являются либо ценностно-ориентированными (когда индивид соизмеряет эти действия со своими ценностными представлениями), либо лишёнными четкой ценностной ориентации (когда у человека не сложилась четкая система политических ценностей), выделяют следующие основные политические действия:

1. Ценностно-ориентированное политическое участие. Данная форма участия связана с признанием индивидом нормативно-институционального порядка и фактической готовностью действовать в соответствии с требованиями политической системы. Причём участие может принимать оппозиционные формы, акции протеста, но они не выливаются в противоправные действия, дестабилизирующие политическую систему. Особенностью ценностно-ориентированного участия является внутренняя убеждённость индивида в необходимости предпринимаемых действий.

2. Ролевое политическое участие. Оно характеризуется ориентацией на сложившийся нормативный порядок, на соблюдение правил институционального взаимодействия при отсутствии или слабом выражении ценностного компонента политического поведения. Такого рода участие является результатом сложившихся в ходе социализации навыков выполнять принятые на себя политические роли.

3. Действия, направленные на создание нового политического порядка. Для такого участия характерно пренебрежение существующими социальными нормами, следование альтернативным политическим ценностям, пропагандируемым общественными организациями и их лидерами.

4. Действия, ориентированные на разрушение сложившегося политического порядка. Такие девиантного свойства действия отличаются импульсивностью, агрессивностью, спонтанностью и могут обладать разрушительной силой [1, с.157-158].

Знания об общественно-политическом развитии, об источниках многообразия форм общественно-политической активности молодёжи дает возможность прогнозировать возможные последствия принятия политических решений, способствовать снятию социального напряжения, возникающего при взаимодействии государства и общества.

Для определения политической активности молодёжи, а также выявления причин, оказывающих влияние на данный процесс, студентами кафедры Политологии, социологии и связей с общественностью УлГТУ было проведено социологическое исследование «Социально-политическая активность граждан: проблемы и перспективы» (выборка составила 460 человек), в рамках которого было изучено, насколько молодое население региона вовлечено в политику, каково отношение молодёжи к политической сфере, какие средства и формы политической коммуникации используются молодыми людьми, какова мотивация социально-политического участия.

Анализируя результаты исследования, мы выявили, что потребность в политической активности реализуется главным образом посредством участия в выборах регионального или федерального характера. Так, например, респонденты отмечали: «Считаю, что каждый гражданин должен высказать своё мнение, особенно в выборе Президента страны и главы области в которой проживает»; «гражданин должен быть активным участником политической жизни страны. Я участвую в качестве электората». В тоже время, сама необходимость тех или иных активностей, связанных с политической жизнью в стране, практически не вызвала сомнения. Лишь двое среди опро-

шенных отметили, что «нет смысла ни в чём участвовать, потому что все решили и сделали за меня» или же просто «политикой не интересуюсь».

В анкетном опросе респондентам предлагалось оценить политическую обстановку в стране по девятибалльной шкале. Выявленный нами показатель равняется 5,74, что соответствует среднему показателю. Наивысшие значения зафиксированы среди не интересующихся политикой (6,57), а также принципиально не участвующих в выборах (6,24). Важно подчеркнуть отсутствие низких (1-4) или высоких (8-9) усредненных оценок респондентов по тому или иному условию.

Опрос показал, что наиболее распространенной формой социально-политического участия молодёжи является благоустройство территории (26%), далее следует сбор средств (21%), участие в митингах, пикетах (13%) и работа в общественно-политических организациях (2%); о своём неучастии в общественно-политической жизни заявили 54% опрошенных молодых людей. В то же время, при ответе на вопрос о возможности участия в протестных акциях, 21% молодёжи заявил, что считают выборы важнейшей формой политического участия, причём, лишь 24% от этого числа участвуют в выборах постоянно.

Данные исследования подтвердили классификацию моделей электорального поведения, представленную российским политологом В. Г. Зарубиным. Данная классификация включает в себя следующие модели политической активности:

1. «Активистскую» модель, согласно которой избиратели принимают участие в голосовании всех уровней и подразделяются на два типа: «последовательные активисты» (отличающиеся наличием интереса к предвыборной кампании и имеющие положительную оценку значимости результатов голосов) и «непоследовательные активисты» (которые отличаются тем, что не проявляют интереса к предвыборным кампаниям и не считают результаты голосования важным для себя).

2. Модель «колеблющихся предпочтений», согласно которой электорат в одних выборах принимает участие, а других не принимает и характеризуется параметрами последовательности и непоследовательности, представленными в «активистской» модели.

3. «Абсентеистскую» модель, в которой избиратель не принимает участия в голосовании. Выделяются также «последовательные абсентеисты», характеризующиеся отсутствием интереса к предвыборной кампании и имеющие отрицательную оценку значимости результатов голосования; а также «непоследовательные абсенте-

исты», характеризующиеся наличием интереса к предвыборной кампании и имеющие положительную оценку важности результатов голосования для себя [3, с. 32].

Таким образом, политическое участие представляет собой действия, направленные на достижение общественно-политических целей, реализуемых посредством участия индивидов в политике, а также интеграции населения для решения совместных задач.

Продуктивность общественно-политического участия зависит от характера политического режима и уровня политической системы, развитости коммуникаций и наличия диалога между населением и властью, традиций, присущих обществу.

В целом же, политическая активность или неактивность индивида порождается стимулами, которые посылает субъекту внешняя среда. Особую роль в этом процессе занимают психологические установки и мотивы, управляющие поведением человека и определяющие его направленность, начиная от побуждения к той или иной политической деятельности, заканчивая, отказом от участия в чём-либо. Более того, эти внешние для человека воздействия не работают автоматически. Они дают эффект, только будучи пропущенными через внутренний мир личности.

Список литературы

1. Болховитина, Т. С. Модели политического участия: проблемное поле теоретического анализа / Т. С. Болховитина // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2012. – № 13. – С.154-161.

2. Григоренко, Б. Ю. Социально-политическая активность молодежи в современных условиях / Б. Ю. Григоренко // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2013. – № 2. – URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/2/Grigorenko_Social-Political-Activity-Youth/ (дата обращения 05.09.2017).

3. Зарубин, В. Г. Элективное действие и формирование корпуса российских избирателей: опыт социологического анализа : автореф. дис. д-р. соц.наук. (22.00.05) / В. Г. Зарубин. – Санкт-Петербург, 1998. – 315 с.

4. Зосименко, И. А. Солидарное общество и российские реалии / И. А. Зосименко // Поволжский педагогический поиск. – 2013. – № 3. – С. 172-178.

5. Зосименко, И. А. Электоральная активность как форма проявления общественно-политического участия / И. А. Зосименко, В. А. Чернов // Симбирский научный вестник. – 2012. – №1. – С. 192-203.

6. Киричек, А. И. К вопросу о дифференциации содержания категорий «политическая активность», «политическое поведение» и «политическое участие» / А.И. Киричек // Общество: политика, экономика, право. – 2011. – № 3. – С. 34-37.

7. Ключев, А. В. Политическое участие: состояние и тенденции развития в условиях современного российского общества / А. В. Ключев // Управленческое консультирование. – 2005. – № 2. – С. 69-77.

8. Круглов, М. С. Современные формы гражданской активности в политическом процессе Российской Федерации / М. С. Круглов // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 3. – С. 233-235.

УДК 316.346

Е. П. Галкина, М. И. Кадничанская

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

ПАТРИОТИЗМ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ЦЕННОСТЬ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

В настоящее время остро стоит вопрос формирования российской идентичности, гражданской культуры молодежи, а также воспитания гражданского патриотизма. За последние годы ни одна идеологическая ценность не подвергалась таким переосмыслениям как патриотизм. Сегодня России необходимо взрастить активного, способного к социальному творчеству гражданина, принципиального в отстаивании своих позиций, чувствующего ответственность за судьбу своей страны и человеческой цивилизации. Всё это достигается с помощью образовательного процесса. Усвоение патриотических ценностей происходит благодаря изучению истории своей страны. Во все времена было отмечено, что отношение к Родине формируется в момент, когда человек начинает знакомство с историей своей страны.

Сегодня весьма актуальной является проблема сложного, неоднозначного отношения молодёжи к истории своей страны. Можно наблюдать их неосведомлённость о важнейших событиях, которые имеют место быть в стране в тот или иной промежуток времени. При этом можно наблюдать просто пренебрежение историей своей

страны, которое молодежь оправдывает отсутствием необходимости оперирования историческими фактами в своей повседневной жизни.

При изучении курса истории важно стремиться к включению личности в культурно-исторический контекст, к самостоятельной ориентации во времени. В связи с этим, более актуально изучение студентами не только самих фактов, но и философии истории. Именно она способствует формированию самостоятельности мышления, расширяет кругозор, и, в значительной степени, упорядочивает реальное историческое пространство. Основным при этом является развитие историзма мышления. Именно он является одним из важнейших показателей культуры образованного современного человека, способного адекватно оценивать происходящие события. А его отсутствие проявляется в том, что события прошлого оцениваются исключительно мерками сегодняшнего дня [1].

На базе кафедры философии, социологии и политологии Ульяновского государственного университета (УлГУ) был проведен ряд социологических исследований (2015, 2017 годы), в которых исследовалось отношение студентов к изучению истории, пониманию проблем исторического прошлого и настоящего (было опрошено 315 студентов УлГУ 1-4 курсов, в 2017 году – 345) [2, С. 153-159].

В ходе проведенных исследований была отмечена динамика отношения студентов к истории как к учебному предмету и как к науке и её месту в обществе. Если в 2015 году 51% респондентов считал, что важно изучать историю и разбираться в происходящих событиях и процессах, то в 2017 году это было уже 61%. При этом количество абсолютно безразличных к этому снизилось с 8% в 2015 году до 5% в 2017 году. Таким образом, мы можем наблюдать рост заинтересованности среди студентов к истории и к историческому процессу. Студенты более критично оценивают преподавание истории, как в школе, так и в вузе. В 2015 году 71% опрошенных оценивали преподавание в школе на «хорошо» и «отлично», а в 2017 году эти показатели снизились до 65,5%, на «удовлетворительно» – в 2015 году оценили 21% респондентов, а в 2017 году – уже 20,3%, на «неудовлетворительно» – 5% респондентов в 2015 году и 6,6% – в 2017 году. Респонденты оценили преподавание истории в вузе как положительное – это 58% в 2015 году и 55,5% – в 2017 году, удовлетворительное – 29% в 2015 году и 31,5% – в 2017 году, неудовлетворительно – 3,3% в 2015 году и 5% – в 2017 году. Таким образом, респондентами отмечается снижение качества преподавания истории, как в школе, так и в вузе.

Опрошенные отмечали неудовлетворенность программой по истории в вузе. В 2015 году только 43,3% ответивших устраивала программа по истории, используемая в вузе, а в 2017 году этот процент снизился до 41,4%. Респонденты считают, что программу по истории надо несколько расширить (в 2015 году так считало 13,6%, а в 2017 году – 18,8%) и добавить спецкурсы по выбору (в 2015 году так считало 12,3%, а в 2017 году – 16,8%). При этом следует отметить, что история как учебная дисциплина, интересует студентов, и они готовы к усвоению более разнообразного материала. Этот вывод подтверждают и данные о посещаемости занятий по истории. В 2015 году 84% респондентов посещали занятия по истории регулярно, а уже в 2017 году – 94%. В 2015 году 35% из них пытались углубленно изучать предмет, а в 2017 году – уже 42%. Снизился процент тех, кто посещал занятия нерегулярно с 10% в 2015 году до 4% в 2017 году.

Были названы следующие источники информации по истории, которыми пользуются респонденты: в 2015 году 30% опрошенных пополняли свои знания только из учебников, в 2017 году показатель вырос до 32%; в 2015 году 21% опрошенных смотрели документальные исторические фильмы, а в 2017 их стало 14,5%; 12% читали дополнительную литературу в 2015 году и 20% – в 2017 году.

В 2017 году респонденты выразили свое мнение относительно эффективности программы по истории, изучаемой в ВУЗе: 39,5% опрошенных она полностью устраивает, 18% студентов утверждают, что ее необходимо несколько расширить, 16% респондентов считают, что к ней следует добавить спецкурс, 3,5% обучающихся выразили желание перейти на дистанционное освоение курса истории, а 5,5% придерживаются точки зрения, что историю в неисторических ВУЗах можно вовсе отменить. В числе основных форм учебной работы, удовлетворяющих познавательные интересы в вопросах по предмету «история», респонденты назвали в первую очередь лекции (55,2%), затем живые обсуждения и дискуссии (23,7%), и только в конце – семинарские занятия в виде опросов (12,4%). 7,2% опрошенных преимущественно изучают информацию на историческую тему самостоятельно, а 1,5% – отдают предпочтение работе с электронными пособиями.

Респонденты в ходе опроса 2017 года также дали субъективную оценку истории. 36,9% (в 2015 году – 34%) из них относят историю к категории наук, основанных на объективных данных; приблизительно такое же количество респондентов понимают историю как совокупность элементов научных знаний и мифов (23% – в 2015 году и 35,4% – в 2017 году). 18,2% опрошенных в 2017 году (в 2015 году –

это 22%) считают историю сугубо субъективной точкой зрения на людей и события. И только 1,5% опрошенных, отвечая на вопрос о значимости истории, указали, что она является своего рода мифологией. Таким образом, большая часть людей, принявших участие в опросе, считает историю объективной наукой.

С каждым годом растет процент тех, кто считает необходимым наличие единого учебника российской истории (72% – в 2015 году, 75,9% – в 2017 году).

Интересным остается тот факт, что около 20% респондентов не в состоянии были назвать ни одного крупного российского историка. Чаще всего звучали имена Н.М.Карамзина, В.О.Ключевского и С. М. Соловьёва.

Четверть опрошенных затруднились назвать произведения на историческую тему. Чаще других назывались «Война и мир», «Пётр I», «Капитанская дочка» и «Тарас Бульба». Треть опрошенных не смогли вспомнить ни одного художественного фильма на историческую тему. Остальные называли «Батальон», «Романовы», «Сталинград», «А зори здесь тихие».

Практически одинаковое число респондентов (58% – в 2015 году и 59% – в 2017 году) имеют представление об историческом пути России. По мнению студентов, наибольшее влияние на формирование взглядов на российскую историю оказывают: учебная и научная литература (так считают 27,3% респондентов в 2015 году и 64,3% – в 2017 году), учителя/преподаватели (17% – в 2015 году, 17,9% – в 2017 году) и СМИ (12% – в 2015 году, 6,6% – в 2017 году). При этом более половины опрошенных не находят привлекательных для себя исторических фигур, за исключением Петра I. Студенты считают величайшими событиями в нашей истории Великую Отечественную войну, Отечественную войну 1812 года. По результатам опросов Победу в Великой Отечественной войне респонденты по-прежнему бесспорно рассматривают как предмет своей национальной гордости.

Выводы:

- Патриотизм как социокультурная ценность, как качество личности проявляется по-разному: как интерес к истории Отечества, как знание Отечественной истории; как высшее моральное чувство; как нравственный принцип, как готовность встать на защиту своей Родины, а также в поведении и деятельности по обеспечению правопорядка и охране личности, общества и государства.
- Сегодня особенно актуальной является проблема сложного, неоднозначного отношения молодёжи к истории своей страны. Но, как известно, кто не знает своего прошлого, никогда не поймет настоящего и не сможет оценить перспективы будущего.

Результаты проведенных социологических исследований (2015 год, 2017 год) показали:

- Больше половины опрошенных респондентов по-прежнему проявляют интерес к изучению истории своей страны.
- Преподавание истории в учреждениях общего школьного и высшего образования большинством респондентов оценивается положительно. Однако, в школе его уровень несколько выше, чем в вузе.
- Основными источниками получения знаний по истории являются лекции и документальные фильмы на исторические темы. Особый упор делается на печатные издания (учебники, монографии, статьи и пр.), при этом уровень доверия к СМИ снижается.
- Большинство респондентов желают расширения программы по истории, которую преподают в вузе.
- Респонденты придерживаются точки зрения, что историей должны заниматься исключительно специалисты-историки. Количество респондентов, которые высказываются за создание единого учебника по истории России, растет.
- Победу в Великой Отечественной войне респонденты по-прежнему бесспорно рассматривают как предмет своей национальной гордости.

Список литературы

1. Здерева Г. Современные проблемы методологии исторической науки и преподавания истории в вузе [Электронный ресурс] // RELGA. – № 18 [140]. – 01.10.2006. – URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=1161&level1=main&level2=articles>.
2. Кадничанская М. И., Галкина Е. П. Патриотизм как элемент гражданского общества через призму отношения к историческому прошлому // Гражданское общество в России: вызовы современности : сборник научных трудов. – Ульяновск : УлГТУ, 2016. – 535 с. – С.153-159

Л. Ф. Каримова, Е. А. Безверхова
Пенза, Пензенский государственный университет

СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН ПРИЧИН МОЛОДЕЖНОЙ ПРЕСТУПНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Молодежная преступность является негативным явлением в современном Российском обществе, так как это не только несет угрозу для общества, но формирует и поддерживает криминальную молодежную среду. Данная среда является одним из показателей социальной и экономической ситуации в России за последнее пятилетие.

Решать эту злободневную проблему необходимо – это не только снизит в стране криминальную напряженность, но и предупредит дальнейшие незаконные действия. Ключом к снижению уровня преступности среди молодежи является понимание ее сущности и выявление причин появления.

Категория «молодежь» охватывает каждого пятого жителя России и представляет собой самостоятельную социально-демографическую группу. Основной особенностью исследования молодежи является психологический аспект: возрастная особенность данной категории (18-29 лет) позволяет их отнести как к молодым людям, так и к взрослым. Данная группа имеет ряд своих особенностей: во-первых, она переживает период психофизиологического и социального становления, во-вторых, молодежь проходит адаптацию к установлению своих социальных ролей в обществе.

В статистическом сборнике «Преступность и правонарушения» показан прогресс уровня преступности среди молодежи: только с 2007 по 2009 год выявлено повышение на 52% [6, с. 56]. Статистика МВД гласит, что по сравнению с 2015 годом, в 2016 количество преступлений, совершенных молодыми людьми, увеличилось на 8%.

По результатам социологического опроса, проведенного в 2015 году, 40% молодых респондентов подтвердили, что по какой-либо причине совершали правонарушения.

Среди самых распространенных видов правонарушений, совершенных молодежью в статистике МВД выделяют: драку, которая составляет 66 % от всех преступлений; мелкое хулиганство – 50%; воровство – 45%; вымогательство – 35%; разбой и мошенничество – 15%; насильственные действия, доля которых составляет 13%; убийства – 8%, а также шантаж – 7%.

Полученные данные лишь подтверждают тот факт, что преступность в настоящее время активно растет и охватывает все социально-демографические и профессионально-образовательные группы молодежи.

Среди факторов, которые способствуют такому девиантному поведению, выделяют: дефект социализации поколения, а также влияние семьи и окружающей среды. Особенно склонна к преступлениям «группа повышенного риска», к которой относятся, как правило, дети из неблагополучных семей или находящиеся под влиянием людей с криминальным прошлым. К проблемам таких людей относят: неудовлетворительные бытовые и материальные условия; искажение состава семьи; агрессия со стороны старших членов семьи; отсутствие должного надзора, трудовой и школьной занятости; ранний алкоголизм и наркомания; врожденные или приобретенные заболевания [3, с. 133].

Именно этим ситуациям особенно подвержены люди в молодежном возрасте.

Дефекты социализации в совокупности с психофизиологическими особенностями личности и сложившейся жизненной ситуацией формируют необратимые последствия – порождают преступления. А. Н. Ли отмечает: «Утрата мировоззренческих и нравственных ориентиров, распад традиционных юношеских институтов социализации при одновременно не высоком авторитете вновь возникающих молодежных организаций, превращение товарно-денежных отношений в основополагающий критерий человеческих ценностей, утверждение потребительско-эгоистических интересов приводит к росту бездуховности, углублению процесса маргинализации в молодежной среде» [4, с. 22].

Былим Г. П. утверждает, что общество поработила «эпидемия массовой психотравматизации», что подразумевает под собой распад экономических и культурных связей в стране, которые рушат ценности людей, их ориентиры и смысловые основы жизни, а вместе с этим растет невротизация молодежи [1, с. 12].

Также среди основных причин роста преступности молодежи некоторые ученые выделяют и экономический кризис, так, криминогенность и социально-экономические условия общества и определяют психическое и нравственное развитие молодежи, так как под влиянием таких условий у молодого человека складываются негативные взгляды и оценки.

Многие социологи, педагоги и криминологи, при определении социальных причин молодежной преступности, уделяют большое внимание роли телевидения. Они утверждают, что насилие в СМИ

имеет прямую связь с ростом количества преступлений. Телевидение, обходя правовое обучение молодежи, демонстрирует криминогенное и криминальное просвещение.

При определении причин роста преступности среди молодежи следует обратить внимание и на малоэффективную профилактику и безнадзорность со стороны государства. По словам А. В. Симоненко: «В работе подразделений по делам несовершеннолетних сохраняется формализм, волокита, а нередко допускается и прямое неисполнение своих обязанностей при проведении профилактических работ» [5, с. 32]

Преступность несовершеннолетних – это групповая преступность. Такой вывод можно сделать исходя из статистики МВД, которая гласит, что более чем в 83% преступлений, совершенных молодежью, задействована группа лиц.

Вместе с тем общественная опасность усиливается за счет неоднократного характера преступлений. Так, большая часть многоэпизодных преступлений (65%) совершается в группах. [6, с. 65]

Если преступники (молодые люди) объединяются в группы, то личность каждого в отдельности представляет меньшую опасность для общества, однако само групповое преступление повышает опасность содеянного. Следует отметить и то, что совершение кражи группой лиц по предварительному сговору влечет более серьезную общественную опасность.

Еще одной предпосылкой к развитию молодежной преступности является безработица.

По данным Росстата установлено, что в России в качестве безработных регистрируется 20-25% молодёжи. По уровню образования безработная молодёжь уступает представителям других социальных групп.

Социологи выделяют две основные тенденции во взаимосвязи продолжительности безработицы молодежи и уровня благосостояния семей, где они воспитывались: во-первых, безработная молодёжь воспитывалась, как правило, в семьях с низким и средним уровнем благосостояния; во-вторых, люди, воспитывающиеся в малообеспеченных семьях, более длительный период не могут найти работу [2, с. 134].

По отношению к собственному состоянию безработицы молодежь делится на следующие группы: оценивающие отсутствие рабочего места, как личную проблему (они нацелены на дальнейший поиск работы); пассивные относящиеся к поиску рабочего места.

Результаты исследования убеждают, что масштабы социальных последствий молодежной преступности дают право рассматривать это явление в качестве одного из самых значимых криминальных факторов дестабилизации системы общества.

Бороться с молодёжной преступностью нужно, однако это не должно сводиться только к деятельности правоохранительных органов по их выявлению, раскрытию и расследованию преступлений. Немаловажную роль в предотвращении правонарушений играют также и профилактические мероприятия, которые смогут не только улучшить криминогенное состояние страны, но и повысить ее социально-экономический уровень.

Одним из аспектов деятельности по борьбе с молодежной преступностью является комплекс мер, предотвращающих криминализацию среди данной социально-демографической категории. Эти меры, в свою очередь, не должны сводиться только к мероприятиям по уголовно-правовому воздействию, они также должны содержать в себе и действия иных сфер государства и общества в целом.

Список литературы

1. Былим, Г. П. Развитие интегральной индивидуальности у лиц с дезадаптивным поведением средствами формирующих психолого-педагогических технологий / Г. П. Былим – Ставрополь, 2000. – С. 11-14.

2. Каримова, Л. Ф. Адаптационные стратегии бедного населения в современном российском обществе / Л. Ф. Каримова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2015. – № 1. – С. 133-140.

3. Каримова, Л. Ф. Формы проявления девиантного поведения современной молодежи / Л. Ф. Каримова, А. В. Шеянов // Традиционное, современное и переходное в условиях модернизации российского общества: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза : Приволжский дом знаний, 2017. – С. 162-165.

4. Ли, А. Н. Проблемы предупреждения преступности несовершеннолетних / А. Н. Ли // Российский следователь. – М., 2007. – С. 18-24.

5. Симоненко, А. В. Криминологические проблемы воспитания и его роль в предупреждении преступлений / А. В. Симоненко. – М., 2005. – С. 28-32.

6. Преступность и правонарушения. (1998 – 2006) \ \ Статистический сборник. – М., 2007.

И. Г. Кильдюшкина, В. А. Ломшин

Саранск, НИИ гуманитарных наук при Правительстве РМ

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ДВИЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ

Большую роль в работе с детьми и молодежью играют молодежные и детские общественные организации. В системе молодежной политики Мордовии сложилась основа взаимодействия государственных органов и молодежных общественных организаций, благодаря которой сегодня функционирует комплекс, состоящий из более 30 крупных молодежных общественных организаций, перекрывающий практически весь спектр общественной и гражданской деятельности. К числу крупнейших организаций республики относятся: Республиканские студенческие отряды, Содружество педагогических отрядов, Республиканское патриотическое движение «Поиск», Клуб веселых и находчивых, Клуб интеллектуального творчества, Мордовское отделение Российского союза молодежи, Союз студентов Мордовии и др. Они строят свою деятельность на основе широких сетевых проектов в масштабах всего региона. В каждом районе созданы отделения республиканских молодежных объединений, что позволяет вовлекать в проекты многотысячную аудиторию.

Молодежные общественные организации реализуют социально-значимые проекты, охватывающие, прежде всего, студенческую, учащуюся молодежь. На базе Мордовского республиканского молодежного центра действуют Школа лидеров, Школа юных патриотов объединения «Поиск», Школа волонтеров, Школа молодых предпринимателей. Система подготовки вожатского актива действует в Республиканском штабе студенческих отрядов и многих других молодежных общественных организациях. Треть грантов, получаемых учащимися Мордовии, вручается по итогам социальной работы школьников и студентов по линии молодежных общественных организаций: «Лучший поисковик», «Одаренные дети», «Российская студенческая весна», «Арт-Профи» и др. На базе Республиканской школы добровольцев ежегодно более 15 тыс. юношей и девушек активно вовлекаются в добровольческую деятельность, подготавливают и реализуют проекты, акции и мероприятия. В частности, в республике работает Молодежный телефон доверия под девизом: «Вместе к лучшему решению!», где молодые граждане обеспечивают его информационное сопровождение в школах и интернатных учреждениях.

В последние годы отмечается повышенный интерес подрастающего поколения к художественному творчеству, участию в различных видах музыкальных, хореографических, вокальных, фольклорных объединений, техническим и прикладным видам творчества. Регулярно проводятся фестиваль «Студенческая весна», Кубок Главы РМ по современному танцу, Фестиваль искусств «Гран-при Поволжья» и др. Для пропаганды среди школьников и студентов ценностей науки и культуры широкую работу развернула общественная молодежная организация «Клуб интеллектуального творчества», на базе которой проходит самый большой из региональных чемпионатов России по интеллектуальным играм, где принимают участие до 180 школьных команд из районов Мордовии.

Условия для профессиональной, творческой и общественной самореализации молодежи создают образовательные, культурные и спортивные форумы: фестиваль здорового образа жизни ПФО, Межрегиональный молодежный форум «Мордовия – территория согласия», Республиканский форум «Мордовия – территория молодежных инициатив», Республиканский молодежный форум «Мордовия – наш общий дом», патриотический добровольческий Форум «Доброе Поволжье» и др. Около 200 молодых людей из Мордовии были привлечены к работе в рамках Международной смены «INTERSELIGER» Всероссийского образовательного молодежного форума «Селигер – 2014». Под эгидой Общероссийского Народного Фронта и при поддержке Федерального агентства по делам молодежи и общественной организации «ОПОРА РОССИИ» с 10 по 20 августа 2014 года в Республике Крым проходил международный молодежный слет «Таврида». Участниками слета по направлениям: «Молодежное самоуправление», «Патриотизм», «Предпринимательство» и «Медиа» стали 8 молодых граждан из Мордовии.

Отдельно необходимо выделить Межрегиональный молодежный образовательный форум «Инерка-2014», проходивший со 2 по 6 июля в Большеберезниковском районе, где приняли участие 700 чел. Форум собрал представителей молодежных движений, общественных организаций, объединений работающей молодежи, органов студенческого самоуправления, неформальных молодежных сообществ, молодежных парламентов и правительств, волонтерских организаций из нашей республики и регионов ПФО. Ярким и запоминающимся зрелищем на форуме стало выступление участников военно-исторической реконструкции, воссоздавших на берегу Суры эпизод сражения Великой Отечественной войны. Это явилось своеобразной репетицией к 70-летию Великой Победы.

В 2013-2014 гг. в рамках молодежного движения республики по поддержке и развитию малого предпринимательства, вовлечению молодого поколения в инновационную деятельность и приобщению их к научно-техническому творчеству проводились такие мероприятия, как: Региональный этап всероссийского конкурса «Молодой предприниматель России – 2014», «Молодежная школа предпринимательства», Республиканский лагерь для школьников «Юный предприниматель», Пятый Республиканский форум молодых предпринимателей и др.

Отрадно отметить, что региональная молодежная политика включает в себя инновационную составляющую. Этому способствует создание Ресурсного центра по развитию робототехники при Мордовском республиканском молодежном центре и проведение на его площадке Молодежного инновационного конвента, включающего модульное обучение руководителей и педагогов Клубов научно-технического творчества детей и подростков «Юные Кулибины».

Под девизами здорового образа жизни («Молодежь Мордовии – за здоровый образ жизни!», «Скажи „нет!“ алкоголю, табакокурению и наркотикам!») в республике постоянно организуются фестивали молодежных субкультур «Ты выбираешь сам!», игра-эстафета «Путешествие в страну здоровья», Республиканский конкурс творческих работ антинаркотической направленности «Угол зрения» и другие мероприятия. Курируют их проведение, как правило, Государственный комитет РМ по делам молодежи, Управление Федеральной службы по контролю за оборотом наркотиков РФ по РМ, Мордовский республиканский молодежный центр, Мордовское республиканское детско-юношеское общественное движение «Истоки» и др.

Одним из примеров общественных инициатив стала акция по сбору подписей «О полном запрете алкогольных энергетических напитков на территории Республики Мордовия» (с 26 мая по 8 июня 2014 г.), проводившаяся активистами Мордовского регионального отделения Всероссийской общественной организации «Молодая Гвардия Единой России». Популяризации здорового образа жизни в рамках Всероссийского молодежного проекта «Беги за мной» способствовал успешно реализованный комплекс мероприятий Республиканской школы здорового образа жизни: «Территория здоровья», Зимний фестиваль бега «Здоровье», Фестиваль здорового образа жизни в ПФО.

Молодежные общественные организации постоянно участвуют в комплексе профилактических мероприятий с детьми и подростками, находящимися в Центре временного содержания несовершеннолетних правонарушителей, а также в образовательных учреждениях

г. Саранска, нуждающихся в психолого-педагогической и социальной помощи. С целью профилактики социально опасных молодежных субкультур ведется постоянный мониторинг молодежных и детско-юношеских организаций.

С целью предотвращения распространения в молодежной среде религиозных течений экстремисткой направленности и специальной литературы экстремистского толка Государственным комитетом РМ по делам молодежи совместно с Мордовским республиканским молодежным центром в 2013-2014 гг. проводились профилактические мероприятия, совещания с руководителями молодежных общественных организаций республики по вопросам повышения бдительности членов организаций и порядка действий в случае обнаружения факта распространения запрещенных материалов.

В марте 2014 г. сформирована группа интернет-аналитиков из числа активных пользователей социальных сетей. В работе по выявлению фактов популяризации идеологии экстремизма и терроризма молодые блоггеры используют все крупные информационно-коммуникативные ресурсы, новостные порталы, форумы, социальные сети и блогосферу (ВКонтакте, Twitter, Одноклассники, Facebook, LiveJournal и др.).

Группа молодых блоггеров регулярно мониторит интернет-сообщества, популярные среди жителей республики. В случае обнаружения радикального и экстремистского материала информация направляется в уполномоченные органы. В связи с ростом аудитории интернет-сообществ фанатов, пропагандирующих идеологию экстремизма, на популярных сайтах нашего региона был размещен антиэкстремистский контент. В сентябре 2014 г. для противодействия участившимся случаям распространения негативных тенденций засилий арабской культуры среди мусульман Мордовии и популяризации ношения хиджаба среди учащихся образовательных учреждений проведена работа по созданию и распространению в глобальной сети контрпропагандистских материалов.

Специалисты и сотрудники Мордовского республиканского молодежного центра, а также активисты молодежных общественных организаций регулярно выезжали в детские оздоровительные лагеря и проводили мероприятия, направленные на пропаганду здорового образа жизни, информирование и популяризацию волонтерского движения, в том числе и в связи с проведением в 2018 г. Чемпионата Мира по футболу.

Характеризуя тенденции социального самочувствия молодого поколения и состояние молодежных объединений республики в целом, следует констатировать их высокий уровень развития, ярко

выраженный социальный вектор формируемых проектов, расширение филиальной сети организаций на муниципальном уровне и плодотворное сотрудничество с государственными органами управления и институтами гражданского общества.

УДК 316.758

Н. В. Корж, И. Д. Тишкина

Пенза, Пензенский государственный университет

ДЕВИАНТНОЕ ПОВЕДЕНИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ: ВСЕГДА ЛИ ОНО ИМЕЕТ ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР?

Вопрос о девиантном поведении современной молодежи в настоящее время является достаточно актуальным и интересным. Вследствие отклонений от общепринятых норм и правил поведения происходит разрушение спокойного уклада жизнедеятельности людей. Молодежь является наиболее активным психологическим субъектом и поэтому социально неприемлемое поведение самым выразительным образом проявляется именно в них. В соответствии с методологией Росстата к молодежи относится население в возрасте от 16 до 29 лет. В этот возрастной промежуток попадают лица, обучающиеся в средне-специальных и высших учебных заведениях. В таком возрасте, когда нет четко сформированного стойкого мировоззрения, личности наиболее сильно поддаются внешнему воздействию. Воспринимая интересы и взгляды окружающих, они выбирают, впитывают в себя и в дальнейшем руководствуются именно этими интересами. С развитием девиантного поведения у молодого поколения все больше угасают положительные чувства и именно это может стать причиной для будущей преступности. Изучение проблемы склонности к девиантному поведению молодежи, актуальность которой несомненна, требует, прежде всего, определения его места в системе положений более широкого социального содержания. Девиантное поведение, в последнее время приобрело массовый характер, что поставило его в центр внимания социологов, педагогов, психологов и многих других. Причина данного отклонения лежит в особенностях взаимосвязи и взаимодействия человека с окружающим его миром, социальной средой и самим собой.

На самом ли деле девиантное поведение несет в себе только отрицательные черты? Под девиантным поведением понимается поведение, которое расходится с нормами и не соответствует ожиданиям группы или общества в целом. Но именно люди, мыслящие иначе и продвигают наше общество к вершине.

Наиболее развернутое социологическое определение девиации впервые дал известный социолог – Э. Дюркгейм. Он предложил теорию аномии, раскрывающую значение социальных и культурных факторов. По мнению Дюркгейма, основной причиной девиации является аномия, буквально — «отсутствие регуляции», «безнормность» [1, с. 123]. По сути аномия является состоянием дезорганизации общества, когда ценности, нормы и социальные связи либо полностью отсутствуют, либо становятся неустойчивыми и противоречивыми. Все, что нарушает постоянство, приводит к неоднородности, изменчивости социальных связей, разрушению коллективного сознания, порождает нарушения общественного порядка, дезорганизует людей, и в результате появляются различные виды девиаций.

Э. Дюркгейм считает девиацию столь же естественной, как и конформизм. Более того, отклонение от норм несет не только отрицательный, но и положительный характер. Девиация подтверждает роль норм и ценностей, дает более полное представление о многообразии стандартов. Реакция общества на девиантное поведение конкретизирует границы социальных норм, укрепляет и обеспечивает социальное единство. И, наконец, девиация способствует социальному изменению, раскрывает альтернативу существующему и ведет к совершенствованию социальных стандартов [1, с. 135].

Рассмотрим девиантное поведение сотрудников на примере коммерческой фирмы. Работник с девиантным поведением будет разлагать трудовую атмосферу и дисциплину в коллективе, что отрицательно скажется на продуктивности работы компании в целом.

Обращаясь к истории можно отнести поведение выдающихся личностей к девиантному, так как их действия в корне отличались от общепринятых устоев и норм морали, при этом их поступки и суждения не были ошибочными, с точки зрения прогресса. Петр I, Стивен Джобс, Марк Цукерберг и многие другие, все они имели совершенно иной ход мыслей, нежели большинство людей. Вспомним реформы Петра I, которые вряд ли кто-то осмелится назвать консервативными. Они в корне стирали стереотипы и ломали сознания обычного человека того времени. Так же из истории мы знаем, что Петр I имел мало единомышленников в ходе этих реформ, и тем не менее эти преобразования напрямую способствовали становлению России, как великой державы.

Стивен Джобс – наиболее яркий представитель положительного проявления девиантного поведения в современном обществе. Известный факт – компания Apple при правлении Свена Джобса имела высокие показатели, как на биржевом рынке, так и по результатам исследований лучших маркетинговых компаний Америки, и тем не менее среди крупнейших акционеров компании были большие разногласия, вызванные на почве недопонимания между Стивеном и другими акционерами. Его мышление в корне различалось «с правилами игры» на рынке сбыта того времени.

Марк Цукерберг – человек, опередивший свое поколение. Он один из самых предприимчивых молодых бизнесменов мира, биография которого вызывает интерес у всех поколений современного общества. Его имя связано с созданием крупнейшей в мире социальной сети «Facebook», которой на сегодняшний день насчитывает более 1,3 млрд уникальных пользователей. Видный полиглот и изобретательный программист за счет этого стал «самым-самым» во многих направлениях, а именно самым молодым долларовым миллиардером, состояние которого оценивается в 50 млрд долларов при официальной зарплате в \$1. Прогрессом правят инновационные идеи, и человек со стандартным мышлением не способен расширить и без того уже широкие горизонты в любой сфере. Именно нестандартность хода его мыслей, позволила Цукербергу открыть, прежде неизведанные ресурсы.

Одной из форм девиантного поведения является делинквентное поведение. Понятие «делинквентное поведение» подразумевает противоправные действия конкретной личности, отклоняющиеся от установленных в данном обществе и в данное время законов, угрожающие благополучию других людей или социальному порядку и уголовно наказуемые в крайних своих проявлениях [2. С. 163]. Молодежь, проявляющая противозаконное поведение, квалифицируется как делинквентная молодежь.

Таким образом, стремление к лидерству у молодежи как поиск самоутверждения может нанести серьезный урон самосознанию и проявляться в различных формах отклоняющего поведения. Неадекватность самооценки личностных свойств проявляется противоречивостью во взаимоотношениях с окружающими. На поведение молодежи оказывают влияние и складывающаяся «система отношений», его положение в группе, психологическая атмосфера в окружении, отношение к своему будущему и жизненным целям [3, с. 520].

Делая вывод, можно сказать что не нужно пытаться избавиться от девиантного поведения, а научиться направлять его в нужное русло. Если пренебречь контролем над этой ситуацией, то оно, как

и говорилось выше, может привести к отрицательным последствиям. Молодежь относится к той категории, которая еще не боится, в отличие от наиболее старшего поколения, выражать свои мысли, какими бы нестандартными они не были, но им нужна помощь, для корректной реализации этих идей.

Список литературы

1. Дюркгейм, Э. Социология / Э. Дюркгейм. – М. : Канон, 1995. – 352 с.
2. Каримова, Л. Ф. Формы проявления девиантного поведения современной молодежи / Л. Ф. Каримова, А. В. Шеянов // Традиционное, современное и переходное в условиях модернизации российского общества : сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза : Приволжский дом знаний, 2017. – С. 162-165.
3. Корж, Н. В. Жизненный успех в представлениях современной молодежи / Н. В. Корж // Региональная дифференциация и консолидация социального пространства России: реалии и новые вызовы : материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Саранск, 2015. – С. 518-522.

УДК 374.3

Г. Б. Кошарная, В. П. Кошарный

Пенза, Пензенский государственный университет

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РЫНКЕ ТРУДА

Модернизация современного российского общества, формирование рыночной экономики делают актуальным переподготовку молодых специалистов, способных эффективно выполнять свои профессиональные функции. Возрастание значимости образования в условиях модернизации общества связано с тем, что оно выступает в качестве одной из эффективных адаптационных стратегий. Сегодня молодой специалист должен иметь определенный набор компетенций, заключающихся в способности брать на себя ответственность, участвовать в принятии решений, использовать новые технологии, стремиться к продолжению обучения на протяжении всей жизни.

В этих условиях дополнительное профессиональное образование рассматривается как важнейший фактор социально-профессиональной адаптации молодых специалистов на современном рынке труда. Дополнительное профессиональное образование позволяет работникам непрерывно адаптироваться к изменениям в технологической и социально-экономической сферах, повышает его уровень знаний и профессионализма, и тем самым способствует адаптации молодого специалиста.

Социологи выделяют ряд факторов, которые оказывают влияние на развитие дополнительного образования в России: это, прежде всего, сокращение спроса на рынке труда, резкое увеличение безработицы, а также изменения в представлениях о престижности образования и профессий [1. С.19].

В современных условиях дополнительное профессиональное образование приобретает самостоятельную ценность как основной способ адаптации на рынке труда. Одной из наиболее острых проблем современного российского общества является рассогласование двух институтов: рынка образовательных услуг, с одной стороны, и рынка труда – с другой. Резкое снижение производства, изменения спроса на широкий круг профессий, недостаточное финансирование образовательных учреждений из бюджета привели к невозможности традиционных образовательных учреждений удовлетворить новые требования рынка труда. Получение дополнительного профессионального образования является ключевой адаптационной стратегией молодых специалистов на рынке труда. Дополнительное профессиональное образование становится востребованным у молодежи уже на студенческой скамье, при этом наиболее значимыми факторами являются: увеличение информационной и инновационной составляющей многих профессий; желание усилить свои позиции на рынке труда; понимание того, что базовое образование уже не соответствует реальным требованиям производства. Главными мотивами получения дополнительного профессионального образования при этом становится практическая направленность молодежи на повышение своего инновационного потенциала на рынке труда (повышение уровня профессиональных знаний, профессиональной квалификации; получение второго высшего образования и переквалификация; стремление к карьерному росту, повышению социального статуса и др.). Важную роль при этом играет социальная активность молодых специалистов, их потребность в самосовершенствовании.

В условиях модернизации современного российского общества дополнительное профессиональное образование молодежи является

ресурсом, который имеет высокую адаптационную значимость. Оно способствует сокращению безработицы, решению проблемы повышения профессиональной квалификации специалистов на протяжении всего периода работы. Таким образом, дополнительное профессиональное образование позволяет молодым специалистам быть непрерывно адаптированным к изменениям на рынке труда.

В условиях быстрого обновления производственных технологий дополнительное профессиональное образование ориентировано на тесную связь с изменениями в реальном секторе экономики. Решающую роль в повышении конкурентоспособности, и, следовательно, профессиональной адаптации в условиях модернизации играют профессиональная мобильность работника и его личностные качества.

Модернизация российского общества, стремительное развитие общества, науки и производства приводит к существенному изменению требований, предъявляемых к профессиональной подготовке молодых специалистов. Современному обществу требуются высококвалифицированные работники, способные быстро адаптироваться к постоянно меняющимся требованиям рынка труда. В этих условиях неизбежно возрастает роль дополнительного профессионального образования.

В современном мире скорость освоения новых знаний, необходимых работнику для поддержания своего профессионального уровня, постоянно возрастает. Известно, что в экономически развитых странах устаревание профессий происходит приблизительно каждые 5-8 лет, ежегодно обесценивается 20-30% знаний специалистов. Поэтому молодому специалисту для соответствия стремительно возрастающим потребностям производства требуется постоянно совершенствовать свой профессиональный уровень, систематически обновлять и пополнять профессиональные знания и навыки.

Таким образом, в условиях модернизации общества формируются новые требования к системе профессионального образования, которая должна обеспечить условия для производства. При этом возрастает роль дополнительного образования, которое способствует повышению профессионального уровня работников и, следовательно, их эффективной адаптации к возрастающим потребностям рынка труда. Дополнительное профессиональное образование является действенным инструментом, с помощью которого качественное профессиональное образование становится более доступным для всех желающих. Формы дополнительного профессионального образования отличаются большим разнообразием – от краткосрочных курсов повышения квалификации до получения второго высшего образования.

Образование является ресурсом, который имеет высокую адаптационную значимость в условиях модернизации современного российского общества. Трудно переоценить влияние профессионального образования на формирование успешных моделей адаптационного поведения [2].

Потребность в дополнительном образовании напрямую связана с изменением содержания профессионального труда и требований, предъявляемых к специалистам. Главной задачей дополнительного профессионального образования является создание слушателям условий для овладения актуализированными знаниями, приобретение новых знаний и умений, необходимых работнику для решения стоящих перед ним задач на высоком профессиональном уровне. По мнению практически всех исследователей главное предназначение дополнительного профессионального образования состоит в ликвидации объективных недостатков в предшествующей профессиональной подготовке, а также в пополнении знаний в связи с новыми достижениями науки и техники, современными требованиями к профессиям [3].

Важной чертой слушателей дополнительного профессионального образования является осознанное отношение к обучению. Для них характерна глубокая убежденность в получении необходимых знаний, заинтересованность в них, способность и умение максимально сосредоточить свои усилия на преодолении трудностей, связанных с обучением и самообразованием.

По результатам исследования социологов Института социологии РАН, доходы специалистов, обучавшихся по программам дополнительного профессионального образования (профессиональная переподготовка или повышение квалификации) растут быстрее доходов тех, кто не проходил такое обучение [4. С.85-93].

В связи с коренными изменениями характера и содержания профессиональной деятельности и зачастую трудностями включения работника в сферу труда важное значение имеет обеспечение социальной адаптивности и профессиональной конкурентоспособности многих социальных групп, и прежде всего молодежи. Поэтому в условиях модернизации современного общества необходимы меры, направленные на формирование адаптационного потенциала и профессиональной компетентности молодежи, на выработку ее новых траекторий социального и трудового поведения.

На наш взгляд, роль дополнительное профессиональное образование в процессе адаптации и профессиональной социализации молодых специалистов заключается в совершенствовании не только профессиональных качеств работника, но и в повышении его соци-

альной компетентности, способности к профессиональной и социальной мобильности; а также существенном расширении квалификационных направлений и уровней подготовки. Дополнительное профессиональное образование имеет большой потенциал в сфере адаптации молодых работников в быстро меняющейся профессиональной среде. При этом следует учитывать, что адаптация представляет собой двухсторонний процесс практического взаимодействия работника и внешней среды, в результате которого меняется не только работник, но и среда.

Подводя итоги, следует отметить, что роль дополнительного профессионального образования в адаптации молодых специалистов на современном рынке труда заключается в формировании новых профессиональных знаний, компетентности, приобретении навыков социального и делового взаимодействия.

На основе профессиональной переподготовки и повышения квалификации в рамках дополнительного профессионального образования значительно повышается социально-трудовая мобильность молодых специалистов, растет их социальный статус на современном рынке труда. Таким образом, дополнительное профессиональное образование способствует повышению адаптации и социально-профессионального уровня молодежи, удовлетворению потребности в быстром обновлении знаний, профессиональной переориентации молодежи, и, следовательно, повышению конкурентоспособности.

Список литературы

1. Чередниченко Г. А. Российская молодежь: от образования к труду. – СПб. : Изд-во РХГА, 2016.
2. Кошарная Г. Б., Корж Н. В. Ценностные ориентации студенческой молодежи в трудовой сфере // Известия вузов. Поволжский регион. Общественные науки. – 2013. – № 2 (26). – С. 58-64.
3. Гилева О. Я., Шиманчик И. П. Дополнительное профессиональное образование взрослых: принципы и особенности // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2010. – Т. 12, № 3 (33). – С. 603-604.
4. Диденко Д. В., Дорофеева З. Е., Ключарев Г. А. Некоторые оценки эффективности ДПО в России (2001-2008) // Социологические исследования. – 2010. – № 2. – С. 85-93.

А. Л. Кузеванова, О. С. Тупикова
Волгоград, Волгоградский институт управления –
филиал РАНХиГС при Президенте РФ

ПОВЕДЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Потребительское поведение является, с одной стороны, одним из видов социального поведения личности в роли потребителя, а с другой – одной из форм экономического поведения. Потребительское поведение затрагивает все сферы общественной жизни, и человеческая природа обуславливает этот феномен: человек всегда стремится удовлетворить свои потребности, как материальные, так и духовные. Исследователи, занимавшиеся изучением этой тематики, отмечают, что практически любые действия человека обусловлены его потребительским поведением, поэтому крайне важно понять мотивы и особенности потребительского поведения людей, чтобы объяснить направления развития всего общества [1, 2, 3].

Проблема потребительского поведения отличается многогранностью, поэтому мы остановились на изучении наиболее динамичной студенческой среды. Чаще всего именно студенты являются объектом маркетинговых манипуляций, так как эта среда наиболее восприимчива к новым модным тенденциям и склонна к подражанию членам своей социальной группы. Потребительское поведение студентов характеризуется стремлением к интеграции в своем социальном поле, признанием его ценностей и норм, желанием «быть как все», однако в то же время в данной среде прослеживается тенденция к поиску своей индивидуальности, самовыражению. Потребительское поведение студентов противоречиво и зависит от многих факторов, поэтому требует тщательного изучения и анализа.

В рамках проведенного нами исследования была поставлена цель – выявить основные характеристики потребительского поведения российской студенческой молодежи в условиях глобализации (на материалах Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС при Президенте РФ). Для достижения поставленной цели предусматривалось решение следующих задач: выявить варианты потребительского поведения студенческой молодежи, выяснить отношение студентов к рекламе товаров и услуг, определить позицию студентов в отношении приобретения новинок на рынке товаров и услуг.

Потребительское поведение и установки студенческой молодежи изучались на основе данных социологического исследования, проведенного авторами работы методом анкетирования студентов Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС (n = 300 человек) в марте 2016 г. Распределение респондентов по полу и возрасту выглядит следующим образом: 30,3% юношей и 69,7% девушек; 63% опрошенных относятся к возрастной группе от 17 до 20 лет, 22% участников опроса – это студенты 21-23 лет, и 15% респондентов оказались старше 24 лет.

Важным для нашего исследования был вопрос, связанный с изучением покупательской активности студенческой молодежи. Согласно полученным данным, половина опрошенных совершает покупки каждый день, 33,7% респондентов приобретают товары несколько раз в неделю. Определенный интерес представляет собой распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто Вы совершаете покупки?» с учетом половой принадлежности. Анализ показал, что девушки более склонны совершать покупки и делают это чаще, чем респонденты мужского пола. Отметим, что девушек, которые приобретают товары несколько раз в неделю, оказалось на 35% больше, чем юношей. Полученные данные позволяют предположить, что по-прежнему существует гендерная специфика: воспитание в семье, общественная социализация, отличительные черты характера женского пола являются побудительными факторами, определяющими склонность лиц женского пола приобретать товары и услуги чаще, чем мужчины.

Одним из важных факторов, влияющих на количество и частоту совершаемых покупок, является принадлежность к определенной возрастной группе. Проведенное исследование показало, что студенты в возрасте от 17 до 20 лет готовы совершать покупки гораздо чаще, чем обучающиеся более старшего возраста. Во-первых, это можно объяснить тем, что студенты-старшекурсники более рационально подходят к приобретению товаров и услуг, более тщательно выбирают и сравнивают те или иные товары, имея возможность зарабатывать, а следовательно, тратить свои средства, а не родителей. В данной ситуации потребительское поведение имеет более упорядоченный и рациональный характер. Молодые люди более внимательно относятся к приобретению товаров, не всегда стремятся учитывать модные тенденции. Во-вторых, наличие такой тенденции можно объяснить тем, что студенты старших курсов создают семьи, становятся молодыми родителями, и, следовательно, растут и меняются статьи их расходов, при этом характер покупательского поведения становится более рациональным, спланированным.

В ходе анализа социологических данных выяснилось, что около половины опрошенных респондентов тратят свой доход на приобретение продуктов, 13,8% – на одежду, 10,8% – на сигареты, 7,5% – на товары длительного пользования. По данным нашего исследования, в студенческой среде наиболее популярными среди различных форматов торговых точек являются крупные супермаркеты с системой самообслуживания (55% респондентов выбрали этот вариант ответа). Кроме того, в силу своего удобного месторасположения остаются в лидерах небольшие торговые точки рядом с местом проживания молодых людей (30% опрошенных предпочитают такой формат магазина). Наименьшей популярностью среди молодежи пользуются узкоспециализированные торговые точки (мясной или молочный магазин, хлебный отдел и т. д.) и рынок.

Можно предположить, что студенты склонны выбирать крупные супермаркеты из-за большого ассортимента, возможности сформировать свой выбор самостоятельно, без советов продавца. В крупных сетевых магазинах существует тщательный отбор товаров, крупные сети дорожат репутацией, поэтому риск купить некачественный товар снижается. Продавец в крупной сети несет непосредственную ответственность как за качество товара, так и за обслуживание. Персонал данных торговых точек, как правило, более вежливый, внимательный и аккуратный.

Студенческая молодежь зачастую полагается не только на свое мнение при выборе того или иного товара: 44% респондентов предпочитают советоваться с семьей при покупке товаров или услуг, 28,3% – с родственниками и друзьями. Подобное распределение ответов свидетельствует о том, что студенты материально зависят от своей семьи, поэтому вопросы о приобретении того или иного товара решаются и обсуждаются с родственниками, так как они являются непосредственными спонсорами. В тоже время 22% респондентов предпочитают ни с кем не обсуждать решения о своих покупках, что демонстрирует стремление пятой части опрошенных к самостоятельности в покупательском выборе.

Студенческая молодежь является одной из самых интеллектуальных, экономически грамотных групп в молодежной среде. Они более информированы и требовательны при выборе продукта и услуги. В условиях современного информационного общества появляется много возможностей узнать как можно больше о товарах на рынке, провести анализ качества и выбрать наилучший вариант. Для участников опроса важными критериями выбора товара являются срок годности продукта (81% опрошенных выбрали такой вариант ответа), цена (57,9%) и знакомая марка (56%). Каждый второй из

респондентов отметил, что красивая и дорогая реклама не влияет на процесс выбора продукта, что свидетельствует о рациональном, спланированном потребительском поведении значительной части опрошенных.

Влияние рекламы на студенческую молодежь осуществляется как при помощи прямого побуждения к приобретению товара, так и косвенно – методом воздействия на стиль жизни и основные ценности. Целью рекламы является формирование новых потребностей и мотивов потребительской деятельности. Наиболее популярными среди студентов являются рекламные ролики юмористического содержания (43,7%), на втором месте видеоролики с захватывающим сюжетом (26,3%), на третьем месте – видеосюжеты с участием детей (12,7%). При этом девушки намного охотнее выбирали рекламные ролики с участием детей и животных, в то время как юноши предпочитали ролики с юмористическим содержанием и захватывающим сюжетом. Как показывают результаты исследования, лояльность по отношению к рекламе больше проявляют респонденты женского пола, которые дают положительную эмоциональную оценку рекламной информации.

Большинство респондентов (более 60%) отмечают, что продавцы товаров стараются манипулировать их покупательским выбором. В силу своей осведомленности студенты понимают, что необходимо использовать различные формы защиты от манипуляции потребительским поведением. В ходе анализа данных проведенного исследования были получены следующие результаты: 41,7% респондентов ответили, что лучше всего составлять список продуктов перед походом в магазин и ориентироваться на него; 26,3% участников опроса предпочитают ходить по торговому залу в наушниках, не отвлекаясь на яркую рекламу и заманчивые промо-акции; 17,7% опрошенных заявили, что необходимо подвергать сомнению рекламу.

Современный рынок развивается крайне стремительно и продуктивно, предлагая вниманию потребителя все новые товары и услуги [4, 5]. Основной целевой аудиторией новшеств нередко становится молодежь в силу своей открытости и информированности. Выяснилось, что студенты склонны экспериментировать и покупать новый продукт: 40% респондентов выбрали именно этот вариант ответа. Этого говорит о том, что молодые люди готовы к новому опыту, открытиям, риску, что соответствует характеристикам их возрастной группы.

На основе анализа полученных в ходе исследования результатов можно утверждать, что девушки более склонны экспериментировать и покупать новые продукты, чем юноши. Подобную ситуацию

можно объяснить наличием определенных традиций, связанных с тем, что образ российской женщины как хранительницы очага доминирует в обществе, женщина следит за благополучием семьи, ее здоровьем и питанием, и поэтому должна быть в курсе всех новых тенденций в потребительской сфере. Кроме того, считается, что женщины находят в шопинге эмоциональное удовлетворение, а для мужчин, наоборот, это утомительное занятие, поэтому они относятся к походу по магазинам в поисках новинок отрицательно, предпочитая выбирать уже знакомые им товары.

В процессе взросления у человека накапливается опыт, и меняются привычки. На основе данных исследования важно отметить тот факт, что к экспериментам и новинкам более склонны студенты в возрасте от 17 до 20 лет. В группе студентов более старшего возраста появляется тенденция к выбору привычных и проверенных товаров и услуг. Времени у студентов становится все меньше, поэтому они выбирают более быстрый и проверенный тип потребительского поведения: нет необходимости тратить время на выбор товара, изучение его состава, страны изготовителя и т. д. С привычным товаром существует меньше риска ошибиться во вкусе или совместимости с индивидуальными особенностями организма. Поэтому студенты в возрасте от 24 лет предпочитают выбирать товары или услуги, с которыми они были знакомы ранее. Распределение ответов на указанный вопрос студентов в возрасте от 17-20 лет выглядит следующим образом: 64% опрошенных выбрали вариант ответа «люблю экспериментировать и покупать новый продукт», 12% – «покупаю один и тот же привычный продукт». Среди опрошенных в возрасте от 24 лет и старше лишь 30% любят экспериментировать и приобретать новый продукт, а 59 % покупают один и тот же знакомый продукт.

Студенческая молодежь имеет доступ к большому количеству источников информации: интернету, печатной продукции, телевидению и др. В ходе проведенного нами исследования были получены следующие данные: 40% респондентов получают информацию о новинках благодаря телевидению, 15% студентов принимают участие в промо-акциях и дегустациях, 14% ответивших отмечают, что радио является источником получения новой информации о товарах и услугах, 13% пользуются информацией, имеющейся в магазинах, 10% узнают о новинках с помощью печатной рекламы.

Покупка нового товара может сопровождаться различным эмоциональным фоном. Отвечая на вопрос анкеты «Что Вы чувствуете при покупке новой вещи?», девушки отметили, что при покупке новой вещи чувствуют удовлетворение (40,5%), восторг (38,7%), уве-

ренность (22,4%), радость (21,9%), возбуждение (16,7%). В ответах юношей прослеживаются иные тенденции, связанные с тем, что они менее склонны получать от покупок положительные эмоции, испытывая нередко чувство смятения и страха перед покупкой новинки.

Анализ данных проведенного нами исследования показал, что в студенческой среде доминирует рациональная модель потребительского поведения. В силу своей информированности и образованности студенты уделяют внимание качеству товаров и услуг: особенно это касается продуктов питания. Студенты тщательно следят за сроком годности, составом и внешним видом товара. Значимость для потребительского выбора фактора, связанного с рекламой товара, в восприятии студенческой аудитории невелика. При этом студенты отмечают, что не могут не обращать внимания на рекламу и именно реклама является главным источником информации о новинках на рынке. Тщательно выполненная интересная реклама привлекает студентов, заставляя обратить внимание на тот или иной продукт. Анализ собранной социологической информации свидетельствует о том, что существует определенная дифференциация в ответах респондентов, обусловленная половозрастными характеристиками опрошенных. Старшекурсники более консервативны и склонны принимать потребительское решение, основываясь на предыдущем опыте. Студенты младших курсов более склонны к риску, открыты и готовы к приобретению новинок. Девушки проявляют большую покупательскую активность, чем юноши, они более лояльны к восприятию рекламной информации и других маркетинговых коммуникаций. Респонденты мужского пола более консервативны, стремятся к постоянству при выборе той или иной вещи, проявляют большую сдержанность по отношению к новинкам.

На основе результатов проведенного опроса можно сделать вывод о том, что значительная часть опрошенных осведомлена о способах манипулирования потребительским выбором и использует различные способы защиты от манипулятивных действий со стороны коммерческих организаций.

Список литературы

1. Галеева, Р. Б. Изучение предпочтений потенциальных потребителей [Электронный ресурс] / Р. Б. Галеева // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. – 2007. – № 2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-predpochteniy-potentsialnyh-potrebiteley> (дата обращения: 16.12.2015).
2. Ефанова, А. И. Новая схема потребления [Электронный ресурс] / А. И. Ефанова // Актуальные проблемы гуманитарных и ес-

тественных наук. – 2013. – № 12-2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/novaya-shema-potrebleniya> (дата обращения: 20.12.2015).

3. Ильин, А. Н. Потребление и его глобальные последствия [Электронный ресурс] / А. Н. Ильин // Философия и общество. – 2013. – № 2 (70). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/potreblenie-i-ego-globalnye-posledstviya> (дата обращения: 16.12.2015).

4. Бутковская, Г. В., Старостин, В. С., Чернова, В. Ю. Роль персонифицированного подхода в формировании потребительского спроса в ритейле / Г. В. Бутковская, В. С. Старостин, В. Ю. Чернова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2017. – № 2 (39). – С. 126-130.

5. Ядова, Н. Е. Цели и задачи коммуникационного менеджмента как фактора развития технологических предпринимательских структур / Н. Е. Ядова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2016. – № 4 (37). – С. 189- 194

УДК 332.1

Л. Н. Липатова, В. Н. Градусова

Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления РАНХиГС

И. Г. Кильдюшкина

Саранск, НИИ гуманитарных наук при Правительстве РМ

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ МОЛОДЫХ КАДРОВ ДЛЯ НАУКИ И ИННОВАЦИОННЫХ ПРОИЗВОДСТВ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ

Активизация инновационной деятельности способствует комплексной модернизации экономики, обеспечению ее устойчивого и сбалансированного развития, является важным инструментом реализации конкурентных преимуществ экономических систем (отраслей, комплексов, предприятий). Поэтому изучение инновационных процессов является одним из приоритетных направлений научных исследований в области управления экономическими системами.

В мировом рейтинге 2017 г., формируемом на основе оценки инновационного потенциала, Россия занимает 45-е место, опустившись на две позиции по сравнению с предыдущим годом [1]. Внутри

страны инновационная активность регионов существенно различается. Согласно рейтингу инновационных регионов, формируемому Ассоциацией инновационных регионов России, в 2016 г. Республика Мордовия заняла 14 место в РФ и вошла в группу регионов – средне-сильных инноваторов, поднявшись за год на шесть позиций [2].

Сильными сторонами Республики Мордовия являются: а) высокий удельный вес организаций, осуществляющих инновации, б) относительно высокий удельный вес малых предприятий, осуществлявших технологические инновации, в) высокий удельный вес вновь внедренных или подвергавшихся значительным технологическим изменениям инновационных товаров, работ, услуг, г) достаточный удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме произведенных товаров, услуг, д) участие в конкурсах, проводимых федеральными институтами.

Снижают рейтинг Мордовии следующие показатели: а) низкий объем поступлений от экспорта технологий, б) низкий коэффициент обновления основных фондов, в) низкий ВРП в расчете на одного занятого в экономике региона, г) невысокий удельный вес организаций, использующих инновационные Интернет-технологии.

В числе факторов, сдерживающих инновационное развитие Мордовии молодые специалисты называют слабое кадровое обеспечение наукоемких производств [3]. В условиях модернизации экономики высшие учебные заведения республики занимаются подготовкой кадров для науки – важной социальной отрасли. Основой инновационного технико-технологического прорыва в экономике является качество подготовки и количество инженеров и организаторов производства. Необходимость перемен в этой сфере вызвана нехваткой специалистов, способных на основе достижений в различных областях знаний и передовых наукоемких технологий создавать новые конкурентоспособные продукты [4].

Несмотря на рост инвестиционных вложений в научные исследования в 2013 г. в 3,6 раза к уровню 2012 г., они составляют 0,05% от их объема в экономике региона (по сравнению с 2009 г. произошло сокращение в 1,7 раза). В целом объем научных исследований и разработок за 2009-2015 г. увеличился более чем на 20 %. Затраты на их выполнение сопоставимы с полученным результатом: 5 передовых технологий, 4 из которых – новые для России. Большая часть передовых производственных технологий уже используется в производстве, обработке и сборке (42,2 %), отраслях связи и управления внедренными передовыми технологиями (29,7 %), проектировании и инжиниринге (12,7 %) [5].

В 2015 г. реализовано более 20 важных для республики инновационных проектов в отраслях экономики. Один из них – DATA-центр Информационно-вычислительного комплекса Технопарка в сфере высоких технологий – получил сертификат высшего уровня надежности. В мире его имеют около 30 DATA-центров, в России – единственный в Республике Мордовия. В Технопарке региона введены в эксплуатацию Центр экспериментального производства, Центр нанотехнологий и наноматериалов, ведутся строительные-монтажные работы в Инжиниринговом центре оптоэлектроники. В 2014 г. внимание экспертов и представителей бизнеса привлекли некоторые инновационные проекты и образцы продукции, представленные предприятиями региона на Московском международном форуме «Открытые инновации 2014».

В ходе VIII Самарского межрегионального экономического форума «Кластерная политика – основа инновационного развития национальной экономики», проводившегося 12 сентября 2014 г. под патронажем Минэкономразвития России, представители власти, бизнеса и общественности республики сообща выработали инструменты и механизмы кластерной политики в России, остановились на развитии в Мордовии совершенно нового сектора промышленности – оптоэлектроники в части создания Инжинирингового центра. Сегодня готовность Центра к работе составляет 90 %: фактически завершены строительные работы, приобретается уникальное высокотехнологичное оборудование [6].

Молодые ученые республики работают над стратегическим проектом в сфере высокотехнологичного наукоемкого производства по созданию уникального материала (монокристаллов карбида кремния) для силовой электроники и светотехники нового поколения. Приборы на его основе востребованы мировой промышленностью. Для этого выстроена целая научно-производственная цепочка: Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, Саранский завод «Электровыпрямитель» и «Технопарк-Мордовия».

При позитивной динамике развития наукоемких производств в РМ актуальными остаются вопросы кадрового дефицита. В инновационных условиях развития промышленных предприятий необходимо применять качественно новые подходы к подготовке рабочих кадров и специалистов среднего и высшего звена.

Только за последние годы на модернизацию региональной системы профессионального образования из бюджетов всех уровней было затрачено более 300 млн рублей. В число новых элементов инфраструктуры образовательной системы республики вошли образовательно-производственные комплексы, многофункциональные центры прикладных квалификаций, где любой желающий может

пройти профессиональное обучение, самостоятельно подтвердить уровень рабочей компетенции. К 2018 г. в регионе должны заработать 6 подобных центров [7].

Научные исследования в Республике Мордовия проводят три вуза. Ключевым элементом инновационной инфраструктуры является государственный университет, интегрирующий под своим началом 11 факультетов, 7 институтов, 3 научно-производственных центра, инновационно-технологический комплекс, Республиканский центр новых информационных технологий, 16 научно-исследовательских лабораторий, 5 научно-исследовательских институтов (НИИИС им. А. Н. Лодыгина, Мордовский НИИ сельского хозяйства, НИИ гуманитарных наук при Правительстве РМ, НИИ регионологии МГУ им. Н. П. Огарева, Мордовский научно-производственный институт инженерных изысканий и проектирования), ряд средних и малых инновационных организаций.

Подготовкой кадров для науки занимаются и региональные гражданские институты. В 2017 г. в реестре некоммерческих организаций Республики Мордовия представлены 73 организации, относящиеся к сфере науки и образования.

Развитие профессионального обучения в республике сдерживается, прежде всего, отсутствием системы перспективного заказа на подготовку рабочих специальностей со стороны предприятий. Успех в подготовке специалистов невозможен без заинтересованного участия работодателей. В этом направлении тоже есть некоторые подвижки, например, Саранский завод «Электровыпрямитель» тесно сотрудничает с Саранским политехническим техникумом. Налажен единый учебно-производственный цикл завода «Станкостроитель» и Саранского государственного промышленно-экономического колледжа. Примером эффективного взаимодействия в деле подготовки кадров для республики может служить и сотрудничество ПАО «Биохимик», Кемлянского аграрного колледжа и Торбеевского колледжа мясной и молочной промышленности. Но большинство учебно-производственных комплексов пока работают формально и не всегда отвечают потребностям рынка труда.

Программа развития национального исследовательского университета на 2010-2019 гг. дала значительный импульс к расширению сети студенческих научных обществ, созданию студенческих конструкторских бюро и инновационных центров. Однако при подготовке кадров высшей квалификации встал вопрос сетевого взаимодействия с российскими и зарубежными вузами в образовательной и научной сферах, организации сотрудничества с научными коллективами вузов-партнеров и иностранными учеными для участия в конкурсах грантовой поддержки и международных научных проектах.

Таким образом, для сближения запросов рынка труда и возможностей системы образования в контексте подготовки кадров в Республике Мордовия необходимо тесное сотрудничество учебных заведений с некоммерческими организациями и общественными объединениями работодателей.

Список литературы

1. <https://issek.hse.ru/news/206860724.html>
2. http://www.iregions.org/images/files/presentations/AIRR_26.12.pdf
3. Липатова Л. Н., Игнатъева М. В. Человеческий потенциал экономического развития: федеральный и региональный аспекты // Регионология. – 2014. – № 3 (88). – С. 127-134; Липатова Л. Н., Градусова В. Н., Модин Е. В. Региональная дифференциация экономического развития как угроза экономической безопасности // Управленческое консультирование. – 2016. – № 5 (89). – С. 102-111; Липатова Л. Н., Градусова В. Н., Тулапин С. А. Основные направления государственной поддержки малого бизнеса в Республике Мордовия // Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве РМ. – 2016. – № 1 (37). – С. 105-114.
4. Кильдюшкина И. Г. Инновационные технологии к развитию региональной экономики // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – Казань, 2011. – № 4 (22). – С. 41-47.
5. Известия Мордовии. – URL: <http://izvmor.ru>
6. Сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Мордовия. – URL: http://www.mrd.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/ (дата обращения: 19.10.2017)
7. Известия Мордовии. – URL: <http://izvmor.ru>

А. Г. Манькова

Белгород; Белгородский государственный технологический
университет им. В. Г. Шухова

ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРНЫХ АСПЕКТОВ НА ДЕВИАНТНЫЕ ФОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Общепризнанным фактом является то, что жизнь людей протекает исключительно в непрерывном общении друг с другом. Такого рода контакты подталкивают их к необходимости объединения в социальные группы и институты, и, соответственно, к четкой координации действий каждого члена этих групп. Так, неотъемлемым условием организованной социальной жизни является наличие между людьми неких соглашений, принимающих форму социальных ожиданий, выражаемых в нормах. Без этих норм взаимодействия в социальной группе были бы невозможны в связи с абсолютной потерей социальных ориентиров. Исполнение этих правил обычно контролируется как на уровне малой группы, так и с помощью государственного урегулирования. Несмотря на это, в любом обществе существуют индивиды, чье поведение выходит за рамки этих предписаний. Такие отклонения, вообще говоря, не всегда можно называть негативными. Однако, общество стремится подавлять нежелательные формы поведения, как положительные, так и отрицательные. Так, например, лентяй и трудоголик, богач и бедняк вызывают одинаково неодобрительное отношение к себе со стороны людей, сталкивающихся с ними. Такие девиации (позитивные и негативные) рассматриваются как угроза стабильности общества [1].

К видам негативного девиантного поведения традиционно относят алкоголизм, наркоманию, проституцию, гомосексуализм, бродяжничество, увлечение азартными играми, предательство. Позитивными девиациями считаются: самопожертвование, чрезмерное трудолюбие, героизм. Резонно было бы предположить, что девиантное поведение не имеет «пола». Ведь отклонения того или иного рода можно в равной степени встретить как среди мужчин, так и среди представительниц слабого пола. Вместе с тем, существует множество критериев оценки нормативности и девиаций поведения человека, одним из которых как раз и является гендерный критерий [4].

Изучением влияния половой принадлежности на поведение индивида начали заниматься психологи: З. Фрейд, Д. Сайерс, Н. Чодороу [11]. В то же время получил развитие и полоролевой подход

Ф. Адлера, рассматривавшего влияние социальных ролей на поведение представителей разных полов. Согласно его теории к поступкам, несоответствующим нормам поведения в обществе со стороны женщин, может приводить кризис гендерных стереотипов. При этом наблюдается имитация типично мужского поведения [9]. В социологии влияние гендера на поведение разрабатывал Т. Парсонс в так называемой теории дифференциации социальных ролей. Используя функциональный подход, поведенческие различия между мужчинами и женщинами можно объяснить с социокультурной точки зрения: мужчина должен осуществлять инструментальную функцию (т. е. держать связь с окружающим социумом), в то время как женщине свойственно поддержание отношений внутри семьи (экспрессивная функция) [12].

Стереотипы гендерного поведения задаются в процессе социализации, в котором индивид либо принимает либо отвергает нормы, продиктованные обществом. По мнению Э. Гидденса, современный патриархат с доминированием мужского начала вносит определенный дисбаланс в общество. Наблюдается выраженное неравенство как в трудовой сфере [2], так и в личных взаимоотношениях. Женщины при этом вынуждены ориентироваться на мужчин, а у последних закрепляется потребительское отношение. Такой подход позволяет объяснить, например, насилие над женщиной [3].

Другим известным социологом – Дж. Масионисом – были выделены эффекты, оказываемые гендером на исследователей. К ним он отнес андроцентризм, сверхобобщение, гендерную слепоту, двойные стандарты, интерференцию, гиноцентризм и другие [5].

Все эти исследования внесли немалый вклад в изучение влияния гендера на молодежное девиантное поведение. Половые различия и их воздействие также обусловлены многими факторами: социальными, демографическими и психологическими. Многочисленные исследования и социологические опросы показывают постепенное размытие гендерных границ по отношению к так называемым вредным привычкам (употребление алкоголя, курение, пристрастие к наркотическим средствам среди девушек уже сравнимо с подобными показателями у юношей) [7]. В сравнении со старшим поколением женского пола эти числа оказываются превышенными в разы [6]. В норму начинает входить и употребление ненормативной лексики в молодежной среде. Важно отметить, что во многом проявление того или иного отклонения у юношей и девушек связано с различием понятий «допустимого» и «свойственного» поведенческого стиля. Например, как показывают опросы, пристрастие к сигаретам и алкоголю у мужчин зачастую обусловлено характерными чертами самого

индивида, а у девушек желанием подстроиться под окружение (здесь многое зависит от семьи, круга общения, а также партнера) [8].

Особую роль в современном мире играет повсеместное распространение и использование гаджетов. Несомненно, они значительно облегчают жизнь в плане поиска и передачи информации, позволяют «не выпадать» из бешеного жизненного ритма, но одновременно они просто «убивают» огромное количество времени. По результатам опросов, лишь малый процент респондентов (около 10%) готов отказаться от использования технических новшеств во время отдыха. Подобная «ценность» гаджетов определяется не только наличием игр и запросом «быть всегда на связи», но и глобальное увлечение социальными сетями. Наверное, уже невозможно встретить ни одного представителя молодежной среды, не имеющего аккаунта в какой-либо социальной сети (а большинство зарегистрированы сразу в нескольких). По результатам исследований норвежских ученых были получены данные, согласно которым стало понятно, что симптомы зависимости от социальных сетей схожи с симптомами зависимости от наркотиков и алкоголя [10]. Используя авторскую шкалу, позволяющую оценить степень влияния социальных сетей на жизнь респондента, исследователи пришли к выводу, что женщины гораздо сильнее рискуют попасть в такую зависимость. Это объясняется высоким уровнем беспокойства, стремлением уйти от решения проблем, значительной ориентацией на общественное мнение, боязнью одиночества или отсутствием личной жизни. Представители сильного пола пользуются гаджетами по причине отсутствия интереса к реальной жизни или из-за неуверенности в будущем. Особую опасность данная девиация представляет для подростков (в независимости от половой принадлежности). В последнее время широкое распространение получили так называемые «группы смерти», в которые тайно вступают тинэйджеры. Подобные «игры» представляют собой ряд достаточно болезненных или же опасных для жизни заданий, конечной целью которых является доведение подростка до самоубийства. Тинэйджеры вступают в такие группы ради интереса или чтобы показать свою «храбрость» сверстникам. В конечном итоге, мы получаем дополнительный процент к смертности среди подрастающего поколения, что стало одной из важнейших проблем современности.

Глобализация и свободное использование интернет пространства привели к возникновению еще одного вида девиаций – индивидуальное сверхпотребление. И хотя оно не является отклоняющимся поведением в полном смысле этого понятия, но характеризуется как «странное». Такой поведенческий стиль, разумеется, больше

характерен для девушек (бесконтрольный шопинг, стремление к брендовости, демонстративное потребление, применение пластической хирургии без медицинских показателей). Однако, все чаще в новостных листах юношей проскакивают фото, где они в магазинах примеряют брендовую одежду или аксессуары. Появившееся при этом большое количество «антигламурных» групп, публично высмеивающих такое поведение, ставит демонстративное и неограниченное потребление на грань поведенческих норм, что вскоре может привести к признанию их девиацией.

К сожалению, следует отметить, что подрастающее поколение все больше погружено в зависимость от гаджетов и социальных сетей. Ребенок в три года уже запросто управляется с маминым смартфоном. И, возможно, то, что мы считаем неправильным или чрезмерным в настоящее время, в будущем вполне может стать нормой.

Что же касается современности, даже при некотором размытии четких гендерных поведенческих границ, представление о предпочтительном стиле жизни строятся на традиционном разделении мужского и женского начала. Девиации представительниц слабого пола вместе с тем имеют более выраженный характер, что лишний раз доказывает высокую зависимость от мнения социума. Юноши при их природном стремлении к лидерству, активности и напористости рискуют выбрать девиантную модель поведения в результате конформности и неразвитых механизмов самоконтроля.

Таким образом, мы ознакомились с некоторыми (далеко не всеми) видами девиантного поведения, и особенностями их проявления у мужчин и женщин. Возможность выделить и понять разницу в девиации на гендерном уровне нам дает не только научная литература, но и сама жизнь. Все чаще проявляются новые факторы различного рода, приводящие к отклонениям от привычного стиля жизни индивидов в обществе. И социум дает на это ответную реакцию. Именно поэтому проблема девиантного поведения и влияние на него гендерных особенностей продолжает оставаться актуальной для социологических и психологических исследований.

Список литературы

1. Бахарев В. В., Данакин Н. С. Типология и социальная диагностика девиантного поведения молодежи / В. В. Бахарев, Н. С. Данакин. – Белгород : Ин-т муниципальных проблем, 2009.
2. Бахарев В. В., Надеев Г. А. Гендерная асимметрия в оценке государственных служащих (по материалам социологического исследования) // Научные ведомости Белгородского государственного уни-

верситета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2013. – № 26 (166). – С. 46-52.

3. Гидденс Э. Социология / при участии К. Бердсолл; пер. с англ. 2-е изд., полностью перераб. и доп. – М. : Едиториал УРСС, 2005.

4. Ильяева И. А., Савенкова И. В. Социологический подход к гендерным отношениям в обществе // Известия Томского политехнического университета. Инжиниринг георесурсов. – 2007. – Т. 311, № 7. – С. 107-109.

5. Масионис Дж. Социология. – 9-е изд. – СПб. : Питер, 2004.

6. Шереги Ф. Э. Алкоголизация молодёжи: состояние и тенденции // Центр социального прогнозирования и маркетинга. – URL: <http://www.socioprognoz.ru/publ.html?id=256> (дата обращения: 01.11.2014).

8. Шипунова Т. В., Фомина Д. В. Гендерные особенности девиантного поведения и конструирование его рисков в студенческом дискурсе // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2016. – № 2 (24). – С. 15-22.

9. Adler F. Sisters in Crime. – New York, 1975.

10. Andreassen C. S., Torsheim T., Brunborg G. S., Pallesen S. Development of a Facebook Addiction Scale // Psychological Reports. – 2012. – № 2. – P. 501-517.

11. Chodorov N. The Reproduction of Mothering: Psychoanalysis and the Sociology of Gender. – Berkeley, 1978.

12. Parsons T. Age and Sex in the Social Structure (1949) / T. Parsons // Essays in Sociological Theory Pure and Applied. – Glencoe. Illinois, 1949. – P. 218-232.

О. А. Могутова

Белгород, Белгородский государственный
технологический университет имени В. Г. Шухова

М. М. Ченцова

Белгород, Белгородский юридический институт
Министерства внутренних дел России имени И. Д. Путилина

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ УСЛОВИЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Социокультурные условия социализации имеют достаточно сложную, многоуровневую структуру. В данной статье предлагается рассмотрение группы условий социетального уровня, связанных со статусом и ролью молодежи в современном российском обществе, состоянием и эволюцией его жизненных ценностей, а также с особенностями функционирования институтов социализации.

Молодежь составляет примерно пятую часть населения страны и призвана играть важную роль в современном российском обществе. Однако многие социальные проблемы *молодого поколения* остаются нерешенными.

Во-первых, одной из проблем, обсуждаемых в современной российской социологии молодежи, является проблема *депривации*, т. е. неравного доступа к социальным благам. За последнее десятилетие российская молодежь как особая социальная группа практически ничего не выиграла, но многое потеряла в плане правовом, социокультурном, в реальных возможностях самореализации, претворения в жизнь своих творческих планов, о чем свидетельствуют многочисленные социологические исследования. Социально-экономическая среда, как она сложилась в России переходного периода, в целом неблагоприятна для молодежи в смысле формирования у нее необходимых в новых условиях социальных статусов и ролей. Проводимые в стране реформационные эксперименты сильнее всего ударили по наименее защищенным слоям населения, прежде всего по молодежи, причем незащищенность молодежи является комплексной – финансово-экономической, правовой, социальной и культурной. При рассмотрении составляющих самого процесса депривации индивидуальные личностные черты всегда оказываются менее существенными, нежели объективные структурированные социальные неравенства, способные сохраняться на протяжении длительного времени. Наиболее ярко прослеживается депривация в рамках института образования, особенно в рамках платного образования, будь то вузы или средние школы. Это, в частности, проявляется в том,

что некоторая часть детей в современной России не ходит в школу, а довольно много учащихся отсеивается еще до 9 класса.

Во-вторых, крайне высокой остается *смертность* среди молодых россиян (к 30-летнему возрасту смертность среди мужчин более чем в 2 раза превосходит смертность среди женщин). Негативные демографические процессы в молодежной среде создают серьезную угрозу национальной безопасности страны.

В-третьих, обостряется старая проблема *экономической несамостоятельности* молодого россиянина. Более половины молодых людей считают основным источником своего существования доходы родителей. Находясь в трудном материальном положении, часть молодых россиян находит выход в девиантном поведении, а нередко и в уходе от действительности в мир иллюзий с помощью алкоголя и наркотиков, что вырастает в важнейшую социальную проблему современной России.

В-четвертых, за истекшие два десятилетия в полной мере проявилось *отношение российских властных структур к молодежи*. За это время федеральный орган по делам молодежи неоднократно реформировался в ходе упорядочения структуры федеральных органов исполнительной власти. В ходе последней реорганизации Комитет по делам молодежи был вообще ликвидирован.

Особо важное значение приобретает проблема разработки и практического претворения в жизнь эффективной молодежной политики, поскольку именно ее главной задачей является «создание условий для развития и реализации способностей и потенциала молодого человека и молодого поколения не только в собственных интересах, но и в интересах общества и государства».

Молодежная политика в России, с точки зрения теории управления, осуществляется сегодня на трех уровнях: первый связан с деятельностью структур по делам молодежи в органах федеральной власти; второй представлен конкретной молодежной политикой региона или субъекта Федерации; третий предполагает ее осуществление в условиях местного самоуправления.

Как показывает практика, именно на этом третьем уровне сегодня накопился наиболее значимый комплекс проблем, связанных с разработкой и реализацией молодежной политики. К наиболее важным из них следует отнести: несовершенство существующей нормативно-правовой основы; неадекватность имеющихся социальных ресурсов целям и задачам молодежной политики; множество организационных и кадровых проблем практически одинаковых во всех регионах; отсутствие глубоких теоретических разработок технологии осуществления молодежной политики на муниципальном уровне.

Таким образом, по всем статусным показателям (уровень дохода, уровень удовлетворения потребностей, образовательный уровень, отношение к власти) отмечается ухудшение социального положения молодежи.

Что касается роли молодежи в современном российском обществе, то практически всеми исследователями отмечается тенденция ее снижения. Так, за годы реформ занятость молодежи в материальном производстве сократилась более чем на четверть (в государственном секторе – в 1,5 раза).

Как выяснили социологи, россияне в большинстве своем видят себя наемными работниками. Лишь 7% граждан предпочитают работать на себя. Почему? Эксперты объясняют это тем, что боятся ответственности. Состоявшиеся бизнесмены добавляют, что предприниматель у нас должен не только уметь рисковать, но и всегда быть готовым к тому, что дело прикроют.

Инициативность, предприимчивость, отсутствие страха перед новыми, неизвестными формами деятельности, быстрая реакция на изменяющиеся обстоятельства, как считают социологи, сейчас – относительно редкие качества для большинства российских молодых людей. Именно поэтому по мере развертывания рыночных отношений они все реже попадают в лидерские группы политической, военной, экономической и финансовой элиты, оставаясь аутсайдерами и наименее значимыми практически в любой современной социальной сфере. Большинство молодых россиян не только не реализуют свой интеллектуальный, организационный потенциал, но и не способствуют укреплению и развитию тех нововведений, без которых невозможно осуществить модернизацию российского общества и его интеграцию в мировое сообщество.

Социологи отмечают отстраненность молодежи от процессов модернизации российского общества. Традиционно модернизация в России происходила конфронтационно, реализуя преимущественно волеизъявление лиц, стоящих у власти и имеющих определенную (чаще всего военную) поддержку со стороны некоторой части населения. Эта традиция достаточно полно представлена и в современном обществе, с той лишь разницей, что ранее сторонники курса радикальных реформ в России, в отличие от современных властных структур, имели, приступая к модернизации, достаточно четкое представление о том, чего они хотят, будь то введение христианства, догоняющие Европу петровские реформы, отмена крепостного права или построение социализма в одной, отдельно взятой стране. Это обеспечивало определенную консолидацию общественных сил, помогало выявлять сторонников и противников преоб-

разований и, в конечном счете, способствовало осуществлению задуманной властями модернизации.

За последние годы различные социально-экономические и политически причины привели к усилению роли старших возрастов россиян во всех общественных процессах, даже в формировании новых сфер общественной жизни, будь то фермерство, предпринимательство или банковское дело, которые, казалось бы, ориентированы непосредственно на молодежь, либо непосредственно связаны с ней.

Становление современной российской молодежи происходит в очень сложных условиях ломки старых ценностей, становления новых приоритетов и формирования новых социальных отношений во всех сферах жизни. Отсюда, характерны негативные черты для многих членов нашего общества: растерянность, пессимизм, агрессивность и экстремизм, шовинизм и криминальность, неуверенность в будущем.

Реформирование российского общества привело к быстро растущему расслоению или социальной дифференцированности молодых и общему сокращению конкретных возможностей реализации социокультурных ожиданий практически для всех слоев российской молодежи. Исследования показывают, что молодые люди из разных социальных групп с различным уровнем доходов, образования, местожительством, характером занятости, семейным положением, уже изначально на социальном старте различаются между собой не только материальными возможностями, но и ценностными ориентациями, духовными потребностями, образом и стилем жизни.

Разобщенность институтов социализации (семья, школа, СМИ, армия, общественные объединения и др.), преобладающее, и по существу, негативное влияние средств массовой коммуникации на формирование ценностных ориентаций и социальных установок молодого поколения, создают ряд новых проблем. Данные, полученные разными социологическими центрами, показывают, что в иерархии ценностных ориентаций молодых доминирует значимость ценностей частной жизни.

СМИ стали с конца XX века в России практически единственной системой связи с миром. Они являются важнейшим каналом формирования массового сознания, определенным образом интерпретируют действительность, формируя общественное мнение и образ мира человека. Современные российские СМИ внушают подрастающим поколениям специфический набор ценностей, который густо замешан на словах «деньги», «прибыль», «валюта», «импорт», «таможня», а также на информации о скандалах, катастрофах, эротических картинках. Судя по данным исследований Государственного

научного центра социальной и судебной психиатрии им. В. П. Сербского, в течение суток с голубых экранов наших телевизоров зритель получает свыше ста сцен убийств и насилия с кровью. Самый, может быть, главный грех таких фильмов – убийства, насилие здесь рассматриваются как простейший, а часто единственный способ разрешения проблем. Стычки школьников, еще несколько лет назад напоминавшие безобидную возню, сегодня часто бывают похожими на поединки боксеров и порой заканчиваются увечьями. Нет сомнения, что соответствующие приемы ребята заимствуют у кинокумиров. Еще очень важный, с точки зрения воспитания, момент – женщину в таких фильмах чаще всего представляют как объект насилия, и только. Если подросток не смотрит других фильмов, не читает книг, не ходит в театры (а сейчас таких, увы, большинство), у него может сложиться убеждение, что женщина создана только для насилия.

Завершая характеристику социокультурных условий социализации воспитания социетального уровня, заметим, что, в целом, они не способствуют успешному решению воспитательных задач. Продолжается снижение социального статуса молодежи в современном российском обществе, уменьшается его роль в общественной жизни. Не благоприятствуют воспитанию и изменения ценностного сознания молодежи, происходящие в значительной мере под влиянием средств массовой информации.

Список литературы

1. Корженко, А. Л. Молодежная субкультура как альтернативная форма социализации личности в юношеском возрасте / А. Л. Корженко // Вопросы психологии. – 2010. – № 2. – С. 80-89.
2. Волосков, И. В. Особенности социализации учащейся молодежи / И. В. Волосков // Социологич. исследования. – 2009. – № 6 (302). – С. 107-110
3. Зубок, Ю. А. Молодежный экстремизм. Сущность и особенности проявления / Ю. А. Зубок, В. И. Чупров // Социологич. исследования. – 2008. – № 5 (289). – С. 37-46.
4. Ильин, А. Н. Массовая культура и субкультура: общее и особенное / А. Н. Ильин // Социологич. исследования. – 2010. – № 2.
5. Луков, В. А. Концептуализация молодежи в XXI веке: новые идеи и подходы. (Часть 1) (Часть 2) / В. А. Луков // Социологич. исследования. – 2012. – № 1.

А. М. Нагимова

Казань, Казанский (Приволжский) Федеральный университет

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И РЕПРОДУКТИВНЫЕ ПЛАНЫ МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Современный мир характеризуется лавинообразным ростом различных социальных, политических, экономических проблем, одной из которых является демографическая ситуация в развитых странах мира, в том числе и в России. Страны Западной Европы, вот уже несколько десятилетий переживают ситуацию сокращения рождаемости и стремительного роста доли пожилых людей в структуре населения. Данный процесс негативно отражается в развитии производительных сил и сбалансированности рынка труда. Значимость и актуальность демографической проблемы признается всеми ведущими державами мира. Высокую актуальность данная проблема имеет и для России. Прогнозируемый рост населения позволил бы нашей стране решить большое количество проблем экономического и геополитического характера, таких как заселение малоосвоенных регионов Дальнего Востока и Сибири, оптимизация размещения производительных сил, реформирование системы пенсионного обеспечения и многое другое, так как стабилизация численности населения – одно из важнейших условий перехода к устойчивому эколого-экономическому развитию страны и региона.

В последние десятилетия со стороны государства уделяется большое внимание повышению рождаемости в стране. Приняты и довольно успешно реализуются государственные Программы по поддержке молодых семей и по улучшению демографической ситуации в стране, в результате которых удалось переломить ситуацию катастрофического сокращения рождаемости по всей России. Так в 2005 году было зарегистрировано 10,2 случая рождений против 16,1 случая смертности на 1 000 населения. В 2014 году эти показатели практически сравнились с незначительным преобладанием рождаемости над смертностью (13,3 случая рождений против 13,1 случая смертности на 1000 населения). Ожидаемая продолжительность жизни населения также является довольно показательным инструментом оценки демографической ситуации. Если данный показатель по Российской Федерации в 2004 году составил 65,3 года, в том числе у мужчин – 58,9 лет, у женщин – 72,3 года, то в 2014 году он уже составил 70,3 года, в том числе у мужчин 65,3 года, у женщин –

76,5 лет. Таким образом, проблема рождаемости и продолжительности жизни из частного вопроса индивида превращается в государственную проблему, касающуюся развития производительных сил и даже безопасности государства.

Проведенные нами в 2005 и 2015 годах в Республике Татарстан социологические исследования по изучению репродуктивных планов молодежи показывают, что произошли определённые изменения в восприятии молодежи социальной реальности и планов по деторождению. Исследование проводилось методом анкетного опроса среди населения репродуктивного возраста (до 40 лет), объем выборочной совокупности составил 1085 респондентов на каждом этапе исследования. Следует отметить, что за годы проведения исследований изменилось общественное мнение о причинах низкой рождаемости. По результатам опроса 2005 года рейтинг причин низкой рождаемости возглавили следующие основные проблемы: плохое материальное положение молодых семей и в целом молодежи – 74,8%, отсутствие жилья у молодых семей – 71,3% и маленький размер детских пособий – 57,8%. Последний этап исследования выявил несколько иную последовательность: на первое место вышла такая причина как отсутствие жилья у молодых семей – 70,8%, а такой показатель как «плохое материальное положение молодых семей» занимает второе место – 66%. Маленький размер детских пособий беспокоит 41,6% опрошенных. Такая причина как «отсутствие государственной Программы по поддержке рождаемости» с четвертого места перекочевал на восьмое место – 9,6%, а четвертое место заняла такая проблема как «родители вынуждены учиться, работать, строить карьеру» – 21,9% (Рис. 1).

Нам было интересно узнать мнение респондентов о ходе реализации государственной Программы по поддержке рождаемости, в частности о материнском капитале и родовых сертификатах. Каждый второй опрошенный считает, что такая мера поддержки рождаемости как материнский капитал является хорошей мерой – 50,6%, в то время как остальные респонденты выразили ряд замечаний. Так, у каждого четвертого опрошенного (25,2%) вызывает чувство неудовлетворенности то, что невозможно получить эти деньги наличными, а по мнению 21,9% респондентов за три года из-за инфляции капитал существенно уменьшается. Часть респондентов (19,4%) выразили недовольство тем, что эти деньги невозможно использовать на другие цели, например, на лечение матери или ребенка. А 13% опрошенных считают, что отсутствует реальный механизм использования этих денег (Рис. 2).

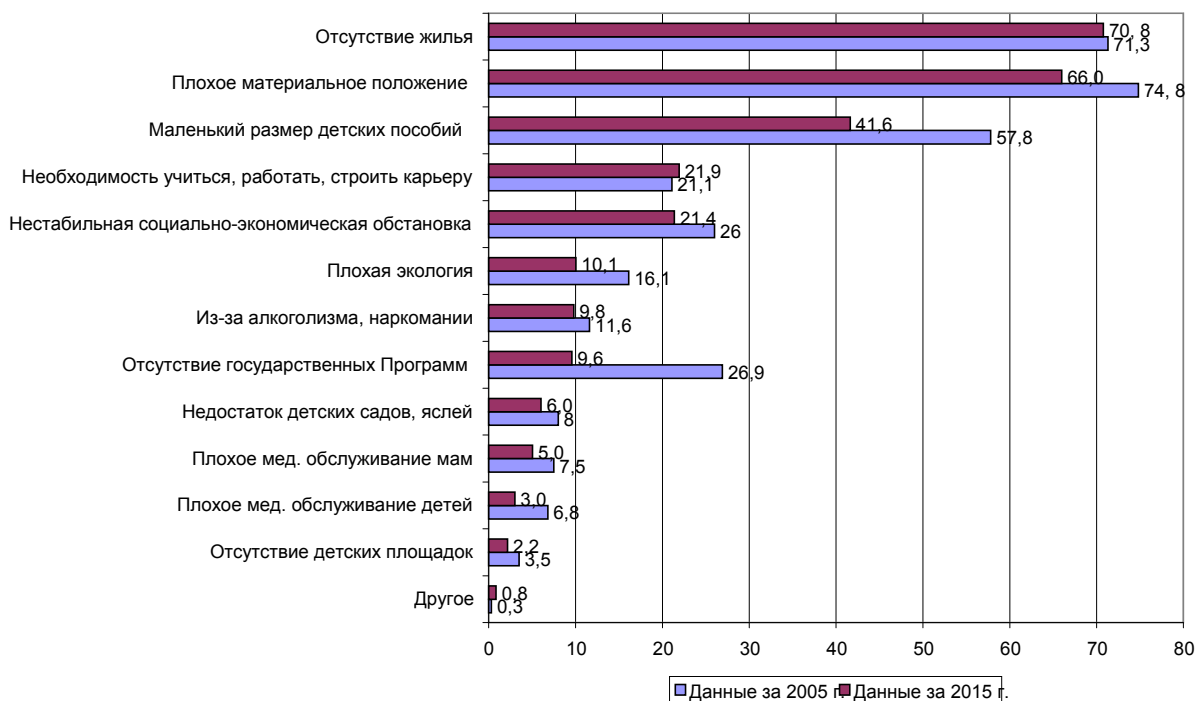


Рисунок 1. Распределение мнения населения о причинах низкой рождаемости в Республике Татарстан (в процентах)



Рисунок 2. Распределение мнения населения о материнском капитале (в процентах)

Что касается родовых сертификатов, то примерно четвертая часть респондентов (26,8%), имевших личный опыт использования родовых сертификатов считают, что данная мера не привела к каким-либо результатам. Треть опрошенных (33,8%) оценило их как хорошую меру, приведшую к повышению качества медицинских услуг в женских консультациях, еще 25,7% респондентов считают, что это привело к повышению качества медицинского обслуживания в родильных домах. Каждый пятый опрошенный (20,6%) считает, что данная мера позволяет выбирать более квалифицированного доктора, а также в результате внедрения данной меры медицинский персонал стал более внимательным (20,6%) (Рис.3).



Рисунок 3. Распределение мнения населения об эффективности введения родовых сертификатов (в процентах)

Изучение репродуктивных планов молодежи показывает, что большинство из них планирует рождение в семье двоих детей. Причем по сравнению с 2005 годом доля молодежи, планирующих рождение двоих детей в семье увеличилось с 37,0% в 2005 году до 51,2% в 2015 году. Также положительной тенденцией является сокращение доли респондентов, не планирующих рождения детей с 23,4% в 2005 году до 10,6% в 2015 году (Рис.4).

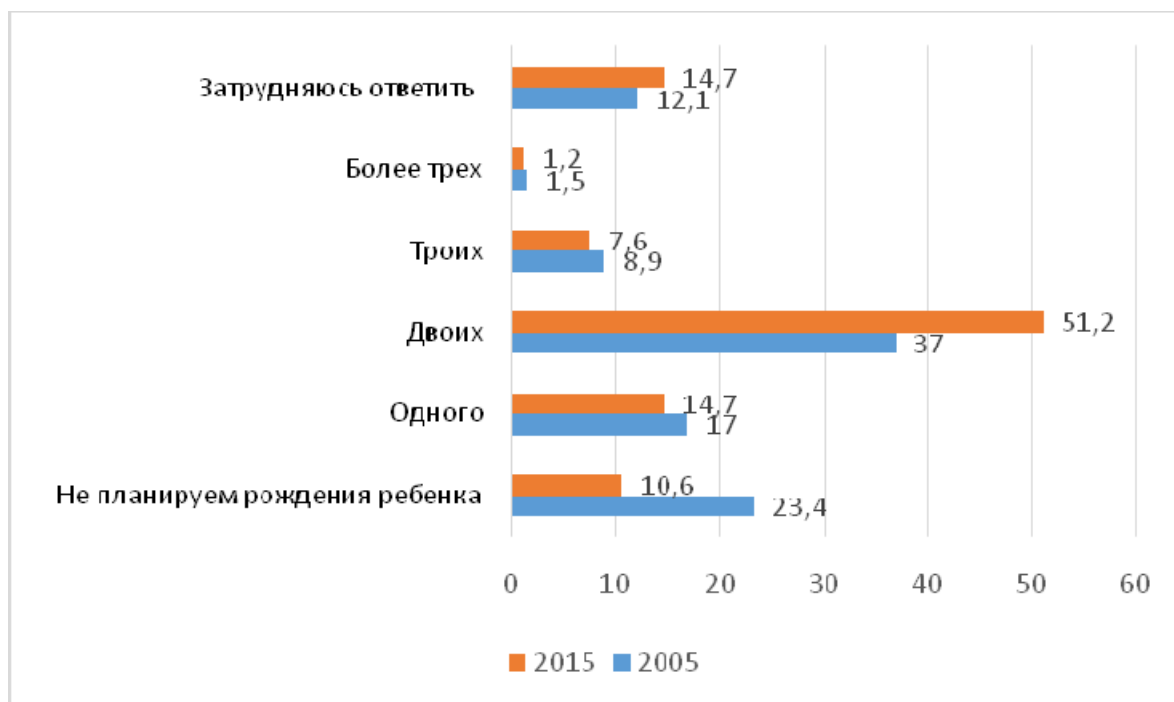


Рисунок 4. Динамика репродуктивных планов молодежи (в процентах)

Таким образом, преобладающей моделью семьи относительно репродуктивных планов молодежи является модель семьи с двумя детьми. При этом следует заметить, что, несмотря на государственные программы по поддержке рождаемости, тенденция формирования модели многодетной семьи практически не наблюдается (менее 10% опрошенных на каждом этапе исследования).

Список литературы

1. Нагимова А. М. Социологический анализ качества жизни населения: региональный аспект. – Казань : Казан. гос. ун-т, 2010. – С. 307.
2. Нагимова А. М. Качество жизни регионального социума: проблемы и перспективы. – Казань : Изд-во «Арифакт», 2017. – 130 с.

Н. Л. Новикова

Саранск, Национальный исследовательский
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва

Р. А. Сайфутдинов

Ульяновск, Ульяновский филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы

ВОИНСКИЕ РИТУАЛЫ КАК ЭЛЕМЕНТ МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

«Мы, прежде всего то, что творит из нас мир, и главные свойства нашей души оттиснуты на ней окружением» [2]. Слова испанского мыслителя приближают нас к пониманию качественно нового состояния современной культуры, в тесном взаимодействии с которой находится армейская молодежная субкультура, для которой характерна специфическая картина мира, определяющая нормативно-ценностные установки и поведение молодежи.

Важным признаком армейской субкультуры является ее национальный характер, поэтому показательно, что армейская субкультура российского общества имеет не только универсальные, но и особенные черты по сравнению с другими странами. В условиях фрагментарности, плюрализации, социальной неопределенности современного общества процессы формирования и поддержания армейской молодежной субкультуры становятся все более сложными. Министр обороны Российской Федерации С.К. Шойгу призвал особо «уделять внимание военно-патриотическому воспитанию молодежи нашей страны и всему, что касается сохранения культурного и исторического наследия Вооруженных Сил России» [11].

Эффективно вести воспитательную работу среди молодежи, целенаправленную подготовку кадров, поддерживать должный уровень боеготовности и боеспособности армии, а также формировать нравственный облик военнослужащего помогают знание и соблюдение воинских ритуалов.

Под ритуалом понимается сложившийся на протяжении жизни многих поколений устойчивый вид общественных отношений, проявляющихся в символической форме и регламентируемых общественным мнением, обычаями, а иногда и законами. Ритуалы эмоционально выражают смысл, содержание традиций, связанных с важнейшими событиями в жизни общества. Сущность ритуала составляет идеология и мировоззрение определенных социальных групп и общества в целом. Ритуалы возникают на основе народного опыта,

в котором на первый план выступает наглядно-чувственная сторона. Испытывая воздействие нравственности, религии, философии, ритуалы не поглощаются ими, а, в свою очередь, влияют на общественное настроение, общественное мнение и в определенной степени на другие формы общественного сознания [9].

В первобытном обществе ритуалы были целостным социальным явлением, в них только наметились элементы воинских и религиозных ритуалов. При первобытнообщинном строе воины выделяются в самостоятельную военную субкультуру со своими ритуалами, церемониями и обрядами, включающие воинственные пляски, песни, которые исполнялись при встречах возвращавшихся после вооруженных столкновений. Обрядовая сторона военной деятельности первобытного человека была связана с необходимостью лучше подготовиться к вооруженному нападению, повторить приемы борьбы, типизировать их, создать необходимое настроение, уверенность в победе. С развитием индустриального и постиндустриального общества и появлением массовых армий воинские ритуалы использовались для идеологической обработки личного состава вооруженных сил в интересах укрепления господства одного класса над другим, в интересах подготовки и оправдания войн[4].

Современные армейские ритуалы – приведение к военной присяге, вручение боевого знамени воинской части, вручение личному составу вооружения и военной техники, подъем и спуск государственного флага РФ – воспитывают у молодых военнослужащих высокие морально-боевые качества, необходимые для победы в современном бою.

Воинский ритуал – это форма поведения и действия военнослужащих при совершении церемоний и обрядов, он представляет собой своеобразные зрелища. Символика, театрализация, образная речь – элементы искусства, присущие воинским ритуалам, выполняющих роль выразительных средств, образно раскрывающих их традиционное содержание. Благодаря наличию в каждом воинском ритуале элементов искусства и их своеобразному сочетанию, ритуалы обладают яркой индивидуальностью и эмоциональностью [6].

Своеобразие воинских ритуалов как элемента молодежной субкультуры в том, что их идейное содержание проявляется в конкретно-чувственной, символической форме. Это становится возможным благодаря использованию характерных для каждого ритуала символов, в качестве которых могут выступать эмоционально окрашенное слово или текст (под символом мы понимаем условный знак, образ, заключающий в себе важную социальную информацию о событии, его смысле, идеях и идеалах) [3].

Воинские традиции наиболее полно выражаются в различных, но обязательно ярких по форме ритуалах: чем выразительнее форма ритуала, тем сильнее его воздействие не только на чувства, но и на сознание молодых военнослужащих. Именно образно-художественная природа воинских ритуалов обуславливает их эмоциональную действенность, влияние на психологию и духовный мир в молодежной военной субкультуре[11].

Воинские ритуалы и традиции – элементы являются элементами молодежной военной субкультуры. Исследователь В. И. Бажуков, занимаясь исследованием военной культуры, утверждает, что в широком смысле военная культура представляет собой все, созданное человеком в области военного дела, в узком же смысле она предстает как комплекс устойчивых, исторически сложившихся на индивидуальном, групповом и массовом уровне установок сознания и моделей поведения человека в военной сфере. Это достаточно сложное, многоуровневое явление, которое включает ценностно-нормативные, духовно-идеологические, знаково-символические и материальные элементы[1].

Военная культура может выражаться в военных обычаях и традициях, воинских обрядах и ритуалах, различного рода знаках и символах. Основными идейно-смысловыми доминантами воинских коллективов Российской армии, которые воплощаются в многочисленных ритуализированных, подчас почти сакральных действиях, выступают: исторические (знамя подразделения, награды подразделения и отдельных сотрудников, летопись); тотемные (название, эмблема, девиз); патриотические (стенды с фотографиями лучших военнослужащих, информация о достижениях ее сотрудников и коллектива, парадная форма одежды); поведенческие (предписываемые в коллективе определенные модели поведения и характерологические черты) символы, традиции, артефакты. С их помощью армейские субкультурные ценности и нормы транслируются от одного поколения военнослужащих к другому [7,8].

Официальные ритуалы призваны формировать высокую нравственную и эстетическую культуру военнослужащих средствами культурно-досуговой деятельности во взаимосвязи с воинским обучением и воспитанием, способствовать служебно-профессиональной адаптации [5].

Новое общество, утверждаясь на исторической арене, создает культуру, быт, традиции, ритуалы, используя достижения и опыт предшествующих поколений. Именно с помощью традиций, ритуалов осуществляется связь между прошлым и настоящим, старшее поколение передает молодому свои чувства, переживания, практический

опыт, взгляды и представления, нормы поведения. Преемственность воинских ритуалов оказывает заметное влияние на развитие культуры и общества в целом.

Список литературы

1. Бажуков В. И. Эвристические возможности антропологического подхода к исследованию военной культуры : автореф. дисс. доктора культурологии. – М., 2009.
2. Бариев Р. Х., Меньшиков А. В., Новикова Н. Л., Сайфутдинов Р. А. Философия, её роль в жизни человека и общества : учебное пособие. – Ульяновск : УлГТУ, 2011.
3. Беляцкая А. А., Новикова Н. Л., Воронина Н. И., Индриков А. А., Левашкина О. Ю., Нешина Е. Б., Петрусевич А. А., Сайфутдинов Р. А., Сиротина И. Л. Человек в мире повседневности : коллективная монография. – Саранск, 2010. – Том Часть II.
4. Логинова М. В., Петрусевич А. А., Сайфутдинов Р. А. Культурология : учебное пособие / отв. редактор Н. И. Воронина. – Саранск, 2012.
5. Сайфутдинов Р. А., Сайфутдинова Р. Р. Язык и культура // В сборнике: Человек. Сознание. Коммуникации. Интернет. V Международная научная конференция. – 2012. – С. 1167-1170.
6. Сайфутдинов Р. А., Петрусевич А. А., Куц Л. Г. Армия и культура : учебное пособие. – Ульяновск : УлГТУ, 2011.
7. Сайфутдинов Р. А. Военный сленг в контексте современной российской армейской субкультуры : диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии. Саранск : Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, 2011
8. Сайфутдинов Р. А. Военный сленг в контексте современной российской армейской субкультуры : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии. – Саранск : Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, 2011.
9. Сайфутдинов Р. А., Пестов Н. А. Военный сленг как специфическая черта армейской субкультуры // Психолого-педагогический сборник. – Ульяновск : УВВТУ, 2011. – С. 20-23.
10. Сайфутдинов Р. А., Сайфутдинова Р. Р. Сленг как признак субкультуры // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры : материалы XIII Конгресса МАПРЯЛ: в 15 т. – 2015. – С. 176-180.
11. Образование и информационная культура: теория и практика : сборник научных трудов / под. ред. В. В. Неижмака. – Ульяновск : УлГПУ, 2017. – 97 с.

А. Б. Пивень, Ю. С. Копылова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ ЗДОРОВЬЯ МОЛОДЕЖИ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

В социально-экономических условиях развития современной России особое значение приобретают вопросы укрепления здоровья населения, увеличения продолжительности активной жизни, создание условий и мотивации для ведения здорового образа жизни, повышения уровня образованности в области сохранения здоровья. Необходима разработка и внедрение PR-политики и информационной пропаганды, способствующих формированию компетентности сохранения здоровья, превращение молодых людей из пассивных лиц в субъектов, наделенных чувством ответственности за свое здоровье, понимающих, что здоровье является основой жизнедеятельности.

Возрастающее значение приобретают новые механизмы, помощью которых соответствующие социальные институты могут обеспечить стабильность и развитие человеческих ресурсов молодежи. К таким механизмам относится социальная реклама, которая помимо информационной функции, решает воспитательные и идеологические задачи. Социальная реклама существует в социокультурном пространстве каждого общества, она создается с учетом ценностей и менталитета общества, базируется на традициях и отражает их в рекламном продукте. Исходя из этого, следует рассматривать социальную рекламу как явление, обладающее значительным потенциалом в укреплении здоровья.

Важным фактором ввозрастания роли исследований социальной рекламы выступает решение задач формирования здорового образа жизни, создания и распространения общественно-значимых навыков культуры здоровья, создания эффективного информационного пространства поддержания самосохранительных моделей поведения. Эффективная социальная реклама должна базироваться на идеях, предполагающих внимательное обновление общественной системы ценностей, адаптацию социокультурных феноменов к новому времени. Помочь в данных процессах способна интеллигенция, которая транслирует социально-культурный опыт и выполняет функции обновления культурного пространства [1, с.43].

Актуальность данной темы связана с рядом обстоятельств. *Во-первых*, в современном мире здоровье человека становится одной из главных инструментальных ценностей, обеспечивающих в условиях жёсткого рынка конкурентоспособность человека, его физическое и профессиональное долголетие, способность зарабатывать средства для собственного существования и жизни семьи. *Во-вторых*, наблюдается необходимость создания эффективной системы профилактических мер и раннего диагностирования заболеваний, обеспечения граждан своевременной и достоверной информацией о факторах, способствующих сохранению здоровья. *В-третьих*, развитие самосохранительной культуры позволит сформировать культуру здоровья, которая в данный момент отсутствует в РФ.

Поведение человека в отношении к своему здоровью опосредует влияние остальных факторов: при одинаковых экологических, социально-экономических, бытовых и прочих условиях жизни, при одинаковой наследственной предрасположенности молодые люди, проживающие в одной семье, имеют разное здоровье. И это определяется различиями самосохранительного поведения, наличием или отсутствием вредных привычек, разным уровнем информированности и грамотности относительно рисков в сфере здоровья и степени активности его поддержания.

Влияние социальной рекламы на человеческие ресурсы, поведение молодежи в сфере здоровья – вопрос новый и до конца не изученный. Есть ряд исследований, которые попытались найти определенные ответы на заданные вопросы. Среди них работы Чукрева П. А. «Реклама и ценности молодежи: социологический анализ», Щербакова В. П. «Трансформация ценностных ориентаций как показатель ее социальной адаптации», Земскова С. Б. «Социальная реклама как коммуникационный ресурс управления», Розенберг Н. В. «Механизмы социализирующего воздействия социальной рекламы» и др. Анализ этих работ привел нас к важной идее. Готовый социальный рекламный продукт – это элемент культурного пространства, который в различных социальных аудиториях действует по-разному.

В поисках конкретизации ответа на данный вопрос мы провели исследование «Влияние социальной антитабачной рекламы на ценности и поведение молодежи» (в 2016 г). Выборка насчитывает 560 чел. В возрасте 15-23 лет (учащиеся школ, ПТУ, ссузов, вузов. Метод сбора информации – анкетный опрос). Теоретико-методологическую базу нашего исследования составили работы классиков социологической теории (диспозициональная теория личности Г. Олпорта, теория социального действия Т. Парсонса, теория «коммуникации здоровья») труды отечественных и зарубежных специалистов в области здоровья, самосохранительного поведения, ценности здоровья.

Результаты нашего исследования свидетельствуют: социальная реклама влияет на молодежь, но ее воздействие неоднозначное в разных сегментах. На вопрос: «Влияет ли социальная реклама на изменение поведения молодежи?» 75% ответили положительно; каждый 4-ый – отрицательно. При этом мнение о необходимости увеличения объема и частоты социальной рекламы обратно пропорционально: четверть придерживается позитивного мнения и три четверти не видят в этом необходимости. Почему?

Результаты опроса показали: антитабачная реклама в чистом виде результативна лишь для 3% молодежи. По мнению молодых людей, социальная реклама, направленная на сохранение здоровья, вызывает чаще отрицательные эмоции: страх испытывают 64%, тревогу – 59%, стыд – 11%. Позитивные эмоции под влиянием социальной рекламы переживает только треть молодых респондентов (32%). Это связано с приемами представления информации и аргументации: в социальной рекламе, по мнению молодежи, более эффективны «шоковые» приемы.

Какие приемы повышают эффективность социальной рекламы?

| | |
|-----------------------------------|----|
| Элементы «шоковой терапии» | 89 |
| Эмоциональные слоганы и лозунги | 45 |
| Насыщенная цветовая графика | 22 |
| Применение юмора, смешных сюжетов | 16 |
| Оригинальный текст | 9 |
| Участие известных людей | 4 |
| Мультипликационный ролик. | 2 |

Более эффективна социальная реклама в сочетании с акциями в поддержку здорового образа жизни, особенно в возрастной категории от 16 до 20 лет. Почти пятая часть (18 %) указала на интегрированное воздействие как на возможный мотив отказа от курения. Также из результатов опроса мы выяснили, что социальная реклама способна формировать необходимые качества в молодых людях, если будет правильно подобраны форма, приемы и аргументы. Большинство респондентов лояльно относится к социальной рекламе и видит в ней положительный потенциал, при условии эффективного сочетания содержания и каналов распространения. Однако грамотный креатив может быть загублен неправильным размещением рекламы; надо учитывать предпочтения молодых людей в формах получения сведений.

Наиболее запоминающаяся форма донесения рекламы:

| | |
|---|----|
| Видеоролик | 53 |
| Визуальные изображения (афиши, плакаты) | 34 |
| Фотографии | 1 |
| Аудиосообщения | 1 |
| Реклама на календарях, ручках, майках | 1 |

Эксперты утверждают, что социальная реклама в формировании лучших качеств человеческого капитала играет важную роль, поэтому нужно ее развивать [3]. У каждого развитого региона должен быть план стратегического развития информационного пространства, основанный на различных способах воздействия. Среди них социальная реклама должна занимать лидирующие позиции. Мнение экспертов: «Социальная реклама должна быть нацелена на создание наиболее конкурентоспособных, по сравнению с другими территориями РФ, условий накопления и сохранения человеческого потенциала». Речь идет о повышении конкурентоспособности региональной сферы образования, улучшении здоровья, новой жилищной политике, развитии культурного пространства. Сфера ответственности социальной рекламы: формирование у населения активного отношения к здоровью, выявление ранней стадии заболеваний, создание среды для конструктивных отношений в семье, использование Интернета в созидательных целях.

Согласно прогнозам экспертов [4, с.19-20], гуманистические ценности здоровья приведут к снижению смертности в трудоспособном возрасте на 34%. За обеспечением нового качества жизни стоят ведущие социальные приоритеты — развитие традиционных семейных ценностей, создание условий для активной и продуктивной жизни людей, уважение жизни своей и других людей.

Здоровье населения как важнейший компонент или интегральный показатель качества жизни в объективных его проявлениях отражает сложную совокупность экономических, социальных, демографических и иных процессов, протекающих в обществе, уровень его экономического и культурного развития. Оно формируется и поддерживается совокупностью условий жизни, которые не остаются неизменными, а также характером поведения людей во всех сферах деятельности. Однако, понимая ценность здоровья, молодые люди не могут отказаться от вредных привычек.

В нашем исследовании выявлено: 36% курящих респондентов имеют стаж курения от 1-3 лет; 24% – от 3-5 лет; 20% – от 5 лет

и более; только 11% – от 6 месяцев до 1 года. Учитывая все сложности отказа от курения, респондентам было предложено самим выбрать из представленных вариантов те, которые бы реально подействовали на их отказ от курения. Была выявлена зависимость от воздействия лидеров мнений. Для молодежи неформальными лидерами в процессе принятия решения отказа от курения являются их ближайшие «половины» – парни или девушки. Именно их мнение, по ответам респондентов, способно изменить поведенческие установки курильщиков. Это связано с тем, что в данных возрастных группах важным и приоритетным является построение отношений, наличие партнера. Влиятельным для молодых людей является также мнение родителей и друзей. Эти обстоятельства нужно учитывать при создании и продвижении социальной рекламы.

Информационные предпочтения во многом характеризуются консервативностью социальных установок: у молодежи заметно повышен рейтинг таких каналов как телевидение, радио и сети Интернет. Ни для кого не секрет, что пресса теряет свою популярность, а среди молодых людей редко встречаются те, кто предпочитает ее. Если мы хотим сделать социальную антитабачную рекламу эффективной среди молодого поколения, необходимо делать ставку на ТВ, Интернет, радио и рекламные щиты. Все эти предпочтения во многом объясняются социально-демографическими и социокультурными характеристиками молодежи (рис. 1).

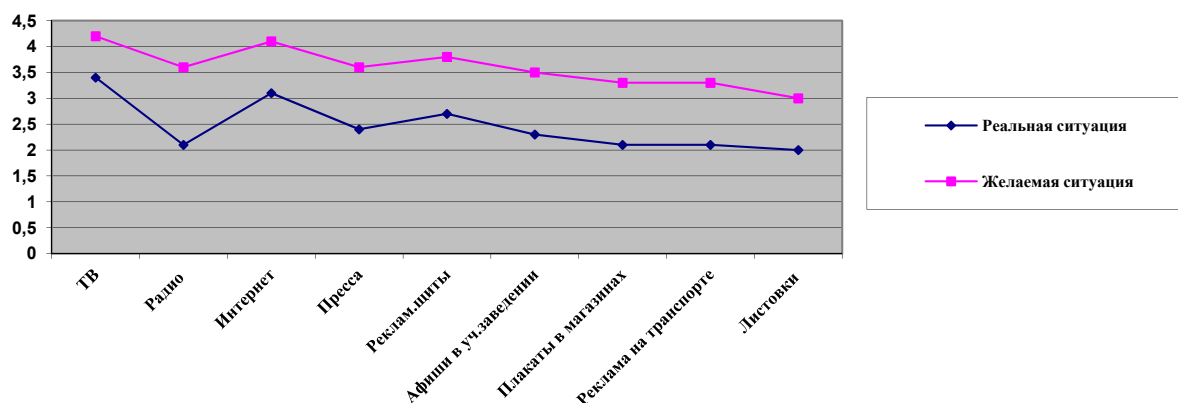


Рисунок 1. Соотношение реальных и желаемых источников получения социальной рекламы (средний балл, $n=5$)

Молодежная аудитория имеет свои коммуникативные предпочтения, которые необходимо учитывать при разработке рекламной кампании. Они заключаются в выборе рекламных носителей,

форме представления и содержании сообщения. Информационная среда перенасыщена однообразной рекламой, что вызывает у аудитории желание избегать ее воздействия, навязчивого проникновения в индивидуальное информационное пространство. А проблемы сохранения здоровья молодежи становятся все острее. Значение ответственного поведения, формирующего здоровье населения, в последние десятилетия приобрело особую актуальность в связи с увеличением количества ВИЧ-зараженных. Эта проблема становится все более острой для различных возрастных групп, особенно – для молодежи. Превентивные стратегии в области ВИЧ/СПИДа должны охватывать широкие слои населения и быть направлены на формирование ВИЧ-нерискованных поведенческих моделей и досуговых практик. Эту функцию выполняет социальная реклама, и можно отметить, что тема борьбы с социальными болезнями стала сегодня одной из приоритетных в рекламных продуктах (табл. 1).

Итак, социальная реклама необходима в управлении человеческими ресурсами региона. Во-первых, она обладает всеми характеристиками социального института, выполняет определенные функции для решения значимых региональных проблем, и эти функции не может в полной мере выполнять ни один другой институт. Во-вторых, деятельность в области социального рекламирования является заметным и значимым процессом, который помогает развитию базовых социокультурных процессов, способствует положительной социальной динамике. В-третьих, социальная реклама является технологией, которая реализуется в общественной жизнедеятельности, она не только находит отклик, но активизирует творчество людей в рамках выдвинутых проблем.

Таблица 1

Темы социальной рекламы, отмеченные молодыми людьми (в%; n = 560)

| | Часто | Иногда | Редко | Никогда | Затрудня- юсь отве- тить |
|--|--------------|---------------|--------------|----------------|---|
| Профилактика вредных привычек (курения, алкоголя, наркотиков) | 91 | 7 | 2 | 0 | 0 |
| Здоровый образ жизни (профилактика ВИЧ-инфекций, личной безопасности) | 88 | 9 | 2 | 0 | 1 |
| Призыв к исполнению гражданских обязанностей (уплата налогов, алиментов) | 0 | 10 | 16 | 39 | 35 |
| Служба в армии | 0 | 2 | 3 | 70 | 25 |

Окончание табл.1

| | Часто | Иногда | Редко | Никогда | Затрудня- юсь отве- тить |
|---|-------|--------|-------|---------|--------------------------------|
| Охрана окружающей среды | 0 | 2 | 14 | 35 | 49 |
| Укрепление семейных отноше- ний (против насилия и равно- душия в семье) | 0 | 34 | 14 | 21 | 31 |
| Помощь социально незащи- щенным слоям, старикам, инва- лидам | 1 | 1 | 8 | 73 | 17 |
| Охрана материнства и детства | 0 | 1 | 1 | 87 | 11 |
| Веротерпимость и толерант- ность | 0 | 0 | 5 | 72 | 23 |

Эффективный социальный рекламный продукт должен учиты-
вать действительные нужды молодых людей; психологические осо-
бенности восприятия информации молодежными аудиториями, на
которые социальная реклама направлена; наделение молодых граж-
дан определенными значимыми ресурсами (знаниями, навыками,
умениями, интеллектуальными способностями, физическим разви-
тием). Это является основополагающим фундаментом формирова-
ния культуры здоровья и человеческого капитала в среде россий-
ской молодежи.

Список литературы

1. Земсков С. Б. Социальная реклама как коммуникационный
ресурс управления // Власть. – 2009. – № 10. – С. 43-48/n/sotsialna
2. Воротилкина И. М. Художественная литература как средство
формирования здорового образа жизни студентов / И. М. Воротил-
кина // Педагогическое образование и наука. – 2010. – № 3. –
С. 88-93.
3. Электронный ресурс: «Горизонт – 30» (код доступа
<http://expert.ru/ural/2015/46/gorizont-2030/>)
4. Слинько А. Е. Социальная реклама как объект восприятия:
основные компоненты эффективного воздействия // Северо-Кавказ-
ский психологический вестник. – 2009. – № 4. – С. 19-22.

В. Б. Петухов

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

**ИНФОРМАЦИОННО-СЕТЕВЫЕ ИСТОКИ
ПРОТЕРРОРИСТИЧЕСКИХ НАСТРОЕНИЙ
В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ И ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ
ИХ НЕГАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

Молодежная аудитория всегда была одним из основных объектов идеологического манипулятивного воздействия со стороны террорократических элитарных слоев. Организаторы и идейные вдохновители терроризма использовали молодежь как многовекторный человеческий ресурс для осуществления необходимой для них подрывной деятельности. По сути, молодые люди, зараженные увлекательно оформленными идеологическими мифами, выступали как марионетки в кровавых устрашающих спектаклях, не понимая истинных целей авторских замыслов, или подпадая под губительное влияние апокалиптических или мессианистских идей [5, 124-128]. Их использовали не только в качестве исполнителей терактов, но и как вербовщиков, посредников, пропагандистов и ретрансляторов терророгенной информации. Угрожающий вызов власти и обществу, осуществляемый молодежью, очень часто завершался смертью, которая, опять-таки, использовалась террорократами как символический message к продолжению борьбы. История терроризма и террористических движений знает немало примеров манипулятивного воздействия террористической пропаганды на молодежь в разных странах и с разными идеологическими целями, начиная с эпохи античности и вплоть до настоящего времени. Однако в данный момент нас интересуют методы и основные особенности протеррористической агитации в условиях информационной революции XXI века, в глобальном пространстве Интернета.

Социально-психологические особенности юношеского поведения предопределили особое внимание организаторов террористической деятельности к молодежи. Конфликт «отцов и детей» в подростковом возрасте, стремление вырваться из-под опеки родителей и обрести самостоятельность и свободу; обостренная тяга к справедливости и юношеский максимализм; повышенная эмоциональная мобильность; гипертрофированное ощущение несовершенства окружающего мира и пассионарные призывы к его переустройству – все это есть закономерные естественные факторы физического и соци-

ально-психологического взросления молодых людей. Однако именно они являются той питательной средой, в которой через различные информационные каналы могут формироваться девиантные экстремистские формы поведения.

За последние пятнадцать лет Интернет превратился в доминирующий информационный источник возможного протеррористического воздействия, сфокусированного на ювенальные группы населения. Глобальный характер коммуникационных взаимосвязей, сетевой принцип сегментированных фреймовых сообщений, скорость получения информации, анонимность корреспондентов и многие другие преимущества виртуального пространства позволили многократно расширить масштабы протеррористической агитации, вербовки, скрытого финансирования и структурной перестройки в деятельности террористических организаций. Заказчики и идеологи терроризма всегда умело адаптировались к новым условиям, возникавшим в соответствии с бурным технологическим развитием сетевой информационной сферы. В начале XXI века они сосредоточились на создании сайтов террористических организаций, демонстрировавших их программные стратегические цели, устрашавших социум публикацией видеороликов с шокирующими кадрами изуверских казней жертв террористических акций. В специальных разделах помещались материалы об истории создания организаций и их символике, фетвы авторитетных религиозных исламистских деятелей, призывавших к джихаду, различные пропагандистские документы. На страницах сайтов размещалось множество фотографий, стихи, аудиозаписи песен джихадистской направленности, инструкции по изготовлению и применению взрывчатых веществ. [1].

Особая роль отводилась изобличению врагов и созданию их демонизированных образов. На многих сайтах предпринимались попытки оправдания собственных насильственных действий и совершения терактов как ответной реакции на репрессии, преследования и другие агрессивные меры со стороны вражеских государственных структур. Иногда представление имиджа «борцов за справедливость и религиозные идеалы» сопровождалось прямой или косвенной апелляцией к западным либеральным кругам с целью легитимации их в мировом общественном мнении. Обычно ради осуществления вербовки новых сторонников, террористические организации и движения встраивают в структуру своих сайтов форумы, чаты и другие формы Интернет общения, посредством которых осуществляется обратная связь.

Анализ содержания протеррористических сайтов показывает, что основным манипулятивным средством привлечения молодежи

на эти электронные ресурсы, является фабрикация «героических» мифов о «настоящих» борцах за будущее идеальное религиозное государство; о неизбежности и необходимости священной войны с неверными, погрязшими в многочисленных грехах и пороках; об «истинных» мусульманских ценностях, которых придерживаются лишь избранные воины – члены данной организации и дружественные религиозные движения. Перечисленные мифы облачаются в яркие, эмоционально насыщенные, привлекательные формы и становятся исходным пропагандистским материалом для дальнейшей идеологической обработки. Обращает на себя внимание усиленная военная атрибутика и концентрированная милитарная направленность таких сайтов, утверждающая военный приоритет в действиях и поступках. В подростковом сознании, неустойчивом, противоречивом, лабильном и подверженном сильным внешним влияниям, подобная мифологизированная модель провоцирует ее дальнейшее закрепление и развитие в стереотипные психологические установки и регулятивы деятельности. Вредоносные способности воздействия террористических сайтов на неокрепшую психику юношей и девушек – не гипотетическое предположение, а реальная практика манипуляции человеческим сознанием, проявившаяся в сотнях конкретных случаев. Известно, что к 2013 году в Интернете насчитывалось около десяти тысяч подобных сайтов, из них около двухсот были составлены на русском языке [4,17]. Проследить последствия их влияния на массовую молодежную аудиторию задача непростая, но вполне возможная.

Тем не менее, в современных условиях, основная угроза протеррористического воздействия на молодежь, кроется не в сайтах, а в социальных сетях, ставших важнейшим и популярнейшим способом повседневной молодежной коммуникации. Главное отличие социальных сетей от сайтов, заключается в расширении психологической свободы пользователя, который путем создания собственной страницы и вольного конструирования ее содержания, формирует вокруг себя личное виртуальное пространство, самостоятельно определяя круг общения. Преимущества социальных сетей в вербовочных и пропагандистских операциях террористов выражаются в широких возможностях осуществления конспиративных контактов вербовщиков и их жертв, более оперативным реагированием на изменение новостного контента, в мобилизации фильтрационных режимов и технологий отбора потенциальных объектов террористического воздействия. Немаловажную роль играет особая атмосфера доверия пользователей к конфиденциальности информационных обменов.

Факт превращения социальных сетей в особый виртуализированный способ вербовки не вызывает сомнений. Не случайно, уже «с 2011 года одной из первых групп, созданных в социальной сети «В контакте» был паблик «Новости джихада в Сирии», который был сформирован, судя по редакционным комментариям, неким россиянином, передававшим непосредственно из Сирии видеосюжеты и текстовую информацию, романтизирующую образы террористов» [6]. Впоследствии этот ресурс стал образцом для дублирования и распространения подобных информационных продуктов в других сетях – «Facebook», «Twitter» и «Telegram» и др. По этому же сценарию действовал, например, Айрат Вахитов из г. Набережные Челны (Салман Булгарский), который через свою личную страницу в «Facebook» выкладывал в 2012-2013 гг. в ежедневном режиме хронику боевых действий террористических группировок, сопровождавшуюся пропагандистскими призывами. Позже, покинув Сирию и перебравшись в Турцию, он «подчистил» свою страницу, уничтожив ранние агитационные материалы. Однако, сам факт большого количества подписчиков на его контент говорит о весьма успешном для террористических вербовщиков использовании индивидуальных сетевых ресурсов.

Арсенал манипулятивных средств протеррористического воздействия, к которым прибегают пропагандисты и агитаторы террористических организаций, весьма широк и разнообразен. Прежде всего, происходит тщательный отбор кандидатур потенциальных жертв через анализ страничек в соцсетях. Изучаются форумные дискуссии, комменты, записи на стене, отзывы, ремарки, объявления, фото и видео, выложенные в сети. Причем, просматриваются различные общедоступные группы, начиная от оппозиционных блогов и религиозных мусульманских сообществ и вплоть до геймеров, любителей экстремальных видов спорта, болельщиков, любителей музыки, восточных единоборств, групп брошенных жен, клубов знакомств и т. д. В зоне риска вовлечения в паутину террористической деятельности могут оказаться такие категории молодежи, как одинокие люди; личности, находящиеся в состоянии стресса или депрессии; лица, имеющие серьезные нерешенные проблемы; романтики; люди, испытывающие обиду на окружающий мир, находящиеся в конфликте с близкими, считающие, что они подвергаются какой-либо дискриминации [3]. Особенно уязвимы для вербовщиков представители подросткового поколения, «заболевшие» чрезмерной компьютерной зависимостью. Профессор И. Ю. Сундиев и доцент А. А. Смирнов в своем аналитическом докладе «Сети и терроризм» назвали их «Digital natives». Авторы доклада считают, что «компью-

тер подменяет (вытесняет) иные средства развития: книги, детские игры с предметами, имитирующие реальные предметы (машины, дома, рабочие инструменты, оружие, одежду), живые объекты. В поколении «Digital natives» не формируются семейные привязанности и само чувство дома, трудовая эстетика, трудовая этика, способность представить себя на месте другого человека, т. е. основы эмпатии, способность к рассуждению об окружающем мире, т. е. основы рефлексии, осознание неправильного поступка на опыте реальных отношений, т. е. совесть» [7]. Вполне естественно, что эти подростки выступают в качестве желанной мишени для вербовщиков.

Среди средств и методов информационного воздействия и манипуляции необходимо отметить фальсификацию фактов, ставку на отсутствие знаний, эмоциональные всплески негодования по поводу каких-либо несправедливых действий властей, упор на противоречивость и несовершенство современного мира.

Сценарии агитационно-пропагандистской деятельности вербовщиков, очевидно, разрабатывались и внедрялись в практику усилиями профессиональных психологов, социологов и конфликтологов. Чувствуется продуманная до мелочей, системная социально-гуманитарная программа, нацеленная на идеологическую обработку и трансформацию мировоззренческих установок для различных типов личности. Система настроена на удаленное общение через Интернет. Она подразумевает последовательное, поэтапное продвижение к намеченной цели. В начале процесса вербовщик занимается сбором информации о личности и установлением тесного дружественного контакта с объектом влияния. Он стремится к максимальному раскрепощению человека, старается стать его ближайшим «новым другом», добиться взаимопонимания и доверия. Нередко вербовщик оказывает объекту влияния морально-психологическую и даже материальную поддержку, всячески демонстрирует желание помочь в решении проблем, возникающих в жизни. На этом этапе очень трудно определить истинные мотивы, движущие «новым другом». Ведь потребность во взаимопонимании и поддержке – одна из важнейших витальных ценностей. Вместе с тем, есть ряд факторов, которые могут насторожить вербуемого: слишком навязчивое желание сдружиться, слишком активный интерес к личной жизни, ошибки и противоречия в легендизированной «биографии» нового знакомого.

На втором этапе ставка делается на разрыв прежних социальных связей. В сознание вербуемого постепенно, но неуклонно, внедряется мысль о враждебности окружающего мира, о господстве в государстве, обществе, городе, школе несправедливости, жесто-

кости, равнодушия, черствости и т. п. Исподволь вносится разлад в отношения с прежними друзьями вербуемого. Акцентируется его внимание на разногласиях в семейных отношениях, на непонимании родителями потребностей и проблем подростка. Главная цель – изолировать молодого человека от его социального окружения, от семьи и друзей, культивировать разочарованность, ощущение чувства одиночества, неприкаянности и беспросветности жизни. С точки зрения противодействия терроризму, в этот период чрезвычайно важным является присутствие рядом близкого человека, способного разорвать возникающие путы.

На третьем этапе агент протеррористического воздействия обычно сосредотачивается на религиозно-догматических вопросах. Человека знакомят с специально подобранными и тенденциозно сфокусированными религиозными текстами. Нередко вербуемому внушается мысль о невозможности «истинного» постижения ислама в российских мусульманских образовательных учреждениях, побуждая получать духовное образование в специальных, «предложенных на выбор», учебных заведениях в мусульманских странах. Агенты террористических организаций стремятся противопоставить «истинным религиозным ценностям» веру и жизнь местных религиозных общин, которые, якобы, искажены мунафиками.

Четвертый этап – это период закрепления контроля над измененным сознанием формирующегося адепта протеррористической организации. На этом уровне происходит ломка психологического механизма критического восприятия действительности, подавление его воли, разрушение национальной идентичности. Возможно также использование сетевыми вербовщиками приемов и методов нейрорлингвистического программирования, в результате которого осуществляются структурные сдвиги в мировоззрении субъекта воздействия. Признаками этого процесса могут служить кординальная подмена понятий, искажение смыслов, полная смена прежних идеалов и ценностей, безусловное подчинение авторитетам и выработка автоматической покорности им. Заключительный пятый этап подводит итог процесса подготовки нового адепта террористической организации. Основная задача агента террористического воздействия – подтолкнуть ведомого им «ученика» к принятию какого-либо решения, выгодного для террористической организации. Это может быть поездка в Сирию, в ИГИЛ «на борьбу с неверными» или участие в терактах на территории России и других государств.

Каковы же формы и методы антитеррористического противодействия информационно-сетевому влиянию на неокрепшую юношескую психику? Прежде всего, блокировка сайтов и сетевых ресур-

сов, вовлеченных в протеррористическую пропаганду, может давать лишь временный эффект. Главные усилия по нейтрализации планов террористов должны предприниматься внутри самого сетевого сообщества. Со стороны общества необходимо мобилизовать возможности создания сетевых групп противодействия, которые взяли бы на себя функции консультативной помощи людям, находящимся в зоне риска протеррористического воздействия. Кроме того, эти группы могли бы заниматься мониторингом сетей для выявления зон риска. В то же время, молодежи важно выработать навыки самостоятельной идентификации потенциальных террористических угроз. Молодым людям следует не распространять в сети подробные сведения о себе, критически относиться к любой информации, получаемой от малознакомых лиц. Не нужно допускать разрушения социальных связей, больше внимания уделять живому общению с людьми: занятиям спортом, участию в различных молодежных объединениях, клубах и т. д. Молодежь в противостоянии террористической пропаганде не должна позволить агентам протеррористического влияния манипулировать собой.

Список литературы

1. Вейманн Г. Специальный доклад № 116. Как современные террористы используют Интернет. – URL: <http://www.crime.vl.ru>.
2. Гладышев-Лядов В. Социальные сети как инструмент для пропаганды экстремизма // Обзор НЦПТИ. – 2013. – № 2. – С. 29.
3. 3. Как понять, что тебя вербуют в ИГИЛ? // Психологическая газета. 18.02.2016. — URL: <https://psy.su/feed/5237>.
4. Методические рекомендации по совершенствованию пропагандистской работы в сфере противодействия распространению идеологии терроризма в субъектах Российской Федерации / под общ. ред. В. В. Попова. – М., 2013.
5. Петухов В. Б. Терроризм как форма социокультурной деструктивности // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 66. – С. 124-128.
6. Сулейманов Р. Методы и формы агитации ИГИЛ в социальных сетях в Интернете // Реальная политика. – URL: <http://real-politic.ru/analitika/rais-sulejmanov-metody-i-formy-agitacii-igil-v-socialnyx-setyah-v-internete-8186>.
7. Сундиев И. Ю., Смирнов А. А. Сети и терроризм. Аналитический доклад. – URL: [http://sartraccc.ru/Pub/sundiev\(25-07-13\).htm](http://sartraccc.ru/Pub/sundiev(25-07-13).htm).

Т. В. Петухова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ОСОБЕННОСТИ ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

Российское общество в начале XXI века настойчиво стремится решить такие социально значимые проблемы гуманитарного плана как сохранение национальной идентичности россиян, формирование чувства любви к России как многонациональному государству, чувства патриотизма. Историческая самоидентичность может служить как источником исторического оптимизма и созидательной активности, так и причиной социального пессимизма, деструктивного социального поведения. Поэтому чрезвычайно важно сохранение позитивной исторической ориентации в оценке российской истории. Усилия для решения этих проблем предпринимаются на государственном уровне: этим целям служит программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы». В УлГТУ кафедрой «История и культура» на протяжении трех лет были проведены конференции, посвященные проблемам патриотизма. В школах и вузах изучается история России. На первый взгляд, у молодых россиян национальная самоидентичность и патриотическая рефлексия должны четко выделяться в системе ценностных ориентаций. Однако практика показывает, что все не так уж благополучно.

Причины, объясняющие данную ситуацию, следует искать в процессе социальной адаптации молодежи. Современные исследователи отмечают, что формирование исторического сознания молодых людей происходит в условиях незавершенности процесса социализации, так как большинство из них имеют трудности в саморегуляции и самореализации. Незавершенность процесса социализации связана с дисфункцией институтов социализации (семья, школа, вуз, армия).

Формирование исторического сознания современной молодежи происходит в ситуации, когда старое «советское» историческое сознание, на котором воспитывалось старшее поколение россиян, было размыто в период 1990-х годов. На смену пусть идеологизированной, но достаточно цельной системе исторических воззрений, не возникли новые ориентиры, позволяющие четко идентифицировать себя со своей страной и ее культурой. История, в большей мере, чем

прежде, стала «служанкой политики», хотя во все времена, включая седую древность, ей была присуща политизированность. После распада СССР началась «чехарда» исторических оценок российского прошлого. Именно это и было фактором, способствующим падению интереса молодежи к истории.

Столяренко Л. Д., Столяренко В. Е. и Фролова В. А. в статье «Историческое сознание российской молодежи: особенности и противоречия» отмечают следующую специфику восприятия истории молодежью:

1) вследствие того, что в обществе упал престиж исторического знания, плюрализм исторических концепций привел к исчезновению критериев исторической компетентности; 2) молодежь не выступает актором исторического знания, и поэтому она ориентируется на наиболее удобные и расшифрованные исторические конструкции, с недоверием относясь к избыточным, по ее мнению, системным историческим конструкциям. Авторы выделяют три уровня исторического сознания молодежи: рефлексивное знание, историческое чувство и повседневные исторические настроения в молодежной среде. Рефлексивное знание, полученное в системе образования, по мнению авторов, противоречно и фрагментарно, что явилось результатом многократного «переписывания истории». Поэтому такие понятия как «державность» и «великие исторические личности» молодежь не впечатляют. Историческое чувство молодежи связано с ценностными ориентирами и восприятием прошлого с точки зрения моральных категорий – добро, зло, хорошо, плохо. Эти оценки формируются исходя из «близкой» истории, и нередко опираются на рассказы старшего поколения, которое было очевидцем этой эпохи. Столяренко Л. Д., Столяренко В. Е. и Фролова В. А. утверждают, что прошлое становится «полем желаемого», которое нельзя найти в современности. Третий уровень исторического сознания связан с актуализацией истории в современной жизни. Здесь прослеживаются различия в исторических предпочтениях молодежи из разных социальных слоев или следование моде, вызванной актуализацией информации о том или ином периоде российской истории в бестселлерах или телевизионных и кинофильмах [3,31-32].

Интерес вызывает социологическое исследование Горшкова М. К. и Шереги Э.Ф. (Российский институт социологии РАН), построенное на итогах опроса разных поколений россиян. Оно показывает различия в восприятии людьми пяти возрастных групп (от 16 до 65 лет) различных периодов российской истории в зависимости от реалий социальной жизни и образования. Так, о чувстве гордости, связанном с деятельностью Петра I, высказывались в конце 1990-х

годов 48 % молодых людей, а спустя 10 лет – только 40%, среди старшего поколения этот процент в 2007 г. был еще ниже – 36%. Это говорит о некотором разочаровании российского общества в «реформаторстве» и «западничестве».

Безусловно, эти особенности восприятия молодежью истории связаны со спецификой ментальности, формируемой жизнью в условиях информационного общества и экранного типа культуры. Предпримем попытку анализа факторов, влияющих на формирование исторического сознания молодежи, с точки зрения сущностных черт культуры XX века, и мы увидим, что восприятие истории молодым поколением полностью соответствует им.

В XX веке на Западе сформировался демократически-технотронный тип культуры, который связан с индивидуализмом, демократией, гарантирующей личности права и свободы, а также ориентирован на инициативность личности как основу успеха рыночных отношений. Как отмечали Горшков М. К. и Шереги Э. Ф., дореволюционный период не является объектом исторической рефлексии молодежи. Смею высказать предположение, что это происходит потому, что в общественном сознании сформирован стереотип дореволюционного периода российской истории как пространства феодальной отсталости и личной несвободы, и даже примеры героической борьбы с деспотизмом не вдохновляют молодое поколение. Некоторая амнезия дореволюционной истории связана с тем, что характер проистекающих в ту эпоху процессов абсолютно непонятен молодежи вследствие исторической удаленности, ведь историческое чувство молодежи связано с «близкой историей». Поэтому сегодня большее внимание привлекает к себе история повседневности, которая значительно ближе молодежи с точки зрения личностного восприятия. Стоит учесть и «вещизм», характерный для нашего времени. Именно он определяет интерес к артефактам повседневной жизни.

Индивидуалистическое начало, присущее постмодернистской культурной парадигме в области исторического сознания проявилось в том, что россияне, в том числе молодые, гордятся достижениями соотечественников в области культуры и искусства: великими писателями, поэтами и композиторами гордятся 76,1% молодых людей в возрасте 16-25 лет и 66,7% лиц в возрастной категории 26-35 лет. Этот показатель иллюстрирует и другую черту постиндустриального общества: нематериальный характер основных ценностей.

Горшков М.К. и Шереги Э.Ф. отмечают, что россияне, включая молодое поколение, гордятся успехами советской науки и техники.

По данным исследования Горшкова М.К. и Шереги Э. Ф. достижениями в области космической техники и полетом Ю. Гагарина в космос гордятся более 50% представителей возрастной группы от 16 до 35 лет. Данная ситуация также находит объяснение в социокультурной жизни всего мира и России. Техногенная цивилизация, складывающаяся в России, и соответствующая модель научного знания, ориентированы на матезис. Поэтому в гуманитарных науках все чаще предпринимаются попытки использования математических методов для изучения исторических явлений.

Для культуры постиндустриального общества характерна ситуация, когда общество постоянно меняет свои основания и происходит перманентная генерация идей, образцов, концепций, ценностных ориентаций. Таким образом, постоянное «переписывание» истории есть, в какой-то мере, веление времени. Тем более что это соответствует такой черте современной культуры как непрерывная погоня за новизной. Задача состоит только в том, чтобы отказываясь от несовременных трактовок исторических событий, не потерять единство смыслового поля истории России и историческую преемственность поколений. Результатом этих же социально-культурных процессов явилась, на мой взгляд, и фрагментарность исторического знания молодежи, которая связана с «клиповым» восприятием действительности в условиях современной экранной культуры.

Исследователи современной культуры отмечают такую ее черту как мозаичность. Современное историческое знание молодежи прекрасно подходит под определение мозаичности. Потому что нередко оно состоит из множества случайных, соприкасающихся между собой, но не образующих единую конструкцию фрагментов.

Экранная культура сформировала и способы получения «исторической» информации, которые, к сожалению, больше ориентированы на ее получение вне сферы профессиональной исторической науки. Недавно с удивлением услышала от студентов, что Олег Рой пишет исторические романы. Не умаляя достоинств автора, нужно сказать, что назвать его автором исторических произведений нельзя, хотя он и помещает своих героев в определенные исторические периоды российской истории (роман «Письма из прошлого»), хотя бы уже потому, что главные герои его произведений не являются историческими личностями. «Мода» на интерес к тем или иным историческим событиям также нередко диктуется телесериалами или кинопрокатом. Хочется сказать еще об исторических фильмах и сериалах 2000-х годов. Следует отметить, что историческая канва не всегда передается правдиво, хотя и чувствуется опора на исторический материал. Наверное, с учетом выше изложенных особенностей

восприятия молодежи, следует больше передавать мироощущение людей, которые жили в это время, показав их помыслы и бытование в реальной действительности того времени. Такие киноленты уже существуют сегодня. Примером может служить сериал «Оттепель» о жизни поэтов-шестидесятников. В целом очень хорошая задумка, но в фильме резало глаз постоянное пьянство главных героев. Думаю, что это исказило восприятие молодежью действительности периода хрущевской оттепели.

Европеизация и американизация образа жизни россиян также накладывают отпечаток на историческое сознание молодежи. Столяренко Л. Д., Столяренко В. Е. и Фролов В. А. утверждают, что современное образование не способно сформировать системное историческое знание. На мой взгляд, такое положение дел связано с пертурбациями, которые испытали среднее и высшее образование в последние десятилетия, в духе Болонского процесса. В духе прагматизма, присущего современной культуре, молодые люди оценивают «полезность» изучения того или иного предмета в школе. Внимание к изучаемым в школе дисциплинам определяется выбором направления дальнейшего образования в вузе: «технари» уверены, что история им совершенно не нужна, поэтому к предмету нет должного внимания. Перемещение истории в разряд обязательных дисциплин с обязательным ЕГЭ может исправить данную ситуацию.

В современных условиях необходимо подойти к формированию исторического сознания молодежи в соответствии с реалиями техногенной цивилизации и постиндустриального общества. В преподавании истории не стоит следовать за обыденным пониманием истории как «кладбища» никому не нужных фактов, а нужно сделать ее живой, чтобы превратить молодежь в акторов исторического знания. В плане «оживления» истории удачный пример нам явила зародившаяся в Сибири акция «Бессмертный полк». Интересен тот факт, что эта акция имеет своего советского «предка»: учащиеся 121-й школы прошли по улицам Новосибирска с портретами ветеранов войны. Потом ее возродили в 2007 г. в Тюмени, а под названием «Бессмертный полк» она впервые прошла в Томске в 2012 году, с 2013 года акция была поддержана населением сотен городов России и даже за рубежом. Большую помощь здесь могут оказать исторические клубы и другие общественные молодежные движения. Трудно переоценить деятельность поисковых отрядов, возвращающих из небытия имена без вести пропавших воинов. Возможно, необходимо даже выделить концептуальные блоки, имеющие первостепенное значение для конструирования исторических мифов, формирующих историческую память молодых россиян.

Завершая статью, хочется солидаризироваться с авторами монографии, посвященной результатам изучения исторического сознания молодежи. Они определили современный оптимальный подход к формированию исторического сознания молодежи так: «Гордость без ностальгии», суть которого заключается в следующем – «Мы строим настоящее и обращены в будущее. За нами великое и славное прошлое, наследие которого мы сохраняем и поддерживаем. В прошлом у нас, как и у всех, были темные пятна, но мы либо преодолели их последствия, либо преодолеваем» [4].

Список литературы

1. Горшков М. К. Шереги Э. Ф. Историческое сознание молодежи // Вестник Российской Академии наук. – 2010. – Т. 80, № 3. – С. 195-203.
2. Историческое сознание российской молодежи : монография / под общ. ред. В. С. Алексеева. – М. : Издательство Московского гуманитарного университета, 2015. – 115 с.
3. Столяренко Л. Д., Столяренко В. Е., Фролов В. А. Историческое сознание российской молодежи: особенности и противоречия // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 3. – С. 31-35.

УДК 316.422

А. В. Савинова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ИНЖЕНЕРЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Дальнейшее развитие и место России в мире во многом зависит от выхода на качественно новый уровень в области инновационного развития. Подписанная Президентом РФ Стратегия научно-технологического развития страны предполагает трансформацию науки и технологий в ключевой фактор развития и обеспечения способности страны эффективно отвечать на «большие вызовы» [1]. Университеты, наряду с другими организациями, становятся фундаментом обеспечения такого развития.

Одной из угроз модернизации российской экономики является несоответствие текущего профессионального уровня многих специ-

алистов высоким современным требованиям к их квалификации. В совокупности с сокращением инновационного цикла (уменьшением времени между получением новых знаний и созданием и выводом на рынок инновационных продуктов), международной конкуренцией за талантливых высококвалифицированных работников и их оттоком из России эта проблема становится наиболее актуальной.

Одними из важнейших агентов модернизации являются инженеры. Чтобы реализовывать стратегию научно-технологического развития, они должны соответствовать определенным критериям: с одной стороны, требованиям современного образовательного стандарта, а с другой – требованиям потенциальных работодателей.

В современном высшем образовании наметилась тенденция взаимодействия вуза и промышленных предприятий не только в вопросах организации практики, но и обсуждения образовательного процесса, формирования у выпускников необходимых современной экономике компетенций. Полученные знания, умения, навыки должны опираться и на практический опыт, что способно сделать выпускника технического вуза более конкурентоспособным на рынке труда [2, с. 417]. Несмотря на то, что развитие системы привлечения работодателей к созданию образовательных стандартов и аккредитации образовательных программ включено в Концепцию Федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы [3], процесс по приведению в соответствие требований образовательных стандартов и работодателей движется медленно.

В 2016 году Исследовательский центр портала Superjob.ru опросил 1000 менеджеров по персоналу относительно требований к кандидатам при приеме на работу и представлений о них со стороны студентов [4]. Выяснилось, что работодателям важна мотивация к работе, готовность развиваться и учиться, а также активная жизненная позиция. Студенты и выпускники вузов уверены, что работодатель, прежде всего, смотрит на опыт работы и только потом на готовность учиться и развиваться. А ведь опыт работы как важный фактор назвали только 10% HR-специалистов.

Важной составляющей функциональности реализуемой стратегии научно-технологического развития России является уровень готовности будущих инженеров. С целью уточнения мнений студентов нами было проведено социологическое исследование «Успешный инженер в оценках студентов технических вузов», выборка составила 585 студентов разных курсов инженерных направлений. Мы также выявили субъективную оценку будущими инженерами требований работодателей при приеме на работу. Сравнительный анализ исследования Superjob.ru и авторского опроса представлен на рисунке.

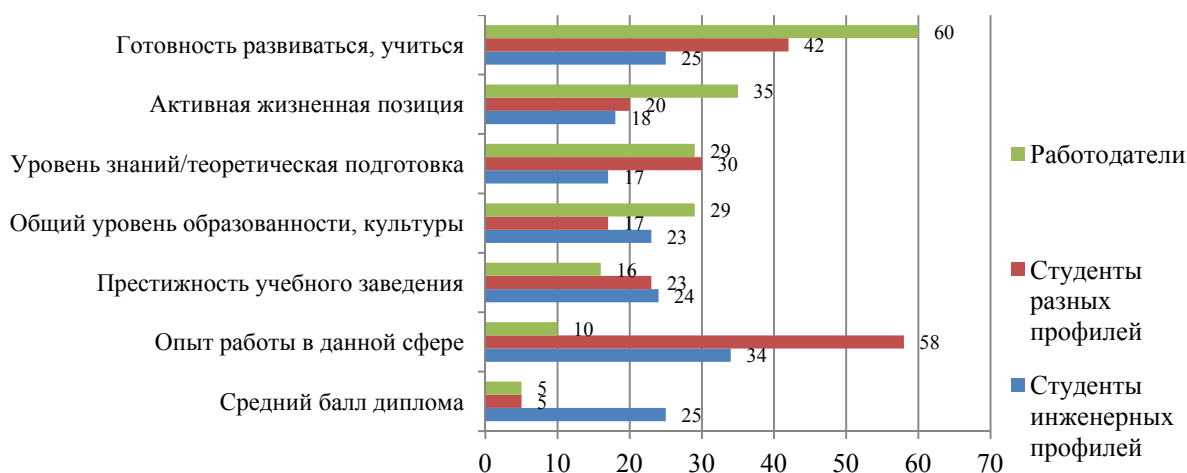


Рисунок 1. Требования к специалистам работодателей и представления о них студентов (в %; n= 1000 и 585)

Помимо неверных представлений о будущем процессе трудоустройства, мы выявили смещение акцентов при построении карьеры инженера в сторону материально-статусных целей. Около 50% опрошенных студентов связывает свою карьеру с достижением материального благополучия, треть – с получением высокого социально-профессионального статуса; только шестая часть будущих инженеров (16%) рассчитывает в ходе построения карьеры развить и реализовать свои профессиональные способности, еще меньше студентов увлечено идеей открытия бизнеса (6%). Интересно, что престижной профессией инженера считает лишь половина опрошенных, у трети не до конца сформировано отношение, а 13% видят в ней перспектив вовсе.

Важным аспектом исследования было выявление уровня освоения профессиональных компетенций. Мы выявили, что студенты наиболее уверены в овладении организационно-управленческими компетенциями, а наименьшее внимание, по их мнению, уделяется формированию компетенций в сфере управления проектами. Интересно, что именно эти компетенции студенты считают наиболее важными для современного инженера. Для качественного формирования профессиональных и личностных компетенций будущих инженеров недостаточно аудиторных занятий. Существует много форм учебных занятий, в ходе которых студенты могут приобрести практические умения и навыки. Для большинства студентов наиболее важными являются самостоятельная проработка проблемных заданий и подготовка докладов на научно-практические конференции (таблица 1).

**Отношение к формам развития профессиональных навыков
и умений (в % от числа опрошенных, n = 585)**

| Какие формы деятельности ты используешь вне аудитории для формирования профессиональных навыков и знаний? | Всего | Успехи в учебе | | | |
|---|-------|----------------|-----|-----------|------------|
| | | Отл | Хор | Удо вл | Долж н. |
| Самостоятельная проработка проблемных заданий | 76 | 75 | 79 | 77 | 62 |
| Подготовка докладов на научно-практические конференции | 61 | 74 | 65 | 53 | 44 |
| Участие в научных проектах кафедры | 36 | 61 | 34 | 33 | 21 |
| Проведение собственных исследований | 29 | 38 | 27 | 27 | 30 |
| Практическое освоение навыков по профессии | 47 | 58 | 46 | 37 | 59 |
| Участие в олимпиадах и конкурсах | 37 | 49 | 35 | 43 | 27 |

Таким образом, для успешной модернизации российской экономики в технологическом секторе необходимо повышение имиджа инженерных профессий среди молодых инженеров. Развитию необходимых профессиональных компетенций будут способствовать новые формы занятий, а также практико-ориентированное обучение. Это невозможно без тесного взаимодействия с потенциальными работодателями: с одной стороны, в области формирования требований к выпускникам, актуальным на современном рынке труда, а с другой – в реализации теоретических наработок на практике.

Список литературы

1. Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс] // Портал «Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации». – Режим доступа: <http://sntr-rf.ru/materials/strategiya-nauchno-tekhnologicheskogo-razvitiya-rossiyskoj-federatsii-na-dolgosrochnyy-period/>
2. Астахов, С. М. Требования федерального государственного образовательного стандарта к профессиональной подготовке специалиста с инженерным университетским образованием / С. М. Астахов, Ю. И. Брезгин // Вестник строительства и архитектуры : сборник научных трудов. – Орел, 2010. – С. 409-423.
3. Концепция Федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/mlorxfXbbCk.pdf>
4. Работодатели не понимают поколение Y. [Электронный ресурс] // Исследовательский центр портала Superjob.ru. – Режим доступа: <https://www.superjob.ru/research/articles/111816/rabotodateli-ne-ponimayut-pokolenie-y/>

Р. Р. Сайфутдинова, Р. А. Сайфутдинов
Ульяновск, Ульяновский государственный
педагогический университет им. И. Н. Ульянова

ВОЛОНТЁРСКИЕ ДВИЖЕНИЯ КАК КОМПОНЕНТЫ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

Одним из самых главных критериев, используемых при оценке состояния общества, является положение молодёжной среды. Это обусловлено тем, что она представляет собой особую социально-демографическую группу, которая будет иметь активное влияние на развитие общества на современном этапе.

«Молодежная политика» как понятие появилось в общественно-политической и научной литературе в 1950–1960-е гг. и было связано со становлением молодежи как самостоятельной социальной силы и ее самоопределением в социально-политическом пространстве. К 70-м гг. XX в. молодежная политика в большинстве развитых стран становится самостоятельным направлением государственной политики. Это находит выражение в принятии законов и специальных программ, связанных с широкой реализацией прав молодежи в сфере образования и трудоустройства.

К началу 90-х гг. XX в., по данным ООН, в мире насчитывалось более 100 стран, принявших специальные законодательные акты по вопросам развития и социальной защиты молодежи. Около 90 стран имеют на высшем государственном уровне органы и структуры, непосредственно вырабатывающие и координирующие государственную молодежную политику [2].

Государственная молодежная политика – это направление деятельности государства, представляющее собой систему мер нормативно-правового, финансово-экономического, организационно-управленческого, информационно-аналитического, кадрового и научного характера, реализуемых на основе взаимодействия с институтами гражданского общества и гражданами, активного межведомственного взаимодействия, направленных на гражданско-патриотическое и духовно-нравственное воспитание молодежи, расширение возможностей для эффективной самореализации молодежи и повышение уровня ее потенциала [1].

Из вышесказанного можно выделить несколько ключевых моментов:

1. Молодёжная политика – это комплекс определённых действий со стороны государства, которые с разных сторон позволяют наиболее эффективно реализовать мероприятия, направленные на развитие молодёжной среды и способствуют личностному росту каждого представителя этого социально-демографического слоя общества.

2. Молодёжная политика – реализуется наиболее качественно только при взаимодействии с институтами гражданского общества и гражданами.

3. Молодёжная политика – это комплекс направлений деятельности, которые позволяют наиболее эффективно влиять на молодёжь, развить в ней именно те качества, способствующие не только личностному росту, но и профессиональному (гражданско-патриотическое и духовно-нравственное воспитание молодежи, расширение возможностей для эффективной самореализации молодежи и повышение уровня ее потенциала).

Глобальные тенденции убедительно доказывают, что стратегические преимущества будут у тех государств, которые смогут эффективно и продуктивно использовать инновационный потенциал развития, основным носителем которого является молодёжь.

Молодежь России как наиболее восприимчивая и мобильная часть социума поддерживала прогрессивные реформы и претворяла их в жизнь. Патриотические устремления молодежи развивали науку и промышленность, обеспечившие рост экономики и улучшение качества жизни.

Новые вызовы, связанные с изменениями в глобальном мире, новые цели социально-экономического развития страны требуют системного обновления, развития задач и механизмов государственной молодёжной политики.

В настоящее время большую популярность набирают различного рода волонтерские организации и движения, которые способствуют молодежи самореализоваться в различных областях.

Таким образом, добровольческая (волонтерская) деятельность – способ самовыражения и самореализации граждан, действующих индивидуально или коллективно на благо других людей или общества в целом. А доброволец в свою очередь – это гражданин, осуществляющий деятельность в форме безвозмездного труда на основе договорных отношений и преследующий социальную, благотворительную и иную общественно полезную цель.

Волонтерская деятельность имеет большое значение для молодёжной политики и образования, так как – это эффективный

метод формирования и развития их знаний и навыков, духовно-нравственного и трудового воспитания, а также средство реализации профессионального интереса в карьерном росте, особенно в части получения опыта общения в коллективе и получения специальных знаний и навыков, необходимых в жизни, инструмент социализации.

В настоящее время активно развивается всероссийское общественное движение «Волонтёры Победы», российское движение школьников, «Волонтёры медики» и многие-многие другие, чья деятельность направлена на развитие у молодёжи патриотизма.

Целями Всероссийского общественного движения «Волонтёры Победы» являются:

- сохранение исторической памяти о Великой Отечественной войне;
- содействие в гражданско-патриотическом, духовно-нравственном воспитании граждан;
- развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защита самобытности, культуры и традиций народов Российской Федерации;
- сотрудничество с общественными организациями, осуществляющими свою деятельность в сфере гражданско-патриотического воспитания.

Для организации целей решаются следующие задачи:

- осуществление пропаганды гражданственности и патриотизма, воспитание правовой культуры и высокой нравственности, четкой гражданской позиции, постоянной готовности к сознательному, бескорыстному, добровольному служению своему народу и выполнению своего конституционного долга;
- осуществление мероприятий, направленных на познание историко-культурных корней Отечества, его судьбы, неразрывности с ним, гордости за сопричастность к деяниям предков и современников, и исторической ответственности за происходящее в обществе и государстве;
- информационное содействие в поисках пропавших без вести солдат Великой Отечественной войны;
- организация и проведение культурных, спортивных и иных мероприятий;
- содействие объединению усилий коммерческих и некоммерческих организаций, деловых кругов, отдельных граждан, движимых стремлением внести свой вклад в сохранение памяти об участниках Великой Отечественной войны, памяти о павших при защите Отечества;

- осуществление взаимодействия с заинтересованными органами государственной власти и органами местного самоуправления, общественными объединениями, религиозными организациями, научными, образовательными, спортивными и иными учреждениями по вопросам деятельности движения;

- поддержка духовно-нравственного, гражданского и патриотического воспитания граждан Российской Федерации через вовлечение их в социально полезную деятельность, организацию и проведение различных мероприятий;

- инициирование, разработка и реализация международных, федеральных, региональных и муниципальных программ и проектов, направленных на увековечение памяти погибших при защите Отечества, а также на гражданско-патриотическое и духовно-нравственное воспитание граждан Российской Федерации» [3].

В основе деятельности этого движения лежит гражданско-патриотическое воспитание молодёжи и сейчас у этой организации имеется активная поддержка на всех уровнях государственной власти, так как их деятельность является одной из основных направлений молодежной политики государства.

С момента образования «Волонтёров Победы» в их рядах насчитывается более 159 тысяч человек, среди которых 150 тысяч представители современной молодёжи. За это время волонтёры провели более 200 тысяч мероприятий патриотической направленности, благоустроено более 80 тысяч воинских захоронений, была оказана адресная помощь ветеранам Великой Отечественной войны и детям войны.

«Воля и великодушие граждан, которые участвуют в таких проектах, формируют столь необходимую России атмосферу общих дел», такими словами Президент РФ Владимир Путин отозвался о деятельности волонтёрских организаций, в том числе и о работе Движения «Волонтёры Победы», которое в настоящее время является самым крупным в стране, что в ещё большей степени подчёркивает важность таких институтов гражданского общества.

В рамках волонтёрских движений реализуются именно те компоненты молодежной политики государства, на реализацию которых она собственно и направлена. Тем самым добровольческие организации это самый эффективный механизм, через который органы государственной власти и органы местного самоуправления могут взаимодействовать с молодёжной средой и делать это с наибольшей пользой для общества.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. N 2403-р г. Москва «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2014/12/08/molodej-site-dok.html> (дата обращения: 01.03.2017).
2. Скробов А. П. О некоторых новых подходах к молодежной политике в условиях реформ // Социально-политический журнал. – 1998. – № 3. – С. 129-140.
3. Устав всероссийского общественного движения «волонтёры победы» (принят учредительным съездом Всероссийского общественного движения «Волонтёры победы». Протокол № 1 от 27 мая 2015 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://волонтерыпобеды.рф/public/files/users/1/content/files/USTAV_na_pechat.pdf. (дата обращения: 27. 02.2017)

УДК 316.31.4

В. Н. Сафонов

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

МОЛОДЁЖЬ – БУДУЩЕЕ РОССИИ

Современные молодые люди России очень отличаются от молодых 90-х годов и ещё больше от советской молодёжи. С момента распада СССР прошло двадцать шесть лет, то есть срок одного поколения, а обобщённый портрет молодых изменился дважды за столь короткий срок. Это свидетельствует о высокой степени социального динамизма российского общества в постсоветский период.

В начале 90-х годов, несмотря на огромные социально-экономические и политические проблемы, вставшие перед государством и населением, многие молодые люди, позитивно восприняв западные либеральные идеи, активно искали точки входа в социальные лифты, которые подняли бы их на верхние этажи социальной пирамиды. Некоторые – очень немногие – поднялись, но подавляющее большинство потерпело неудачу, потеряв время, веру в себя и западные ценности, а иные здоровье и даже жизнь. Они вдруг осознали, что их по большому счёту обманули («развели как папуасов»). Маятник качнулся в другую сторону, наступило отрезвление, которое

выразилось в недовольстве властью, падением уровня жизни, высоким уровнем преступности и прежде всего коррупции. В этот момент одна часть молодёжи покинула родину, другая – занялась мелким бизнесом, третья – политикой, четвёртая – постаралась получить адекватное образование.

Тем временем, с приходом к власти В. В. Путина, обстановка в стране стабилизировалась, цены на углеводороды очень выросли и общество получило возможность спокойно осмыслить «лихие девяностые» и рассмотреть перспективы на будущее. Общественность и власть почувствовали между собой очертания некоего консенсуса. Этот консенсус заключался в том, что обе стороны признали: стремление слепо копировать Запад привело к исчезновению СССР и поставило на грань гибели наше новое государство – Российскую Федерацию. Произошло отрицание отрицания по Гегелю. Многие в России – рядовые граждане и высокие государственные чиновники – поняли, что негатива, хлынувшего с Запада в Россию оказалось гораздо больше, чем позитива. Запад не спешил принимать Россию в «сообщество цивилизованных стран», Запад так и остался геополитическим противником и его целью, как и прежде, остаётся ликвидация России как субъекта мировой политики и захват её ресурсов. Остро встала проблема модернизации и развития, чтобы преодолеть технологическое отставание от Запада. Возник запрос на грамотных, по-современному мыслящих, патриотически настроенных молодых специалистов. Вспомнили чеканную формулу И. Сталина: **кадры решают всё!** Поэтому роль молодёжи в предстоящей модернизации государства, его экономики, социальной сферы, всех других областей общественной жизни трудно переоценить. И российская молодёжь поняла и приняла этот призыв.

По сравнению с временами преклонения перед Западом и тотальным отрицанием позитива в прошлой отечественной истории в 90-е годы, которые владели большинством молодых умов, сегодня их взгляд устремлён в будущее, когда наша страна готовится совершить рывок в развитии. Мы не станем утверждать, что вся молодёжь мыслит патриотически, но бесспорно, что число патриотов становится больше с каждым годом. Несомненно, также и то, что западные ценности медленно, но верно уходят из сознания молодых россиян, что у них возникает гордость за великое прошлое нашего народа и просыпается интерес к конструктивному творчеству. Государство поддерживает желание молодых внести вклад в развитие, начиная от введения материнского капитала до формирования так называемых научных рот во время прохождения действительной срочной службы в Российской армии.

Большую роль в модернизации России может сыграть студенческая молодёжь России, которая в некотором смысле является авангардом всей молодёжи. У молодых возрождается интерес к техническим специальностям, которые почти двадцать лет были не востребованы. Кроме техники и технологий у молодёжь крепнет желание заниматься фундаментальными научными исследованиями. Без достижений в научной сфере будут невозможны и достижения в области новейших технологий. Особенно быстро сегодня развиваются информационные технологии. Они становятся отправной точкой для формирования основ так называемой цифровой экономики. И в этом деле российская молодёжь на передовых рубежах познания и творчества, не уступая своим зарубежным сверстникам.

Как профессиональный преподаватель хочу высказать предложение о том, что во всех точках роста, ведущих к модернизации и развитию, необходимо ввести наряду с ЕГЭ тестирование на предмет выявления у абитуриентов способностей к творческой научной и технической деятельности. При успешном прохождении такого тестирования необходимо поощрять поступивших в ВУЗ обучением за счёт государственного или корпоративного бюджета российских фирм, которые будут на острие модернизации. Наиболее способным и талантливым студентам следует платить повышенную стипендию. В некоторых российских вузах такое уже практикуется. Подобного рода новаций можно ввести множество. Скажу ещё об одной. Профессорско-преподавательский корпус российских вузов серьёзно постарел, поэтому необходимо ввести ряд стимулирующих мер и утвердить их законодательно, чтобы часть выпускников вузов, которые нашли своё призвание в преподавании в высшей школе, оставалась в родных вузах, иначе нарушится процесс преемственности в обучении студентов.

Молодёжь и весь народ давно ждут начала модернизации. Примером того, что нас ждёт успех, является обновление и подъём оборонной промышленности в относительно короткие временные сроки. Потребительская сытая регламентированная жизнь западных филистеров (обывателей-мещан) подавляющему большинству россиян противна. Запад медленно погружается в это болото, и у него нет ни малейшего желания что-то изменить. Если в России рассчитывают в деле модернизации на молодёжь, то в Западной Европе – на эмигрантов из стран ближнего Востока и Африки. Но вряд ли этот контингент станет субъектом модернизации, скорее они займутся исламизацией Европы, что уже и происходит в данный момент.

В серьёзной модернизации нуждается и сфера культуры. На наш взгляд, молодые деятели культуры – художники и чиновники –

должны решительно очистить отечественную многонациональную культуру от всего негативного, что привнесла деградирующая западная культура, освободить её от деятелей типа Серебрянникова, Гельмана, Учителя, а такие очевидно русофобские каналы, как Дождь и Эхо Москвы лишит государственного финансирования.

Как вывод можно зафиксировать: необходимость модернизации очевидна и давно назрела и весь народ и молодёжь в первую очередь её жаждут. Молодое поколение как самое продвинутое может и должно внести свой большой вклад в модернизацию страны в силу своей молодости, динамичности и креативности. Фактом того, что Россия начала движение по этому правильному вектору, является недовольство и раздражение Запада и его усиливающееся давление на Россию в виде санкций, допинговых скандалов и разного рода запретов. Если собаки залаяли, значит, караван двинулся в путь.

УДК 316.453

А. В. Седлецкий

Пенза, Пензенский государственный университет

МОТИВАЦИЯ МОЛОДЕЖИ К ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Учеными выявлено, что потребности и мотивы личности формирует система ценностей. На развитие системы мотивов оказывают влияние ценности, нормы и установки, передаваемые обществом. Инновационное поведение связано с особенностями ценностей и мотивов, структура которых не до конца исследована [1, с.53]

Выявление взаимосвязей и различий между системой мотивации и проявлениями инновационной активностью необходимо для нахождения системы мотивационных характеристик, необходимых для активизации инновационного потенциала [3, с.37]

Отношение к инновационной деятельности связано с как внутренними потребностями, так с общественно сложившимися ценностями и внешними условиями, побуждающих людей к активной деятельности в этой сфере и приобретающее социальную значимость [4, с.64]

Исследование мотивации участников инновационного процесса имеет важное значение для любой сферы профессиональной деятельности.

Активизация инновационной деятельности молодежи требует новых инструментов решения проблем. Необходимо изменение привычных стереотипов, связанных с новыми подходами к целям, формам и методам деятельности.

Показателями высокой степени мотивации к инновационной деятельности служат:

- возникновение позитивного отношения к инновационной деятельности, желание ей заниматься;
- переживание позитивных эмоций по поводу инноваций, стремление применить свой профессиональный и личный опыт в инновационной деятельности;
- положительное отношение к результатам инновационной деятельности;
- формирование мотива саморазвития;
- выявление своих возможностей, необходимости работы над собой, формирование большей уверенности в себе;
- развитие мотива преодоления затруднений — осознание личностью недостаточности достигнутых результатов и желание их улучшить;
- появление самостоятельности и ответственности в решении проблем.

[5, с.102]

С позиции мотивации, инновационную деятельность можно рассмотреть в двух аспектах. Во-первых, с точки зрения места профессиональной мотивации в общей структуре мотивов. Во-вторых, с позиции отношения молодежи к изменениям, т. е. потребности в новшествах, особенностях их восприимчивости, что и определяет содержательную сторону творческой направленности профессиональной деятельности [4, с.53]

Проведенное кафедрой «Теория и практика управления» Пензенского филиала Финансового университета при Правительстве РФ социологическое исследование «Мотивация студентов к инновационной деятельности» показало, что существенных различий в мотивации молодежи к инновационной деятельности по регионам не наблюдается.

На вопрос, «Каким образом изменилось Ваше отношение к инновационной деятельности за время обучения в ВУЗе?» 41% студентов указали, что изменилось в лучшую сторону, 35% считают, что осталось прежним. 35% опрошенных студентов полагают,

что не имеют никакого отношения к инновационной деятельности, а 25% имеют косвенное отношение. Таким образом, видно, что мотивация к инновационной деятельности закладывается во время учебы в вузе.

20% студентов считают, что инновационная деятельность могла бы являться хобби в их жизни. Среди причин, которые могли бы побудить заняться инновационной деятельностью опрошенные студенты назвали: «материальное вознаграждение руководства за разработку инноваций», «рост привлекательности инновационной деятельности», «распоряжение руководителя», «создание условий для реализации креативных возможностей».

При ответе на вопрос «Какие виды работ Вас привлекают в инновационной деятельности?» наименее привлекательной оказалась научно-исследовательская деятельность. Не имеют желания заниматься фундаментальными и прикладными исследованиями 75% и 65% опрошенных студентов.

Это связано с тем, что изменение системы материального стимулирования труда в научно-инновационной сфере мало способствует притоку талантливой молодежи. Грантовая поддержка инновационных проектов хотя и помогает в решении проблем молодых ученых, но может сделать труд достаточно оплачиваемым только самых талантливых. Многие молодые люди одним из главных минусов работы в науке все еще считают недостаточно высокую заработную плату.

Инновационная конструкторская деятельность для учащейся молодежи оказалась более привлекательной, особенно в области электроники и дизайна (45% и 32% опрошенных). Оказывать инновационные услуги хотели бы 45% опрошенных студентов. Работать в инновационных научно-производственных фирмах имеют желание 38% опрошенных респондентов, но не знают, как и где.

Главными условиями, необходимыми для привлечения молодежи в инновационную сферу, остаются ожидания, связанные с получением достойной оплаты труда и возможностью обеспечить семью жильем.

Обращают на себя внимание рост популярности инноваций в консалтинговой деятельности. Заниматься проведением деловых игр и тренингов хотели бы 46% и 37% респондентов. Это связано с тем, что многие студенты работают в сфере торговли, где растет популярность тренингов по продажам.

Привлекает студентов также инновационная деятельность в области информационного обеспечения. Так, 36% респондентов хотели бы заниматься рекламным бизнесом. Обращает на себя

внимание недостаточная заинтересованность студентов реализовывать свои инновационные идеи в сфере обеспечения инноваций. Например, инновационная деятельность в технопарках привлекает всего лишь 28% респондентов. В области подготовки кадров для инновационной сферы хотели бы работать 16% опрошенных студентов.

Общественно-политическая деятельность привлекает лишь 14% молодежи. Это объясняется тем, что молодежь, работая в этой сфере, не в состоянии в полной мере реализовать свои насущные материальные потребности.

На вопрос «Какую роль Вы хотели бы играть в реализации инновационного цикла?» 55% опрошенных студентов хотели бы оценивать идеи и способы их осуществления, 45% опрошенных имеют желание заниматься генерированием идей. Всего 12% заинтересованы связать свою деятельность с реализацией инновационных проектов. В основном это связано с рисками и трудностями финансирования проектов по реализации инноваций.

Среди возможностей привлекающих молодежь в инновационной сфере опрошенная молодежь указала «высокий доход», «организовать собственное дело», «повысить собственную значимость», «возможность реализовать творческие способности». Возможность удовлетворять потребности общества и нужды потребителей волнует лишь 12% опрошенных респондентов.

Среди препятствий, мешающих заниматься инновационной деятельностью студенты отметили «отсутствие связей в инновационном цикле», «отсутствие поддержки руководителя предлагаемым нововведениям», «недостаток информации по инновационной деятельности», «недостаток практических навыков», «отсутствие защиты прав на интеллектуальную собственность», «отсутствие средств для организации собственного дела».

На вопрос, «Каким образом изменился инновационный климат за последние три года?» 57% опрошенных ответили, что улучшился. 32% студентов считают, что инновационный климат за последние три года не изменился.

В качестве предложений по совершенствованию инновационной деятельности в организациях студенты указали повышение востребованности инноваций, создание благоприятных условий для плодотворной инновационной деятельности, уменьшение административных барьеров.

Следует отметить, что нестабильность социально-экономической среды, финансовый кризис и тесно связанный с ним недостаточный уровень зарплаты являются основными барьерами иннова-

ционной деятельности учащейся молодежи. Эти же причины лежат и в основе высокой мобильности специалистов с высшим образованием в сферы деятельности, не соответствующие профилю высшего образования, миграционного или эмиграционного поведения, а во многих случаях и перехода к деятельности, не требующей вузовской подготовки.

Результаты многочисленных социологических исследований продемонстрировали тот факт, что можно выявить три категории студентов, различающихся по степени и формам участия в научно-исследовательской работе.

Первая категория студентов отличается высокой степенью мотивации к научно-исследовательской деятельности. От всего студенчества вуза численность данной группы составляет менее 10%. Базовыми мотивами участия в научно-исследовательской деятельности является мотив повышения самооценки и самореализации. Материальное вознаграждение не является значимым для данной группы молодежи. Они в большей степени заинтересованы в признании общественной значимости своей научной деятельности и востребованности результатов своего труда. Система мотивации данной категории студентов должна опираться на гарантии трудоустройства, систему льгот, дающих возможность целенаправленно заниматься научно-исследовательской деятельностью.

Вторая категория студентов (около 30 % от общего числа) занимается научно-исследовательской работой время от времени. Участие в научно-исследовательской деятельности служит для них инструментом достижения высоких показателей успеваемости и льгот, облегчающих учебный процесс. Основным мотивом для этой части студентов является мотив получения диплома о высшем образовании, желание найти высокооплачиваемую работу, приобрести высокий социальный статус в обществе.

Таким образом, система мотивации данной категории должна основываться на участии в научно-исследовательской работе при сдаче зачетов и экзаменов, индивидуальном обучении, взаимодействии с потенциальными работодателями, предоставлении рекомендаций для дальнейшего обучения, прохождении производственной практики, трудоустройстве.

Третья категория студентов вообще не заинтересована в участии в научно-исследовательской деятельности (около 60 % от общего числа студентов). Эта группа является самой разнородной и многочисленной. Работа по активизации мотивации к инновационной деятельности для данной категории молодежи должна включать индивидуальное стимулирование к научно-исследовательской

работе в зависимости от характера потребностей, целей и интересов студентов [2, с.24]

Таким образом, нестабильность социально-экономической среды, финансовый кризис и тесно связанный с ним недостаточный уровень зарплаты являются основными барьерами инновационной деятельности учащейся молодежи. Эти же причины лежат и в основе высокой мобильности специалистов с высшим образованием в сферы деятельности, не соответствующие профилю высшего образования, миграционного или эмиграционного поведения, а во многих случаях и перехода к деятельности, не требующей вузовской подготовки.

Список литературы

1. Кошарная Г. Б. Ценности и ценностные ориентации студенческой молодежи Поволжья : моногр. / Г. Б. Кошарная, Л. Т. Толубаева, Н. В. Корж. – Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2013.

2. Лыскова В. Ю. Актуализация проблемы привлечения студентов к исследовательской и инновационной деятельности // Вестник ТГУ. – 2012. – С. 24.

3. Михайлова О. Б. Виды активности как детерминанты развития инновационного потенциала личности // Вестник РУДН. Серия: Психология и педагогика. – 2012. – № 4. – С. 37.

4. Михайлова О. Б. Характеристики ценностно-мотивационной активности студенческой молодежи // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2014. – № 4. – С. 64.

5. Седлецкий А. В. Мотивационное управление как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Управление реформированием социально-экономического развития предприятий, отраслей, регионов. II Всероссийская научно-практическая конференция : сборник научных статей. – 2011. – С. 102.

О. М. Слепова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ К НОВЫМ СОЦИАЛЬНЫМ УСЛОВИЯМ

Изменения во всех сферах общественной жизни накладывают отпечаток на процесс адаптации молодежи, обуславливают широкую вариативность ее жизненных ценностей и адаптивных практик. Практика показывает, что на смену одним социальным проблемам постоянно приходят другие. Их нерешенность приводят к серьезным последствиям в будущем. Очевидно, что в этих условиях возникает потребность в исследовании социальной адаптации молодежи.

Цель статьи – выявить социокультурные, психологические, коммуникационные особенности адаптации российской молодежи в новом информационном обществе.

Начало социологическому направлению в изучении социальной адаптации положили труды Э. Дюркгейма. Дюркгейм изучал адаптацию с точки зрения влияния социальных норм на поведение человека. Он выделил в качестве сущности социальной адаптации «внутреннее соответствие индивида существующим в обществе моральным нормам». Для характеристики состояния дезорганизации и дезадаптации, возникающего при резких общественных изменениях, Дюркгейм ввел понятие «аномия». Аномия – это состояние общества, при котором люди теряют привычный образ жизни и не могут адаптироваться к новым условиям; происходит снижение значимости социальных ценностей и норм, растет приверженность к отклоняющемуся поведению как следствие дезадаптации.

Противоречие между целями и возможностями их удовлетворения – основное условие возникновения аномии. В настоящее время Россия переживает схожий процесс перехода от индустриального общества к постиндустриальному, что также порождает аномийное состояние социума. Молодёжь ощущает свое неопределенное положение в обществе, испытывает трудности в социальной идентификации. Это приводит к росту отклоняющегося, саморазрушительного поведения. В аномический период молодые люди труднее вырабатывают свой образ жизни и должны постоянно адаптироваться к новым условиям [1, с. 399].

Р. Мертон подчеркивал, что проблема социальной адаптации актуализируется в условиях аномии как результат конфликта между

разными субъектами ценностно-нормативной системы общества, а также между общепринятыми целями и законными, институциональными инструментами их достижения. Анализируя способы преодоления конфликтного состояния, Р. Мертон предложил типологию адаптивного поведения новых поколений, состоящую из разных практик: конформизм, инноваторство, ритуализм, ретретизм и бунтарство [4, с. 299]. Интерес представляет апробация эффективности этих практик в современной России.

Становление и развитие молодого поколения представляют собой многоэтапный процесс включения в социум и культуру, т. е. в социальные институты, культурно-образовательную среду, способствующую социализации и самоорганизации личности. Россия переживает большие исторические перемены, способствующие перестройке экономической, политической системы страны. Реформирование общественных отношений характеризуется нестабильностью во всех сферах жизни. Появляются новые виды неравенства, которые требуют новых способов адаптации.

Изучение молодежи как субъекта социокультурной адаптации дает возможность выявить степень ее адаптации через исследование «индивидуальных достижений» личности, а именно ее ценностных ориентаций. Совокупность ценностных ориентаций ведет к формированию жизненных позиций личности, ее взглядов, мнений, оценок по поводу окружающего мира, явлений социокультурной реальности. В этом контексте жизненную позицию можно рассматривать как результат адаптации к существующим условиям.

Согласно исследованию, проведенному Фондом общественного мнения в 2017 г., больше всего российская молодежь дорожит хорошими отношениями в семье – эту ценность разделяют 53% опрошенных. Треть участников опроса больше всего ценит общение с друзьями и знакомыми (31%); каждый четвертый молодой человек выбрал как самое важное – материальное благополучие, уважение окружающих, профессиональное развитие [5].

Сегодня, к сожалению, следует констатировать тот факт, что молодежь, обладая высоким потенциалом и ориентированностью на инновационную деятельность, имеет достаточно узкий спектр реальных результатов. Результаты социологического анализа показали, что помощь молодежи в адаптации к современным социальным условиям – важная задача государства. В настоящее время молодежь стоит перед сложным выбором – сохранять имеющееся социальное положение, что требует существенных усилий, или бороться за более высокий статус.

Перед респондентами был поставлен вопрос: «Какие проблемы современного общества больше всего волнуют Вас?». По итогам обработки данных получен ожидаемый и объяснимый результат. Более половины молодежи от 16 до 29 лет (56%) на первое место поставили желание избежать безработицы; на второе – рост цен (34%), рост преступности среди молодежи и падение нравов отметили 29%. Эти данные иллюстрируют конкретное отношение современной российской молодежи к современной реальности. Это возрастная группа только выходит на рынок труда и в самостоятельную жизнь, поэтому все проблемы, связанные с адаптацией, она оценивает с некоторым оптимизмом, надеждой на благоприятные внешние факторы, что не всегда подтверждает социальная реальность.

Что касается влияния условий адаптации в сфере труда, то здесь 32 % молодых людей на первое место поставили получение стабильной заработной платы, 30 % – возможность профессионального роста, 11% – социально-психологический климат организации [3, с.128]

У современной молодежи складывается новая модель адаптации. Понимание труда как сферы творческой и интеллектуальной самореализации уступает месту получения материальных благ. Молодой человек, находясь в новой социальной среде, становится перед выбором – соглашаться или отвергать меняющиеся социальные нормы и правила поведения. Процесс этот довольно сложный и мучительный, его успешная реализация зависит от многих факторов, как объективных, так и субъективных (пол, возраст, образование, профессиональная деятельность, жизненный опыт, наличие опыта адаптационной деятельности).

Особенностью адаптационного процесса современной российской молодежи является также то, что в эпоху неустойчивости происходит постоянная трансформация социокультурной среды. В этих условиях у молодых людей формируется иная система ценностей, отличающаяся от системы ценностей старшего поколения. Происходит разрыв адаптационного процесса разных возрастных поколений. Этот факт ставит перед молодежью проблему самостоятельного поиска путей своего адаптационного процесса. Хаотичность и стихийность такого процесса отражается на изменении жизненных позиций молодежи.

Большое количество средств массовой информации, Интернет и других источников информации наложили свой «отпечаток» на процессы адаптации молодого поколения. Необходимо учитывать, что не все источники поставляют истинно достоверную информа-

цию, как и то, что значительная часть этой информации носит чисто развлекательный и коммерческий характер. Главным фактом является то, что молодежь большую часть своего досуга проводит с «гаджитами» и в сети Интернет. К сожалению, о воспитательной и образовательной функции Интернета сегодня говорить практически не приходится, поскольку в основном в сеть попадают низкокачественные информационные блоки, пропаганда и коммерческая реклама. Не обладая стремлением приобрести навыки позитивного мышления, молодежь становится жертвой информационных мошенников в культурно-информационном пространстве. Эти тенденции усиливаются в кризисные периоды.

Согласно данным исследования Фонда общественного мнения, среди источников информации наибольшим доверием пользуется телевидение – сообщают об этом 50% (реже других – москвичи, молодежь с высшим образованием). Новостные сайты сильно отстают (20% молодых респондентов). Значительная доля молодых россиян – 23% – сообщила, что нет источников информации, которым она доверяла бы больше всего [2].

Приведенные данные позволяют предположить возможность динамичной социально-профессиональной адаптации молодежи с опорой на личностный потенциал – интеллектуальные и информационные ресурсы. Важную роль в пополнении этих ресурсов играют *публичные библиотеки*. Для более подробного изучения вопроса мы провели собственное социологическое исследование «Формирование нового имиджа городской библиотеки» (2016 г.); выборка опроса – 700 человек из всех районов областного центра.

Публичная библиотека является одним из самых посещаемых учреждений культуры в провинциальных регионах. Ежедневно посещают библиотеку 11% респондентов в возрасте от 18 до 33 лет и 22% 2-3 в месяц, это значительно выше по сравнению с другими учреждениями. Это свидетельствует о том, что библиотека как социальный институт не перестает быть важен для молодого населения, но и даже наоборот востребован. Это демонстрирует нам, что библиотеки стараются реагировать на потребности общества и быть инициатором взаимодействия с внешней средой. Библиотека способствует разрешению противоречий со средой и служит средством приспособления к ней.

В ходе исследования, мы выяснили, какие задачи решает молодежь, посещая городскую библиотеку. Треть респондентов в возрасте от 25 до 30 лет отметила духовно-нравственную задачу; более молодые участники опроса (18-24 года), посещают городскую библиотеку, чтобы реализовать задачу самореализации и меньше

всего решают задачу развлечения. Это свидетельствует о том, что молодое поколение видит в публичной библиотеке место для самореализации. Молодежь стремится к наиболее эффективному использованию имеющихся условий социализации с целью достижения поставленных стратегических целей.

В ходе опроса мы проанализировали цели посещения городских библиотек молодыми людьми и пришли к выводу: их визиты строго направлены на пополнение собственных интеллектуальных и информационных ресурсов. Наиболее популярными вариантами ответа оказались: получить нужную литературу – 84%, получить консультацию у квалифицированных специалистов – 45%, посетить творческие мероприятия – 30%, получить советы для самореализации – 20%.

Анализ факторов, влияющих на востребованность функций библиотек показал, что для молодежи в возрасте от 18 до 30 в библиотеке важны наличие доступа к Интернету (65%), комфортная обстановка (88%), зоны отдыха и общения (67%). Это подтверждает тот факт, что все больше молодых читателей хотят воспринимать библиотеку как новое адаптационное пространство – «третье место».

«Третье место» – термин, придуманный американским социологом Реем Ольденбургом в его одноименной статье и позже в его книге «Великое Хорошее место». Ольденбург определяет «третье место» как «скреп» в объединении местного сообщества, который «позволяет нам пройти через очередной день» и получить содействие представителей ближайшего окружения. Повышение роли библиотек в этом контексте возможно через расширение информационной деятельности этих заведений.

В ходе опроса мы выявили информированность молодежи о социальной деятельности библиотек, и пришли к выводу: каналы и формы коммуникаций библиотек малоэффективны. До молодежных аудиторий не доходит большая часть информации о проводимых мероприятиях и услугах. Распространенными каналами коммуникаций являются межличностные, Интернет, но две трети молодых жителей областного центра (66%) не замечают рекламу городских библиотек. Для более эффективных коммуникаций необходимо сегментировать аудитории и использовать каналы, которые будут эффективны для конкретной группы молодых людей.

Анализ источников показал, что молодежь чаще всего получает информацию из групп в социальных сетях, от друзей и знакомых. Это доказывает, что новое поколение погружено в виртуальные коммуникации, которые следует использовать, чтобы повышать

уровень осведомленности потенциальных посетителей. Согласно теории перевернутой пирамиды, удовлетворенные участники мероприятий передают это чувство своим друзьям и знакомым: чем больше человек узнает об этом, тем эффективнее будет коммуникация по принципам прямой и перевернутой пирамиды. Уже сейчас треть посетителей библиотечных мероприятий узнает информацию от знакомых и друзей; это говорит о том, что механизм работает.

Наиболее привлекательными мероприятиями, проводимыми в публичных библиотеках, для молодежи являются мастер-классы. Это можно объяснить тем, что для студентов и учащейся молодежи мастер-класс является эффективной формой получения бесплатного профессионального опыта, который они могут применить в процессе адаптации к профессиональной среде.

Таким образом, главной особенностью социальной адаптации российской молодежи к новым социальным условиям является приспособление к аномическому состоянию общества. Особую значимость приобретают готовность молодежи актуализировать личные ресурсы для достижения поставленных задач, но она не всегда понимает – какие именно ресурсы потребуются. Важной особенностью адаптации российской молодежи к новым условиям является быстрое реагирование на вновь появившиеся проблемы, но при этом – слабое использование традиционных культурных и информационных центров для формирования эффективных моделей поведения.

Список литературы

1. Дюркгейм Э. Самоубийство : Социологический этюд / Э. Дюркгейм ; пер. с фр. – СПб. : Союз, 1998. – 492 с.
2. Источники информации: мониторинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fom.ru/posts/13323> (16.09.2017).
3. Латошинская О. М. Особенности социальной адаптации молодежи в современных условиях / О. М. Латошинская, В. И. Чекушкин // Вестник Чувашского университета. – 2014. – № 1. – С. 127-133.
4. Мертон Р. Социальная структура и аномия / Р. Мертон // Социология преступности. – Москва : Прогресс, 1996. – С. 299-313.
5. Опрос подростков: отношения с родителями и жизненные ценности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fom.ru/TSennosti/13317> (16.09.2017).

Т. Л. Стенина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

РАЗВИТИЕ МОДЕРНИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Политика инновационного развития, наука и образование составляют основу стратегического планирования в контексте модернизации России. Технологическое развитие страны возможно исключительно в общественной среде, главной характеристикой которой является способность к воспроизводству, внедрению и использованию технологий. По последним данным в России проживает около 29 миллионов молодых людей, что составляет одну пятую часть населения страны, и, значит, во многом то, каким будет общество в будущем, зависит от того, какие социальные ориентиры выберет молодежь.

Один из главных тезисов, составляющих содержание Основ государственной молодежной политики, принятой на период до 2025 года звучит так: «Молодежь Российской Федерации достойна того, чтобы получить и реализовать новые возможности для построения своего будущего и будущего страны. Государство и общество должны создать базовые условия для полноценной реализации молодежи в социально-экономической и общественно-политической сферах жизни Российской Федерации, чтобы молодежь, развивая индивидуальные качества, проявляла высокий уровень социальной активности» [1].

Новые вызовы России: социально-экономические, политические и идеологические, обусловили формирование новой парадигмы социального проектирования. Решения методом социальных проектов сегодня требуют проблемы экологии, демографии, национальной идентичности, развития человеческого потенциала через все формы образования и др.

Сегодня в пространстве молодежной политики самые актуальные темы были обозначены на открытии XIX Всемирного фестиваля молодежи и студентов в Сочи: экология, бедность, образование, энергия, информация, наука.

Иллюстрацией тенденции возрастающей роли социального проектирования в решении проблем молодежи может служить статистика проводимых конкурсов социальных проектов с выделением грантов: от губернских конкурсов молодежного развития до Прог-

раммы развития деятельности студенческих объединений, реализуемой Министерством образования и науки РФ с 2014 года на федеральном уровне.

Кроме того, во вновь объявленном Минобрнауки РФ в 2017 году конкурсе программ трансформации университетов в университетские центры инновационного, технологического и социального развития региона одним из показателей результативности является «Доля образовательных программ, в которые включены модули по социальному предпринимательству, в общем количестве реализуемых образовательных программ».

Все вышесказанное приводит нас к выводу о необходимости реализации инновационных технологий работы с молодежью, целью которых является становление проектной культуры как одной из основ аксиологического контекста развития высшего образования на современном этапе.

Молодежь – основной кадровый ресурс модернизации страны. Молодые люди, и, особенно, студенты, настроены на инновации, готовы к преобразованиям. Свободно ориентируясь в быстро меняющемся и трансформирующемся обществе, способны успешнее моделировать ситуации и проектировать будущее. Ценностные ориентации, идеи и установки студентов оказывают влияние на перспективы развития общества в целом. Такой фактор, как высокая мобильность студенчества, обеспечивает оперативное реагирование молодежи на инновации в обществе.

Однако стоит внимательнее присмотреться к статистическим данным, опубликованным Фондом «Общественное мнение»: 60% современной молодежи уверены, что сегодня в стране молодежи сложно реализоваться, отсутствуют социальные лифты, нет стремления к преодолению проблем через самообразование и самосовершенствование.

Решение задачи включенности молодежи в модернизационные процессы нам видится в привлечении к социальному проектированию и реализации условий, приводящих к становлению проектной культуры в социально-педагогическом пространстве вуза.

Определяющие условия, влияющие на процесс становления проектной культуры студентов в вузе, выстраиваются в триаду: взаимодействие участников педагогического процесса, специальным образом организованная система социального проектирования, применение педагогической технологии становления проектной культуры.

Создание в вузе новых форм студенческого самоуправления, вовлечение студентов в реализацию проектов, осуществляемых

в университете, в регионе и выходящих за рамки их учебной программы, требующих ответственного отношения к выполнению обязанностей, возложенных на них в проектной группе, формирует мотивацию к собственной проектной деятельности, ценностное отношение к проектированию, переходящее в устойчивые убеждения, оказывает влияние на формирование направленности на освоение и реализацию проектной деятельности.

На решение этих задач направлен образовательный проект «Региональная школа социального проектирования», реализуемый в Ульяновском государственном техническом университете уже в течение нескольких лет. Это образовательная программа, состоящая из трех блоков: работа с идеями для социального проекта, обучение созданию структуры и карты социального проекта, защита перед экспертами и презентация проекта.

Как показывают результаты, последовательное расширение границ проектирования, подкрепленное участием студентов в реализации конкретных успешных и социально-значимых проектов, способствует становлению проектной культуры студентов. Кроме того, в университете пополняется банк проектов, авторы которых могут стать участниками форумов: «Иволга», «Таврида», «Территория смыслов» и др.

Для студентов первого года обучения читается курс «Социокультурное проектирование», в рамках которого разрабатываются и реализуются проекты. Педагогический процесс в этом случае предполагает создание последовательности проектных ситуаций и управление деятельностью студентов, направленной на их решение. Создаваемые в процессе обучения проектные ситуации имеют четкую направленность на результат, который можно получить при решении той или иной значимой проблемы, осмыслить и применить в реальной практической деятельности. Отправной точкой для осмысления проектной ситуации является неудовлетворенность состоянием проектируемого объекта, выявленная объективная потребность социума в его улучшении.

С педагогических позиций проектная ситуация провоцирует состояние недостаточности у студентов знаний и умений для ее разрешения и стимулирует поиск новой информации и освоение новых умений, а иногда и социальных ролей. К процедурам, ведущим к разрешению проектной ситуации, мы относим самостоятельный перенос ранее усвоенных знаний и умений в новую ситуацию; видение проблемы, постановку целей и формулирование задач; прогнозирование нового состояния объекта проектирования. Соответственно, для того чтобы достичь результата, необходимо сфор-

мировать у студентов навыки самостоятельного мышления, целеполагания, решения проектных задач, прогнозирования, умения устанавливать причинно-следственные связи, привлекая для этой цели знания из разных областей.

Часто над социальным проектом работает не один студент, а проектная группа, команда. В таком случае организационным регулятором командной деятельности выступают нормы и ценности, существующие в обществе. Групповая проектная деятельность предполагает использование технологии решения проблем, генерирование, формулирование и развитие идей, их критическую оценку. Высокая степень ответственности каждого члена проектной команды, стремление к успеху значительно повышают социальную значимость предлагаемых проектных решений.

Подчеркнем, что соблюдение принципа непрерывности и последовательности в построении педагогического процесса актуализирует проектную деятельность студентов. Студенты с первого курса начинают разрабатывать проекты, переходя от проектов университетского уровня к проектам широкой социальной направленности.

Процесс развития модернизационного потенциала молодежи имеет аксиологический контекст. Осознание субъектом имеющейся социальной потребности (значимой для социума проблемы), перешедшее в интерес, формирует мотив его поведения, ориентацию, установку, побуждает к деятельности. Следовательно, в процессе обучения студентов разработке проектов необходимо особое внимание уделять процессу формирования ценностных ориентаций, лежащих в основе проекта. Набор и иерархия ценностей индивида должны соответствовать потребностям и ценностным ориентирам социума, при этом в процессе разработки проекта нужно направлять личность от личностно-значимых мотивов к социально значимым, от низших потребностей к высшим. Тем самым формируется новая потребность следующего порядка – реализовать первую потребность, решив социально-значимую проблему проектным методом. Взаимосвязь между потребностями и деятельностью является определяющей в понимании роли и места ценностных ориентаций субъекта в процессе проектирования как проекции социально-значимых ценностей на его деятельность.

Недавние социологические исследования ценностных ориентаций студентов показали, что современные студенты высоко ценят семью, работу, демонстрируют нонконформизм, индивидуализм, прагматизм, ориентированы на материальный достаток и благополучие, образование, построение жизненных планов, проявляют

готовность к риску. Вместе с тем ценности инициативности, предприимчивости, независимости, индивидуальности не являются широко распространенными, однако поддержка этих ценностей студентами постепенно возрастает. [2].

Итак, готовность к освоению теоретических знаний и практических умений, необходимых в работе над осуществляемыми проектами, осознание смысла процессов модернизации, сформировавшиеся потребности в решении задач инновационного развития страны, восприятие инновационной и проектной деятельности как необходимых и значимых элементов профессиональной деятельности, степень проявления социальной активности, – вот перечень критериев, позволяющих определить уровень модернизационного потенциала современной молодежи.

Социальные проекты, разработанные и реализованные молодежью, в будущем станут фундаментом социальных преобразований. Готовность молодежи к участию в решении актуальных проблем общества или региона в целом несколько ниже, чем осознание их субъективной важности. Но по ряду задач степень важности и личной готовности к участию сближаются. Это касается развития волонтерских инициатив, развития инновационной экономики и разработки молодежных проектов.

Список литературы

1. Основы государственной молодежной политики на период до 2025 года. – URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102363167&rdk=&backlink=1>
2. Рожкова, Л. В. Социокультурный потенциал студенческой молодежи в условиях модернизации / Л. В. Рожкова // Власть. – 2013. – № 9. – с. 154-157.

Л. Н. Стрельцов

Департамент по спорту и молодежной политике администрации
г. Н. Новгорода

**РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ
ПРИОРИТЕТНЫХ ЦЕННОСТЕЙ ПАТРИОТИЗМА,
ГУМАНИЗМА, ТОЛЕРАНТНОСТИ**

Нижний Новгород – город с развитой социальной инфраструктурой, позволяющей получить достойное образование, современное медицинское обслуживание, возможность физического развития и организации досуга молодых людей. Реализация молодежной политики на территории города является составной частью социальной политики администрации города, содействует сохранению и приумножению экономического, политического и культурного потенциала города.

Изменения и преобразования, происходящие в нашем обществе, затрагивают, в первую очередь, интересы молодежи. От уровня развития молодежи, умственного, физического, от ее образованности, уровня сознания, духовных ценностей зависят ее возможности воздействовать на развитие общества.

Молодежные общественные объединения являются важнейшим институтом социализации молодого человека. Деятельность большинства из них направлена на решение конкретных проблем. Часть организаций ориентируется на осуществление программ по созданию молодежных социальных служб, выявление и поддержку молодых талантов, организацию поисковой работы, подготовку молодежи к службе в рядах российской армии и т.д. Другая часть ориентируется на политические партии и движения, имеет самостоятельный статус.

Особую роль в процессе воспитания самостоятельной, жизнеспособной личности, умеющей ориентироваться в этом быстро меняющемся мире, могут сыграть детские и молодежные объединения, которые заслуживают специального внимания со стороны властей.

Одной из глобальных задач современности, на наш взгляд, считается расширение участия молодежи и молодежных организаций в жизни общества, в обеспечении и достижении мира, взаимного уважения и понимания между людьми.

В Нижнем Новгороде существует свыше ста общественных объединений, деятельность которых осуществляется по следующим направлениям:

- создание условий для разностороннего развития молодого человека в разных сферах общественной жизни;
- содействие решению социальных проблем студенчества;
- социальная защита и поддержка детей, подростков и молодежи из числа инвалидов;
- создание условий для реализации творческих проектов в различных жанрах эстрадного искусства;
- организация досуга и творческого саморазвития молодежи;
- военно-патриотическое воспитание;
- воспитание здорового образа жизни;
- адаптация молодежи к новой экономической ситуации;
- поддержка молодежного предпринимательства;
- установление межрегиональных и международных связей в области молодежной политики.

Необходимо отметить, что сфера молодежных общественных объединений обладает двумя преимуществами: 1) ориентирована непосредственно на детскую и молодежную среду; 2) способна осуществлять серьезные программы при умеренных финансовых влияниях.

Молодежные общественные объединения готовы к этому в силу общественного характера своей деятельности. Они пользуются государственной поддержкой и ставят во главу угла именно вопросы воспитательного характера.

Последнее десятилетие XX века вызвало бурный рост числа детских и молодежных организаций. Чтобы направить этот процесс в созидательное и конструктивное русло, в 1995 г. был разработан и утвержден Федеральный закон «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений», который создал благоприятные условия для деятельности организаций, как на федеральном, так и на региональном уровне.

Анализ деятельности органов исполнительной власти по взаимодействию с молодежными общественными организациями и объединениями, действующими на территории области, показывает, что принятые меры по выполнению запланированных мероприятий в значительной мере способствовали формированию стабильной ситуации в вопросах регистрации, осуществления уставной деятельности и выполнению социального государственного заказа по работе с детьми и молодежью.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области (2016 г.), на территории Нижнего Новгорода проживает 288 712 молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет, что составляет 22,63% от общего количества населения.

В период действия муниципальной программы «Молодежь Нижнего Новгорода», на территории города с 2007 г. сформирована эффективная координационная межведомственная система, осуществляющая комплексную работу с молодежными общественными объединениями различной направленности. Основная цель программы – создание условий для эффективной самореализации молодежи города Нижнего Новгорода.

Для достижения поставленной цели, Программой предусмотрено решение одной из главных задач:

– Содействие развитию инфраструктуры для работы с молодежью и укрепление кадров в области реализации молодежной политики.

Задача предполагает комплекс мер по поддержке и развитию позитивных, социально значимых молодежных организаций и солидарностей. В городе развита сеть молодежных и детских общественных объединений, а также органов молодежного самоуправления.

По данным Главного управления Министерства юстиции Российской Федерации по Нижегородской области по состоянию на март 2017 г. в Нижнем Новгороде зарегистрировано 87 молодежных объединений, которые носят разнопрофильный характер. Общее количество молодых граждан, являющихся членами общественных организаций и объединений, составляет более 80 тысяч человек.

Наиболее многочисленными молодежными общественными объединениями и организациями являются: Нижегородская областная организация Общероссийской общественной организации «Российский Союз Молодежи»; Областная общественная организация «Нижегородская Служба Добровольцев»; Региональная общественная организация «Ассоциация молодых семей Нижегородской области»; Нижегородская областная молодежная общественная поисковая организация «Курган»; Нижегородское региональное отделение Общероссийской общественной организации «Всероссийское добровольное общество «Спортивная Россия»; Автономная некоммерческая организация «Добровольная молодежная дружина»; Нижегородская областная общественная организация «Агентство молодежных инициатив «Шанс» и др.

Социальный портрет молодежи города характеризуется следующими характеристиками:

- стабильностью сети молодежных общественных объединений, органов ученического и студенческого самоуправления, студенческих профсоюзных организаций, творческих молодежных союзов, советов молодых специалистов предприятий города. В подавляющем большинстве учреждений высшего образования и среднего профессионального образования действуют органы студенческого самоуправления. В городе есть городской школьный парламент, городской студенческий совет с 2006 года, во всех районах города работают молодёжные советы. На крупнейших предприятиях созданы Советы молодых специалистов. В декабре 2012 г. создана Молодёжная палата при Городской Думе города Нижнего Новгорода;
- развитием деятельности военно-патриотических объединений в районах города и ростом количества молодых людей, занимающихся в объединениях и организациях патриотической и краеведческой направленности;
- спросом на молодежные проекты и мероприятия, проводимые администрацией города (27,1% от общего числа молодежи города).

Таблица 1

Объединения/организации, работающие в сфере гражданского и патриотического воспитания детей и молодежи в 2016 году

| № п/п | Название | Количество зарегистрированных объединений | Количество чел. |
|-------|--|---|-----------------|
| 1 | Отделения ДОСААФ | 6 | 798 |
| 2 | Военно-патриотические клубы/объединения | 76 | 3300 |
| 3 | Историко-краеведческие клубы/объединения | 88 | 3000 |
| 4 | Объединения/клубы исторической реконструкции | 10 | 340 |
| 5 | Казачьи объединения (классы) | 4 | 48 |
| 6 | Ветеранские организации | 19 | 7888 |
| 7 | Региональное отделение юнармии | 6 | 166 |
| | Иные | 5 | 604 |

Поддержка проектов (программ) молодежных общественных объединений осуществляется администрацией города на конкурсной основе. С 2013 года на территории города проходит городской конкурс молодёжных проектов «Молодой Нижний» для физических лиц. Около 100 проектов было представлено молодыми специалистами: врачами, педагогами, предпринимателями, библиотекарями и др. в номинациях: «предпринимательство», «творчество», «медиа», «добровольчество», «здоровье», «патриотизм» «государственное управление», «жилищно-коммунальный комплекс и строительство». Авторы 10 лучших социальных проектов получают премии в размере 40 тысяч рублей на развитие проектов. Условия конкурса определяются экспертным советом по вопросам молодежной политики и не могут содержать положений, дающих преимущества какому-либо из объединений. Конкурсный проект (программа) должен содержать характеристику реальных финансовых, материальных, кадровых возможностей.

Организация работы со студенческой молодежью и молодежью на предприятиях и в организациях города в сфере гражданско-патриотического воспитания, физического и духовного развития, содержательного досуга происходит через систему студенческих и молодёжных клубов, студенческих советов, советов работающей молодежи, профсоюзных организаций. Ежегодно департамент в сфере молодёжной политики организует более 80 мероприятий и проектов по направлениям государственной молодежной политики. Для минимизации затрат из бюджета города активно работаем с ведущими вузами и сузами города, реализуем совместные проекты. Самые крупные традиционные проекты:

Во всероссийском конкурсе студенческой прессы «Первая полоса» с НГЛУ им. Н. А. Добролюбова приняли участие более 40 студенческих печатных и интернет-изданий из более 20 городов России.

Совместно с ННГУ им. Н. И. Лобачевского проводим образовательный студенческий форум «Нижегородская Международная Модель ООН». В рамках Форума моделируется работа 5 комитетов: Совета по Правам Человека, Совета Безопасности, Генеральной Ассамблеи ООН, Международного Суда и Совета Лиги Арабских Государств. Обсуждаются темы, объявленные ООН наиболее актуальными. Выработанные предложения решения проблем направляются в Информационный центр ООН в Москве. Ежегодно участниками Форума становятся более 80 российских и иностранных студентов ведущих вузов России, иностранные волонтеры, проходящие стажировку в Нижнем Новгороде. Рабочие языки Форума – русский, английский, французский, арабский.

Тесно взаимодействуем с общественными организациями, молодёжными спортивными сообществами. Проводим чемпионаты России по паркуру, по воркауту, состязания по экстремальным видам спорта. С ассоциацией молодых архитекторов организуем фестиваль «О'Город» – это конкурс проектов малых архитектурных форм, объединённых одной темой, возведение в парках арт-объектов победителей конкурса и обширная культурно-образовательная программа: лекции по дизайну, мастер-классы, световые инсталляции, архитектурные занятия для детей, кинопоказы и всё это в сопровождении выступлений нижегородских музыкантов и тематического фуд-корта. В архитектурном фестивале ежегодно принимают участие более 20 команд из 10 городов России.

С межрегиональным молодёжным общественным движением «Сфера» реализуем очень интересный проект «Солянка» – это языковые встречи, квесты, пикники, в рамках которых – сообщения об истории и развитии языков, национальные игры, традиции, а главное – межкультурное общение, доступная языковая практика в неформальной обстановке, новые знакомства, способствующие преодолению межэтнических и культурных стереотипов и повышению общей образованности участников. В каждом мероприятии принимают участие более 200 человек разных возрастов. У всех гостей есть возможность попрактиковаться или выучить пару базовых фраз на более чем 18 языках, включая суахили, сербский, узбекский, вьетнамский, хинди и др.

В проекте участвовали представители более 40 стран: Австрия, Алжир, Аргентина, Бангладеш, Боливия, Ботсвана, Венгрия, Вьетнам, Гвинея, Германия, Греция, Египет, Зимбабве, Кения, Китай, Колумбия, Куба, Иордан, Индия, Испания, Италия, Малави, Мальдивы, Малайзия, Нигерия, Нидерланды, Польша, Словакия, Сирия, США, Таджикистан, Турция, Узбекистан, Украина, Франция, Чехия, Эквадор, Экваториальная Гвинея, ЮАР.

Историко-патриотический проект «Битва за Нижний!»

В настоящее время дополнительные знания об истории своей страны молодежь всё чаще получает из телепрограмм, а то и из компьютерных игр. Качество этих знаний и их направленность порою оставляет желать лучшего. В нашем регионе действует немало краеведческих, военно-патриотических и фольклорных организаций. Однако, зачастую, тем знаниям, которые они аккумулируют и накапливают, не удаётся попасть в широкую аудиторию.

Для воспитания молодых россиян в духе любви к своей Родине, популяризации исторического наследия, подвигов наших предков и извлечения из этого позитивных уроков особенно важно

привить интерес к родной истории, побудить к самостоятельному изучению родной истории помимо основной программы.

Совмещение викторины и пошаговой стратегии позволяет игрокам самим влиять на ход игры, вырабатывать собственную стратегию и тактику. Вопросы по истории родного края подаются в увязке с мультимедийной картой, на которой моделируется противостояние трёх команд на карте районов Нижнего Новгорода. Сами участники могут оценить важность интеллектуального взаимодействия внутри команды, выработки и принятия общих решений в коллективе.

Проект реализуется на территории города с февраля 2014 г. Проведено 4 сезона из 16 игр, в которых приняло участие около 700 студентов нижегородских ВУЗов и ССУЗов.

Информация о проведённых играх, пакеты вопросов, отчёты и интервью с командами, анонсы предстоящих викторин, а также общая познавательная информация по данной тематике и возможность интерактивного общения с участниками игр и болельщиками отражается на информационном ресурсе.

Популяризация историко-патриотического проекта «Битва за Нижний!» охватила широкие слои молодёжи. Проект проводится на территории районов и в учебных заведениях города Нижнего Новгорода. Побуждение большего количества нижегородцев интересоваться историей родного края через вовлечение их в досугово-игровую деятельность является «изюминкой» данного проекта.

Итак, только совокупность этих задач и действий позволяет в единстве и целенаправленно реализовать государственную молодежную политику, направлять в единое русло усилия и возможности всех государственных, муниципальных и общественных структур, и только объединив усилия всех можно успешно решать многочисленные и подчас очень сложные проблемы молодёжи как на муниципальном, так и на региональном и общероссийском уровне.

М. А. Ципанова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ
КАК УСЛОВИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ
СТАРШЕКЛАССНИКОВ**

Особая роль образования в современном мире, превращение его в важнейший модернизационный потенциал развития общества актуализирует проблему качества подготовки специалистов, а их развитие становится одной из приоритетных педагогических проблем. Однако если компетенции профессионала формируются в процессе получения высшего профессионального образования, то формирование образа профессии должно проходить на более ранних ступенях образования. Необходимость создания условий для выявления способностей и творческого потенциала личности, его формирования, осознанный выбор молодыми людьми сферы будущей профессиональной деятельности и обусловливают актуальность исследования. На наш взгляд, такой проект, как региональные интеллектуальные игры эрудитов «Во всех науках мы сильны: Высшая проба», направлен на решение вышеназванных задач, поскольку проект охватывает широкий спектр интересов молодежи и дает им возможность попробовать свои силы в различных видах деятельности, выбрать для себя наиболее интересную область применения своих способностей.

Настоящее исследование направлено на выявление особенностей влияния региональных интеллектуальных игр эрудитов «Во всех науках мы сильны: Высшая проба» на профессиональное самоопределение старшеклассников.

Теоретическую основу исследования составили положения ученых-философов о трудовой деятельности как о важном условии развития человека, идеи о человеке как о высшей ценности (А. Г. Здравомыслов, Е. И. Исаев, Н. Д. Никандров, В. А. Сластенин, Г. И. Чижакова, Е. Н. Шиянов и другие), системный подход к изучению явлений окружающей действительности (Б. Г. Ананьев, И. А. Афанасьев, Е. С. Кузьмин, Г. Н. Сериков и другие); психологическая теория развития личности (Л. И. Божович, Е. Н. Бондаревская, Л. С. Выготский, Б. Б. Коссов, А. Н. Леонтьев, К. К. Платонов, С. Л. Рубинштейн), идеи развития познавательного интереса учащихся (Н. Г. Морозова, Г. И. Щукина), взгляды на развитие учебной и познавательной моти-

вации учащихся (Е. Н. Ильин, В. С. Ильин, А. К. Маркова), психолого-педагогическая концепция развивающего обучения (В. В. Давыдов, Д. Б. Эльконин, И. С. Якиманская и другие). Также нами рассмотрены работы о проблемах психологического сопровождения выбора профессии (Л. М. Митина, И. В. Вачков, А. К. Осницкий, И. М. Кондаков, В. Г. Колесников и другие), вопросы характеристики и содержания профессиональных интересов старшеклассников (В. Ф. Афанасьев, Т. А. Буянова, Т. В. Бухарина, В. П. Грибанов, И. Н. Вакулова, В. И. Жуковская, В. В. Кривневич, Ю. В. Рысев, Г. П. Холопова, А. Ф. Эсаулов и другие).

Методы исследования:

- теоретические (изучение философской, педагогической и психологической литературы по данной проблеме);

- экспериментальные (изучение и обобщение опыта профориентационной работы со школьниками; объяснительно-иллюстративный метод в форме экскурсий; деятельностный метод; проектный метод; игровой метод квестов; метод контроля и оценки знаний в тестовой форме; кейс-метод, социологическое исследование «Роль системы взаимодействия “школа-вуз” в формировании представлений образа будущей профессии»);

- методы обработки эмпирических данных (количественный и качественный анализ).

Современные исследования показывают, что на сегодня у старшеклассников отсутствует готовность самостоятельно выбирать свой профессиональный маршрут, отмечается снижение мотивации к достижению успеха. Данные лаборатории социально-профессионального самоопределения молодежи ИСМО Российской академии образования свидетельствуют о том, что 50% старшеклассников не соотносят выбор профессии со своими реальными возможностями, а 46% ориентированы при выборе профессии на мнение родителей и родственников; 67% не имеют представления о сущности выбранной профессии. Важно учитывать и то, что перейдя на принципиально новую модель развития, «общество и государство так и не смогли сформировать модель профориентации, соответствующую требованиям времени» [1, с. 144]. Следовательно, остро стоит проблема приобщения молодых людей к профессии как базовой культурной ценности, их успешного профессионального самоопределения.

В соответствии с целями исследования будем придерживаться понятия, предложенного Е.А. Климовым: «профессиональное самоопределение школьника в общем виде может быть определено как длительный процесс развития отношений человека к своей будущей

профессии и к самому себе как потенциальному субъекту профессиональной деятельности» [2, с. 25]. Появление потребности в самоопределении свидетельствует о достижении личностью довольно высокого уровня развития, для которого характерно «стремление занять собственную, достаточно независимую позицию в структуре информационных, идеологических, профессиональных, эмоциональных и прочих связей с другими людьми» [4, с. 324]. По нашему мнению, здесь важнейшее значение имеет согласование внутриличностных и социально-профессиональных потребностей. Результат профессионального самоопределения старшеклассников — индивидуальный выбор сферы профессиональной деятельности, которая соответствует интересам, склонностям, запросам личности и потребностям общества и государства.

Подростково-юношеский возраст характеризуется интенсивным развитием интеллектуальных способностей, формированием профессиональных намерений. В учебной деятельности их интересы перестраиваются с учетом способностей, практических навыков профессиональной деятельности. Следовательно, необходимо стимулировать интересы старшеклассников к дальнейшему развитию и повышать культуру профессионального самоопределения, представляющую собой компонент «базовой культуры личности школьника, позволяющий самостоятельно и осознанно проектировать и осуществлять стратегию профессионального выбора» [3, с. 7]. Мы предполагаем, что в этих условиях важно налаживать взаимодействие школы и вуза, которое может содействовать решению проблем, затрудняющих процесс выстраивания школьниками стратегии своего личностного и профессионального роста. Данное взаимодействие, на наш взгляд, успешно реализуется в ходе проекта «Во всех науках мы сильны: Высшая проба» для учащихся общеобразовательных учреждений города Ульяновска и Ульяновской области.

Приведем его анализ. Проект стартовал в 2009 году и был разработан клубом «Интеллектика» с целью предоставления участникам, учащимся школ, гимназий и лицеев г. Ульяновск и Ульяновской области, возможности продемонстрировать уровень своих знаний. С 2014 года организацией «Во всех науках мы сильны» для учащихся двух параллелей занимается Ульяновский государственный технический университет. Реализация проекта в стенах УлГТУ имеет целью мотивировать старшеклассников на дальнейшее саморазвитие с учетом выбора профессии.

В настоящее время в России и области активно идёт модернизация образования, началась реализация национальной образовательной стратегии «Наша новая школа», внедряются образователь-

ные стандарты нового поколения. Результатом этих действий должно стать соответствие образования целям опережающего экономического развития, так как только ориентация на практические навыки, на способность применять знания поможет в дальнейшем выпускнику школы стать настоящим профессионалом в выбранной им деятельности и плодотворно работать на процветание региона и всей России. Проект, реализуемый в стенах УлГТУ, подвергся значительной трансформации. Сейчас он носит название «Во всех науках мы сильны: Высшая проба». В 2016-2017 учебном году в нем принимали участие команды школьников 10 и 11 классов города Ульяновска и области. Игры проходят среди всех школ (гимназий) области и включают в себя следующие этапы: внутришкольный (сентябрь–октябрь), отборочный (ноябрь–февраль), финал (март–апрель). Интеллектуальные состязания проходят по следующим предметам: математика, русский язык, английский язык, информатика и ИКТ, экономика, история, литература, культура. Главное изменение в перечне основных номинаций игр – включение заданий номинации «Физика».

К основной конкурсной программе был добавлен ряд мероприятий, которые должны сформировать у школьников образ будущей профессии: экскурсии, интеллектуальные квесты, знакомящие старшеклассников с содержанием профессий, с проектной деятельностью, с техническим творчеством и т. д.

С целью развития технического творчества участников региональных интеллектуальных игр эрудитов «Во всех науках мы сильны: Высшая проба» в программу включен этап, связанный с решением кейсов по результатам участия старшеклассников в работе Детско-юношеской инженерной академии УлГТУ по направлениям: энергетика, журналистика, PR и менеджмент. Команды-участники Игр рассматривают описание проблемной ситуации на предприятии, требующей разрешения. Для поиска наиболее оптимальных путей решения задачи учащиеся используют опыт проектной деятельности, полученный на занятиях в ДЮИА УлГТУ, и успешно справляются с заданием.

Сравнительный анализ по двум критериям, а именно «стремления к достижению успеха» и «уровня готовности к выбору профессии» участников проекта и тех, кто в проекте не участвовал (контрольная группа), показал, что участие в региональных интеллектуальных играх способствует повышению мотивации учащихся к личностному развитию и к осознанному выбору профессии.

Список литературы

1. Антипов, А. Г. Профориентация молодёжи в современном российском обществе: состояние и пути развития / А. Г. Антипов // ИСОМ . – 2012. – № 2. – С.141-150.
2. Климов, Е. А. Психология профессионального самоопределения / Е. А. Климов. – М. : Академия, 2004. – 304 с.
- Ретивых, Е. М. Формирование у старших подростков культуры профессионального самоопределения в процессе выполнения творческих проектов : дис.... канд. полит, наук. – Брянск: 2004. – 231 с.
3. Сериков, Г. Н. Образование и развитие человека : монография / Г. Н. Сериков. – М. : Мнемозина. – 2002. – 416 с.

УДК 159.942

Е. Н. Цыганкова

Белгород, Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова

Н. В. Стрельникова

Белгород, Белгородский юридический институт Министерства внутренних дел России имени И. Д. Путилина

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ВОЛЕВОЙ ФАКТОР КОНФЛИКТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

Отношение людей к конфликтным ситуациям, участие в конфликтном взаимодействии зависят во многом от того, как они воспринимают других людей и реагируют на их поведение. Этот аспект социального взаимодействия стал предметом специального социологического исследования, проведенного среди учащихся средних общеобразовательных школ г. Дятьково (Брянская область) (n=360), учителей (n=64), экспертов (n=20).

Для определения чувствительности учащихся к окружающим было предложено им ответить на вопрос, часто ли они обращают внимание на окружающих. Ответы распределились так: «часто» – 36,5% опрошенных, «нечасто» – 21,5%, «редко» – 8,5%. Остальные дали более уклончивый ответ: «это зависит от настроения» – 18%, «это зависит от обстоятельств» – 13%. Только 2% ответили «практически никогда». Таким образом, можно констатировать достаточно высокий уровень чувствительности учащихся к окружающим людям,

что вполне естественно, поскольку человек не может нормально жить без постоянных контактов с другими людьми. Эти контакты, в свою очередь, предполагают определенный уровень чувствительности. Принимая во внимание гендерный фактор, можно отметить, во-первых, сравнительно более высокий уровень социально-психологической чувствительности девушек в сравнительно большей мере «зависит от обстоятельств», у юношей – «зависит от настроения». Можно сказать, что чувствительность девушек определяется в большей мере внешними факторами, юношей – внутренними факторами.

Социально-психологическая чувствительность избирательна, то чем свидетельствуют ответы респондентов на вопрос «Чего, по Вашему мнению, больше в поведении и характере окружающих?». Почти две трети опрошенных (62,5%) заявили, что «это зависит от человека: у одних больше достоинств, у других – недостатков». Еще один «компромиссный» вариант ответа – «и того, и другого в равной мере» – его выбрали 19% опрошенных. Особого внимания заслуживает распределение остальных ответов: 13,5% опрошенных учеников, т. е. каждый седьмой-восьмой уверены в том, что в поведении и характере окружающих людей больше недостатков, тогда как о наличии достоинств заявили всего 2% опрошенных.

Социально-психологическая чувствительность может перерастать при определенных условиях в раздражительность. На вопрос «Раздражают ли Вас окружающие люди?» подавляющее большинство опрошенных ответило «да, иногда» (41%), «да, редко» (31,5%). Обращают на себя внимание крайние варианты: у каждого седьмого из опрошенных имеется своего рода иммунитет к раздражителям, и он никогда не испытывает раздражения, а каждый двадцатый, напротив, испытывает его постоянно. Причем, более раздражительны девушки (84,4% среди них заявляют о социальной раздражительности, тогда как среди юношей – 71,8%).

Источниками социального раздражения становятся, чаще всего, одноклассники (на это указали 16% опрошенных), незнакомые (14%), сверстники (11,5%); сравнительно реже – учителя (9,5%), знакомые (9,5%), братья и сестры (3,5%) и реже всего – родители (2,5%). Каждый четвертый-пятый из опрошенных выбрал ответ «все понемногу», а каждый третий затруднился ответить. Проявляется гендерная зависимость в ответах: у девушек сравнительно чаще вызывают раздражение сверстники, одноклассники, знакомые; у юношей, наоборот, учителя и незнакомые. Среди девушек сравнительно больше выбравших ответ «понемногу», среди юношей – затруднившихся с ответом.

Причин и поводов для раздражения, как оказалось, достаточно много (см. таблицу 1).

Таблица 1

**Распределение ответов респондентов-учащихся на вопрос
«Что раздражает Вас больше всего в окружающих?», %**

| №№ п/п | Варианты ответа | Категории опрошенных | | |
|-----------|--|----------------------|---------|-------|
| | | Все | Девушки | Юноши |
| 1. | Неуместные действия, поступки | 53,0 | 56,7 | 50,0 |
| 2. | Неразборчивость в поведении и в отношениях | 21,5 | 24,4 | 19,1 |
| 3. | Черты характера | 27,5 | 27,8 | 27,3 |
| 4. | Внешние черты | 7,0 | 12,0 | 2,7 |
| 5. | Отношение к учебе, работе | 7,5 | 8,9 | 6,4 |
| 6. | Отношение к другим | 38,0 | 37,8 | 38,2 |
| 7. | Все раздражает | 4,0 | 1,1 | 6,4 |
| 8. | Ничего не раздражает | 5,5 | 1,1 | 9,1 |
| 9. | Затрудняюсь ответить | 6,0 | 5,6 | 6,4 |

Четыре причины, по сути, вызывают негативные эмоциональные реакции: 1) неуместные действия, поступки, 2) отношение к другим, точнее сказать, недоброжелательное отношение к другим, 3) вызывающие черты характера, 4) неразборчивость в поведении и в отношениях. Если судить по сумме данных ответов, то девушки проявили более высокую чувствительность к вопросу (по сравнению с юношами), особенно по вариантам «неуместные действия, поступки» и «неразборчивость в поведении и отношениях». Что касается юношей, то они отличились радикальными ответами «все раздражает» и «ничего не раздражает».

Социальное раздражение, вызываемое окружающими людьми, выливается в негативные эмоции. Об этом свидетельствуют ответы 72,55 опрошенных, которые выражают такие эмоции часто (7%), иногда (28,5%), редко (37%). Довольно большая часть респондентов (18%) заявила, что раздражение у них никогда не выражается в негативных эмоциях. Судя по полученным данным, девушки склонны к более бурному выражению своей чувствительности, нежели юноши.

В этой связи небезынтересны ответы учеников на вопрос о том, какие эмоции вызывают у них окружающие: 18% ответили «положительные» и «скорее, положительные», чуть меньше – «отрицательные» и «скорее, отрицательные». Преобладают ответы «и те, и другие» (92,6%), «зависит от окружающих» (31%). Некоторые респонденты (9%) выбрали ответ «это зависит от ситуации».

В связи с возможными негативными эмоциями их бурным проявлением респонденты опрашивались о том, считают ли они необ-

ходимым и возможным сдерживание негативных эмоций. Их ответы распределились следующим образом (в %):

- это необходимо и возможно – 63,5;
- это необходимо, но невозможно – 11,5;
- это возможно, но не необходимо – 10,0;
- нет ни, возможности, ни необходимости – 2,0.

Таким образом, две трети опрошенных учеников оптимистично настроены на возможность и необходимость сдерживания негативных эмоций, каждый девятый – пессимистично, каждый десятый – индифферентно. Причем, оптимизма сравнительно больше в ответах юношей, пессимизма – в ответах девушек.

Способность сдерживать негативные эмоции – важная черта личности и действенный фактор профилактики конфликтных ситуаций. Однако далеко не всем присуща эта черта. На вопрос «Удастся ли Вам сдерживать отрицательные эмоции?»; больше половины опрошенных (55%) ответили «да, иногда», 19,5% – «да, редко». Практически в равных долях распределились ответы тех, кому «никогда не удастся сдерживать отрицательные эмоции» (11,5%) и, наоборот, «всегда» удастся это делать. Сравнительно выше показатель эмоциональной устойчивости у девушек и ниже – у юношей (причем, 17,3% из них заявили, что им «никогда» не удастся сдерживать свои эмоции).

Таким образом, в результате проведенного исследования выявлено, что достаточно высок уровень чувствительности учеников к окружающим людям, при этом относительно большая чувствительность проявляется к их недостаткам, нежели достоинствам. Чувствительность при определенных условиях трансформируется в социальную раздражительность (причем, у девушек в большей степени, нежели у юношей). Проявляется статусная зависимость источников социального раздражения. Наиболее распространенные поводы для раздражения: неуместные поступки окружающих, их недоброжелательное отношение к другим, вызывающие черты характера, неразборчивость в поведении, отношениях. У большинства опрошенных социальное раздражение может проявляться в отрицательных эмоциях.

Вместе с тем, подавляющее большинство учащихся оптимистично настроены на возможность сдерживания отрицательных эмоций. Однако, далеко не всегда удастся реализовать эту возможность. Сравнительно выше показатель эмоциональной устойчивости у учениц-девочек (по сравнению с юношами).

Список литературы

1. Анцупов, А. Я. Профилактика конфликтов в школьном коллективе / А. Я. Анцупов. – М. : ВЛАДОС, 2003. – 208 с.
2. Арсентиева, С. Н. Детские конфликты в образовательных учреждениях: сущность, причины и пути урегулирования / С. Н. Арсентиева // Воспитание школьников. – 2013. – № 8. – С. 57-61.
3. Герасимова, И. Н. Предупреждение конфликтов среди подростков в учреждениях среднего профессионального образования / И. Н. Герасимова // Профессиональное образование и общество. – 2015. – № 1 (13). – С. 70-74.

УДК 324

В. А. Чернов, А. А. Жмырева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ФАКТОРЫ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ

Несомненно, вектор развития страны зависит от политического решения избирателей и степени вовлеченности в процесс выборов. Вместе с тем, отношение к избирательному процессу отражает уровень приверженности и степень доверия общенациональным ценностям современного государства. Несмотря на многочисленные обращения социологов, политологов и политических консультантов к исследованию электорального поведения, тема по-прежнему остается мало изученной. Цель данной статьи заключается в выявлении факторов, влияющих на электоральное поведение молодого поколения. Подпонятием «молодой электорат» мы будем иметь в виду молодых людей от 18 до 30 лет, что составляет почти четверть от числа избирателей, создающих образ политического будущего России [1].

Сформировалась противоречивая ситуация: с одной стороны, ведется активная работа различных организаций по установлению диалога молодых людей с властью, с другой стороны, практика проведения избирательных процессов говорит о низкой степени вовлеченности в политическую жизнь и пассивности молодого электората. Именно эта группа должна находиться в приоритете для власти.

Согласно М. Ю. Садыровой, эта социальная группа составляет почти четверть от общего числа электората [1].

По мнению М. С. Пронина, одним из факторов не столь активного поведения молодежи является формализованный подход к возвращению политико-правовых основ молодежи. Зачастую организация встреч с представителями государственной власти оказывается в предвыборный период, после которого интересы молодежи откладываются до следующих избирательных кампаний. Естественной реакцией на такое отношение является низкая степень доверия молодого избирателя политическим структурам. Также, фактор эпизодического обращения к молодым людям накануне демократического процесса наносит больший урон, чем агитация участия электората в выборах. Результатом подобного неглижирования можно назвать избегание участия в голосовании, абсентеистские настроения. Однако, существует сектор молодых граждан, со сформированными политическими вкусами, регулярно участвующие в выборах, поэтому нельзя говорить о всеобщей аполитизированности электората. К тому же использование административных ресурсов со стороны власти не помогает в активизации молодежи: добровольно-принудительно участие в митингах, собраниях действуют с обратной силой [2]. Отмена нормы явки также является существенным фактором, оказывающим влияние на электоральное настроение. Так, до 2006 года выборы считались состоявшимися в случае, если в них участвовали на региональном уровне 20% избирателей, в то время как на выборах в Государственную Думу не меньше четверти, а на выборах Президента РФ не менее половины электората. Анализируя сложившуюся ситуацию, необходимо провести анализ явки в регионах страны, в среднем по России явка составила 15-30% [3]. В Москве она выразилась всего 14,8%, в других регионах – Карелии, Кировской и Новгородской областях явка колебалась от 23,5% до 28,7%, довыборы в Ульяновской области также показали низкий процент. Организаторы выборов объясняют свое решение (об отмене нормы явки избирателей) в рамках экономии бюджета, так как проведение выборов повторно предполагает под собой влияние денежных средств; по словам пресс-секретаря Президента Российской Федерации, Д. С. Пескова, уровень явки на выборах, прошедших 10 сентября 2017 года, соответствует европейским тенденциям и это не является критичной цифрой. Однако стоит заметить, что Россия развивалась и развивается самобытным путем, исходя из этого сложно проводить параллель между западными и российскими политическими процессами [4].

Итак, существует ряд факторов, оказывающих существенное влияние на электоральное отчуждение молодых избирателей. Среди них — формализованный несистематический подход к организации диалога с молодежью; применение административных ресурсов; отмена порога явки, чем объясняется низкая степень доверия к политической машине; а также пропаганда, где молодежь выступает в роли объекта политического манипулирования. Несмотря на это, часть молодежи активно проявляет себя в электоральном поведении. Одной из главных задач сейчас является сохранение числа инициативных представителей молодежной среды и информированность о выборах; убеждение в необходимости их голосов для выражения политического решения. Считаем, что молодой электорат является мощной инициативной силой, однако для воспитания политико-правовой грамотности, необходимо изменить направление и форму взаимодействия власти и молодежи. Так, формирование чувства гражданской ответственности за выбор должно стать определяющей основой курса для политического просвещения молодых людей. Кроме того, нужно изменить отношение молодежи к участию в выборах при условии приоритетности молодежной политики в стране.

Список литературы

1. Садырова М. Ю. Проблема избирательной активности российской молодежи / М. Ю. Садырова // Молодой ученый. – 2014. – № 3. – С. 667-669.
2. Беликова, Е. А. Политическое участие молодежи: анализ проблем политической активности / Е. А. Беликова // Среднерусский вестник общественных наук. – 2014. – №1. – С. 57-61.
3. Пронин М. С. Формы и методы привлечения молодежи к участию в выборах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2013/12/03/formy-privlecheniyamolodezhi-k-vyboram>
4. Арефьев Н. В. Тревоги «тихих выборов»: технология фальши / Н. В. Арефьев // Советская Россия. – 2017. – № 105 (144883). – С. 1.

Г. М. Шигабетдинова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

**ПАРТНЕРСТВО В ИНТЕРЕСАХ
САМООПРЕДЕЛЯЮЩЕЙСЯ ЛИЧНОСТИ:
ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОФИОРИЕНТАЦИОННОЙ СРЕДЫ
ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ**

Одним из важнейших направлений развития страны является модернизация промышленности. «Сегодня лидерами глобального развития становятся те страны, которые способны создавать прорывные технологии и на их основе формировать собственную мощную производственную базу. Качество инженерных кадров становится одним из ключевых факторов конкурентоспособности государства и, что принципиально важно, основой для его технологической, экономической независимости» (Президент России В. Путин)

Ульяновская область развивается как промышленно развитый регион страны с привлекательным инвестиционным климатом. В 2011 году промзона «Заволжье» стала третьим сертифицированным индустриальным парком страны. На территории промзоны реализуются инвестиционные проекты российских и зарубежных компаний. Среди резидентов парка компании «Шэффлер», «Бати Шерна» («Легран»), «Марс», «Эфес», «Таката Рус», «Бриджстоун», «ДМГ Мори Сейки», «Немак», нанотехнологический центр и другие.

Вместе с тем данные выбора школьниками профиля обучения свидетельствует о непопулярности среди них физико-математического и информационно-технологического профиля обучения, необходимых для получения инженерного образования. По данным Министерства образования и науки Ульяновской области, профиль обучения учащихся в 10-11 классах (2016-2017 учебный год) следующий: гуманитарные классы вдвое превосходят по численности все остальные профили (63% – гуманитарный профиль, 24% – физико-математический, 8% – естественно-научный, 3% – социально-экономический, 2% – технологический).

Наблюдается невысокий уровень интереса учащихся к изучению точных наук. Выпускники школ региона демонстрируют снижение качества подготовки по профильной математике: средний балл экзамена снизился с 47,6 до 45,19, также снизилось и количество сдававших – 3813 (в 2016 году – 4031). Количество сдающих физику и информатику и ИКТ по-прежнему невелико: 1675 и 529 человек соответственно.

Вместе с тем за последние годы наблюдается улучшение результатов по физике (ЕГЭ): с 50,4 до 52,10, повысилось качество подготовки выпускников 11 классов по информатике и ИКТ: с 55,8 до 57,33.

Низким является уровень подготовки по точным наукам и у выпускников 9 классов: в 2017 году количество девятиклассников в регионе составило 9570 человек. Из них сдавали физику 1270 человек (средняя оценка – 3,84), информатику и ИКТ – 1960 человек (средняя оценка – 3,80).

Таким образом, современная ситуация характеризуется

- во-первых, рассогласованностью спроса и предложения на региональном рынке труда, острой потребностью региона в инженерных кадрах, уровень подготовки которых отвечает требованиям работодателей;

- во-вторых, низким уровнем мотивации школьников к получению инженерного образования в целом, и к изучению профильных предметов (физики, математики, информатики), в частности;

- в-третьих, необходимостью создания условий для формирования у учащихся компетенции самостоятельного профессионального самоопределения, конструирования и реализации ими своей профессиональной траектории.

Профессиональная ориентация теоретиками традиционно рассматривается как система, имеющая межотраслевой характер, отличающаяся слабой институционализацией, отсроченностью результатов профориентационной деятельности по времени и т. д. Результатом профориентационной работы должно стать формирование профориентационных компетенций, необходимых субъекту профессионального самоопределения.

Постмодернистская модель профессионального самоопределения характеризуется необходимостью создания условий для формирования индивидуального набора профессиональных компетенций, исходя из личных возможностей и потребностей человека.

Такую сложную для решения проблему невозможно решить без построения системы социального партнёрства, включающей органы власти, высшее учебное заведение, промышленные предприятия, общеобразовательные учреждения, учреждения среднего профессионального образования и т. д. Такая система строится на принципах целостности, направленности на удовлетворение интересов личности с учётом потребностей региона, страны.

В настоящей статье приведен опыт построения такой системы Ульяновским государственным техническим университетом. УлГТУ, осуществляя подготовку по всем ступеням высшего образования (бакалавриат, магистратура, аспирантура), имея крепкие связи с про-

мышленными предприятиями и компаниями (93 соглашения о сотрудничестве и совместные проекты), выстраивает многоуровневую интегрированную систему непрерывного образования «школа (лицей) – вуз – предприятия». Эта система представляет собой единую профориентационную среду для формирования у молодежи ценностей профессионализма и профессионально-личностной самореализации.

Один из проектов, который вуз реализует уже более 25 лет – это *выявление и поддержка одаренных детей через создание сети Лицеев и лицейских классов при УлГТУ физико-математической направленности*. Начался проект с Лицея при УлГТУ. В настоящее время сеть включает 4 лицея, 14 лицейских классов в городе Ульяновске, Ульяновской области и в Республике Чувашия. Сеть лицеев представляет собой объединение самостоятельных, уникальных образовательных учреждений, имеющих свою историю, традиции, свою модель профориентационной работы. При этом сеть представляет собой единое образовательное и социокультурное пространство, обеспечивающее обучение школьников по физико-математическому и информационно-технологическому профилю, а также построение учащимися траектории своего профессионального развития.

Для реализации проекта ведется работа с кадрами лицеев: курсы повышения квалификации, семинары для учителей физики, информатики и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и математики, круглые столы, конференции, совместные заседания преподавателей кафедр вуза и учителей лицеев, участие сотрудников кафедры и учителей лицеев в учебных процессах в лицеях (со школьниками) и в вузе (со студентами), ежегодная школа-семинар «Преемственность преподавания физики от школы к вузу».

Для лицеистов проводятся различные мероприятия профориентационного характера, среди которых особое место занимают встречи лицеистов с топ-менеджерами ведущих компаний Ульяновской области – выпускниками УлГТУ «Наших видно издалека». Знакомство с современными предприятиями региона расширяет кругозор учащихся, конкретизирует их профессиональные намерения.

Еще одним проектом, тесно связанным с предыдущим, является проект *Детско-юношеская инженерная академия УлГТУ*. Вовлечение лицеистов в работу 12 Школ и Центров Детско-юношеской инженерной академии направлено на практическую деятельность, повышение интереса учащихся к инженерным профессиям, обучение основам научно-технического проектирования, развитие интереса у школьников к инженерному творчеству как возможной профессиональной деятельности, осуществление серии профессиональных проб.

В 2016-2017 учебном году 292 слушателя ДЮИА приняли участие в 27 конкурсах, чемпионатах и олимпиадах различного уровня, 145 из которых стали победителями и призерами, причем 4 слушателя Академии стали победителями и призерами конкурсов всероссийского уровня.

В 2016-2017 учебном году открыт Детско-юношеский центр профориентации на базе ИАТУ. Получено финансирование Правительства Ульяновской области на приобретение оборудования для обеспечения его деятельности.

Для определения результативности выстроенной системы социального партнерства проведены (Управлением довузовского образования) исследования среди школьников 9-11 классов (май, 2016, количество респондентов: 167), лицеистов 10-11 классов (январь-февраль, 2017, количество респондентов: 36), студентов среднего профессионального образования (апрель, 2017, количество респондентов: 141), слушателей Детско-юношеской инженерной академии (апрель 2017, количество респондентов: 124).

По результатам проведенного количественного исследования кафедрой «ПСиСО» (УлГТУ) среди учащихся 10-11 классов Городского лицея при УлГТУ на тему «Влияние обучения в лицее на личностное и учебно-профессиональное развитие учащихся» (февраль-апрель 2017 года, количество респондентов: 312) получены следующие результаты: большинство лицеистов удовлетворены выбранным профилем (83%) и обучением в лицее. 63% опрошенных осведомлены о востребованных профессиях в современном мире. Для лицеистов получение высшего образования (самого диплома) не является основной целью, для них важнее качество образования по выбранному профилю. Высоко желание подготовиться к будущей профессии, обучаясь в Лицее при УлГТУ (78%).

Эти данные подтверждаются полученными ранее результатами исследований об отношении лицеистов к учебному заведению и профессиональному выбору. В ходе качественного исследования выявлена потребность лицеистов в более глубоком погружении в профессию в интересных для них формах: мастер-классы, встречи со студентами, выпускниками с представителями предприятий, профессиональные пробы, тематические лабораторные работы, экскурсии на предприятия. Опрошенные нуждаются в информации об изучаемых дисциплинах в вузе, о связях университета с предприятиями (перспективы трудоустройства после окончания вуза), во встречах со студентами, выпускниками. Большинство лицеистов 10 классов, обучающиеся на «4» и «5» и круглые отличники (7/9 опрошиваемых), считают мероприятия, проводимые университетом, познавательными и информативными. Наиболее положительный отклик получили

мероприятия с участием выпускников, например, «Наших видно издалека». Обучающиеся на «4» и «5» и круглые отличники 11 классов ориентированы на более глубокую работу в ходе профориентационных мероприятий и ожидают от профориентационной работы большего.

Среди опрошенных слушателей Детско-юношеской инженерной академии 80% собираются поступать в университет по направлению, связанному с обучением в Академии. При этом 72% планируют получать высшее образование в УлГТУ, другие – в вузах Казани, Москвы и Санкт-Петербурга. Отмечается высокий уровень удовлетворенности слушателей от посещения занятий. 85% опрошенных отметили, что атмосфера на занятиях им нравится и вызывает интерес. Большинство опрошенных считают, что посещение занятий помогло определиться с профессией. При ответе на вопрос «Что больше всего нравится на занятиях» получены следующие ответы: «изучение нового материала», «общение с единомышленниками и саморазвитие», «творческий процесс», «атмосфера и преподаватели», «возможность общения с преподавателями и его готовность помочь».

Особенностью проекта является организация системной работы по созданию рефлексивной профориентационной среды, где рефлексия осуществляется на всех этапах развития проектов (от исследования ожиданий и потребностей целевой аудитории до исследования эффективности проведенных мероприятий). Рефлексивный анализ профориентационной деятельности позволяет обеспечивать устойчивое совершенствование проектов, проявляющееся в создании новых проектов и развитии уже реализуемых.

Условием эффективности реализации проектов является тьютерское сопровождение процесса профессионального самоопределения старшеклассников. Тьютерами являются аспиранты, проходящие педагогическую практику. Они являются руководителями Школ и Центров, входящих в состав Детско-юношеской инженерной академии, и строят работу в Школах и Центрах на системно-деятельностной основе, владея проектными и исследовательскими методами обучения.

Социологический опрос 1 курса УлГТУ (n,394 студента) показал: профориентационные мероприятия студенты отметили как информативные (84% опрошенных отмечают полноту предоставляемой информации, ее доступность). 13% опрошенных первокурсников посещали мастер-классы, 33% принимало участие в конкурсах и олимпиадах, проводимых УлГТУ; 10% опрошенных первокурсников принимало участие в проекте «Профессиональные пробы» и вебинарах.

Анализ данных приемной кампании 2017 года в Ульяновском государственном техническом университете показывает, что наблюдается рост среднего балла ЕГЭ абитуриентов, а это значит, что в вуз пришли более подготовленные первокурсники, получившие качественную профильную подготовку. Для масштабирования успешной деятельности Детско-юношеской инженерной академии запланировано расширение филиальной сети ДЮИА за счет увеличения количества филиалов Школ и Центров в Димитровграде, Инзе, Майне, Барыше; открытия филиалов в Тереньгульском и Кузоватовском районах.

Обобщая вышеизложенное, можно говорить о том, что высокая потребность общества в грамотных специалистах, обеспечивающих развитие страны, актуализирует появление и развитие оригинальных моделей профориентационной работы. Одной из успешных моделей является единая профориентационная среда, созданная УлГТУ на основе социального партнерства. Она направлена на достижение баланса интересов учащихся и их семей, работодателей, образовательных организаций разного типа и уровня, региона, государства.

УДК 316.343

Ю. В. Ушкова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

РЕСУРСЫ И БАРЬЕРЫ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ МОЛОДЫХ РОССИЯН

В условиях инновационного развития России возрастает роль молодежи, которая является одним из основных участников модернизации экономики и социальной сферы. При этом молодое поколение занимает невысокие позиции в системе социальных и трудовых отношений в силу объективных и субъективных причин («не пришло их время», нет опыта, высокие должности заняты старшим поколением). Как следствие, значительная часть молодежи выбирает нелегитимные пути профессиональной и экономической мобильности.

В современной России усиливается социально-статусная дифференциация, затрагивающая интересы всех возрастных и профессиональных групп, но, прежде всего, – молодежи. Это, с одной сто-

роны, способствует появлению новых форм социальной мобильности; с другой, порождает барьеры для социальных перемещений молодых людей из групп риска. На социальную мобильность молодежи воздействует большое количество субъективных и объективных факторов. Значение каждого из них неравноценно, поскольку все они обладают различной степенью и характером влияния.

Научная проблема, на решение которой направлено наше исследование, связана с выявлением ресурсов для осуществления социальной мобильности молодежи в современной России. Современное состояние российской экономики и общества привело к разрушению моделей перемещения молодых россиян в социальном пространстве за счет традиционных путей достижения более высокого социального положения (получения высшего образования, переезда в крупный город, удачной женитьбы или замужества).

Целью нашей работы является изучение ресурсов и барьеров социальной мобильности молодых людей как объекта социального управления, определение возможностей реализации.

Родоначальниками научных подходов социологического исследования проблем социальной мобильности являются М. Вебер и П. Сорокин. Веберианская теория перемещения индивидов в пространстве многомерной социальной стратификации позволяет определить жизненные шансы представителей различных классов: чем выше социальный статус индивида, тем больше он имеет «жизненных шансов».

Питирим Сорокин рассматривал социальную мобильность как свойство развития социальных структур. Ученый дал определение рассматриваемому процессу, выделив основные виды и типы социальной мобильности, определил её показатели.

Социолог определил социальную мобильность, как «любой переход индивида или социального объекта, т.е. всего того, что создано или модифицировано человеческой деятельностью, из одной социальной позиции в другую» [4; с. 473]. Согласно П. Сорокину, за исключением периодов анархии и социальных потрясений в любом обществе социальные перемещения осуществляются не хаотично, а носят характер необходимости и строго контролируются разнообразными институтами, которые составляют комплекс механизмов, «социальное сито», контролирующее весь процесс социального тестирования, селекции и распределения индивидов в обществе. Одновременно в зависимости от общественного развития изменяются ведущие факторы, влияющие на социальную мобильность молодого поколения.

Альтернативные концепции для изучения социальной мобильности в условиях усиливающегося неравенства предложили П. Бурдье, М. Кастельс, У. Бек и др. Отправной точкой этих концепций выступают ресурсы и их конвертация в новый актив (экономический, человеческий, культурный, социальный капитал). Согласно П. Бурдье, на перемещения индивидов в социальном пространстве оказывают капиталы: социальный, культурный, символический и экономический. Молодой человек занимает различные позиции в социальном пространстве в зависимости от степени обладания конкретной формой капитала, их соотношением и возможностью конвертации одной формы в другую. Согласно теории П. Бурдье, для современного общества «одним из определяющих факторов полноценного развития индивида является обладание каждой из форм капитала в определенном объеме, не ниже минимально допустимого показателя» [1; с. 201]. Исходя из этого, определяются и возможности социального перемещения молодого человека.

Известный американский социолог П. ДиМаджио, изучая академическую успешность американских студентов – выходцев из элиты, предложил в качестве оспособа измерения уровня культурного капитала частоту контактов с «высокой культурой». Оказалось, культурный капитал, полученный в период воспитания в семье, влияет на профессиональное продвижение и академическую успешность.

В работах Д. Берто, Л. Джонсона, Д. Фитермана, Р. Хаузера нашло отражение различие уровня интенсивности социальной мобильности в разных слоях общества. Основываясь на биографическом методе, Д. Берто подтвердил нисходящую траекторию мобильности в условиях нестабильной экономики: «шансы сына рабочего стать руководителем или лицом свободной профессии в 12 раз меньше, чем у выходцев из той же среды; лишь небольшая часть служащих повышает свой социальный статус, значительная часть детей служащих становятся рабочими» [5; с.17].

Исследователи П. Блау, О. Данкен, Д. Гласс особое внимание уделили изучению межпоколенной мобильности, в которой основным фактором назвали родительскую семью.

В своих работах Блау и Данкен подчеркивали роль родительской семьи в социальной мобильности. Статус родителей оказывает множественное — как прямое, так и косвенное — влияние на достижения детей. В сфере образования влияние на статус ребенка происходит в основном через образование родителей; социально-экономическая позиция семьи влияет на возможность карьеры, независимо от образования. Исследователи отметили, что на возможности молодого человека также влияет число членов родительской семьи:

достижения человека из большой семьи, вынужденной делить средства между многими, обычно хуже, чем у того, кто вырос в малодетной семье. Старшие и младшие дети, как правило, делают более удачную карьеру.

Заслуживают внимания выводы Д. Гласса относительно мобильности молодежи Великобритании во 2-й половине XX века: повышение статуса более заметно среди молодых людей, чьи отцы принадлежали к низкостатусным категориям; но длина статусного перемещения не существенна [2; 273].

Развитию социологических представлений о социальной мобильности молодежи в современной России посвящены труды учёных М. Х. Титма, В. Н. Шубкина, Г. А. Чередниченко, Д. Л. Константиновского, М. Н. Руткевича, В. Е. Гимпельсона, Г. А. Монусовой, О. В. Нечипоренко, С. А. Просольченко, Л. Б. Косова и др. В результате эмпирических исследований выделены типы стратегий молодежи в современной России: а) прогрессивно-инновационная («активного наступления»), проявляющаяся в преобразующем взаимодействии с социальным окружением, ориентирована на достижение успеха; б) реактивно-пассивная (традиционная), направленная на достижение динамического равновесия со средой в рамках завоёванной ниши, приспособление с целью выживания.

В работе Л. Б. Косовой, обобщающей опыт постсоветской мобильности молодежи, выделены следующие тенденции: реформы создали потенциал реализации достигательных установок для ограниченного круга молодых людей в немногих точках социального пространства; зонами успеха стали крупные города и те сферы деятельности, адресатом которых выступают негосударственные структуры.

Следует отметить, что если раньше одним из основных каналов социальной мобильности молодежи являлось образование, то в настоящее время массовость высшего образования в России ставит под сомнение тот факт, что получение образования представляет собой «социальный лифт», благодаря которому молодой человек или социальная группа может повысить свое социальное положение относительно других. Современные эмпирические исследования уровня жизни населения показывают, что во многих российских регионах половина обладателей дипломов о высшем образовании относится к бедным и малообеспеченным слоям [3; с. 184]. Высшее образование в новых условиях имеет черты необходимого атрибута для нормальной жизни в рамках своей социальной группы, но не гарантирует перемещение в более высокие статусные группы.

На основе проведенного анализа зарубежных и отечественных научных трудов по теме социальной мобильности мы пришли к вы-

воду, что в современной России определяющее влияние на социальную мобильность молодежи оказывает родительская семья, которая выполняет роль связующего звена между индивидом и объективными реалиями мезосреды; она является проводником ценностей и традиций, господствующих в социальной системе.

Чтобы определить особенности участия семьи в формировании социальной мобильности молодежи в регионах России, мы провели собственное социологическое исследование: «Влияние семьи на реализацию планов молодежи» (выборка 400 жителей Ульяновской области в возрасте 18-35 лет).

Полученные результаты авторского исследования показали, что более половины респондентов (58%) полностью довольны отношениями с родителями; чуть менее половины респондентов (45%) прислушиваются к советам родителей. Чаще остальных к советам родителей прислушивается молодежь, родители которых проживают в сельской местности: 59% против 40% таких респондентов, родители которых проживают в областном центре.

На основе результатов авторского исследования был составлен рейтинг семейных факторов социальной мобильности: 1) психологическая атмосфера и поддержка в семье, 2) образование и культурный потенциал родителей, 3) материальное положение семьи, статус родителей, 4) профессия родителей, 5) традиции в семье. Значимым представляется выявленный факт: не отрицая значимость материально-статусных характеристик семьи, молодые люди отдают предпочтение психологическому климату в семье и ее культурному капиталу. Более весомое воздействие на социальную успешность культурно-психологических индикаторов качества жизни родительских семей объясняется их природой: указанные аспекты семейной жизни в комплексе влияют на разные формы семейного капитала – культурный, символический, социальный, экономический; создают такие ресурсы, которые постепенно конвертируются в статусные позиции самой молодежи.

Сравнение оценок молодых людей, принадлежащих к разным сегментам по уровню жизни (доходные характеристики) и качеству жизни (культурно-психологические характеристики) способствовало выявлению ведущих факторов мобильности в разных группах молодежи. Выяснилось, что влияние семейных факторов выглядит «размыто» в крайних сегментах: в группах молодых людей из бедных семей и семей с равнодушными отношениями. В остальных сегментах выделяются собственные факторы социальной мобильности молодежи: в малообеспеченных семьях – профессия и образование родителей, психологическая поддержка детей; в среднедоходных

семьях – психологическая поддержка, культурный и материальный потенциал семьи; в обеспеченных семьях – статус родителей и семейные традиции. Культурный и символический капитал наиболее значим в дружных семьях, где поддерживаются отношения поддержки и взаимовыручки.

Результаты исследования показали, что каждый пятый молодой человек выбирает направление обучения по рекомендации родителей или родственников. Наблюдается взаимосвязь между выбором профессиональной сферы и уровнем дохода родительской семьи: чем ниже уровень дохода семьи, тем реже молодые люди при выборе специальности основываются на собственных увлечениях, и тем чаще основным мотивом выбора профессии становится ее востребованность на рынке труда. Ориентация на данный мотив молодых людей из «низкодоходных» групп является попыткой достичь другого социального статуса посредством получения востребованной профессии – «смогу легко найти работу на рынке труда» (72% от числа молодежи из бедных и малообеспеченных семей).

Итак, в современных условиях невозможно совершить социальное перемещение только с помощью полученной профессии и образовательного потенциала. Важная роль в социальной успешности молодежи принадлежит их семейным ресурсам. Выходцев из малоресурсных семей характеризует стремление к социальной мобильности за счет получения востребованной на рынке специальности; молодое поколение из семей со средним уровнем дохода чаще остальных предпочитают найти высокооплачиваемую работу и переехать в другой город. Молодые люди из обеспеченных семей планируют организовать собственный бизнес, который поможет им осуществить социальную мобильность.

Список литературы

1. Бурдые, П. Формы капитала / П. Бурдые // Западная экономическая социология. Хрестоматия современной классики. — М. : РОССПЭН, 2004. – 565 с.
2. Глас, Д. Социальная мобильность в Великобритании / Д. Глас, Н. И. Лапин // Эмпирическая социология в западной Европе : учебное пособие. – М. : ГУ ВШЭ, 2004. – С. 273-280.
3. Моисеенко, В. В. Влияние института высшего образования на социальную мобильность населения в условиях современной России / В. В. Моисеенко // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2015. – № 2 – С. 182-187.
4. Сорокин, П. Человек. Цивилизация. Общество / П. Сорокин; под общ. ред. А. Ю. Согомонова; пер. с англ. – М., 1992. – 543 с.

5. Шкаратан О. И. Ожидания и реальность. Социальная мобильность в контексте проблемы равенства шансов / О. И. Шкаратан // *Общественные науки и современность*. – 2011. – № 1. – С. 5-24.

УДК 338.48

В. Н. Якунин

Тольятти, Поволжский государственный университет сервиса

**ПАЛОМНИЧЕСТВО И РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ
КАК СРЕДСТВО ДУХОВНО-НРАВСТВЕННОГО,
ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЁЖИ
(НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)**

В Самарской области сосредоточены уникальные памятники религии, истории и культуры. Это делает её благоприятной для развития таких направлений, как паломничество и религиозный туризм для детей и подростков. У подрастающего населения растет потребность в духовных ценностях, усиливается интерес к памятникам религиозной культуры, ставших важными центрами духовного возрождения. Религия, все глубже проникая в общественные отношения, открывает новые горизонты для туристских обменов. Область паломничества и религиозного туризма представляет собой малоизученное, хотя и важнейшее направление в туристской деятельности [1, с. 7-17; 2, с. 90-93; 3, с. 42-46; 4; 5, с. 60-63; 6, с. 41-51; 7, с. 54-57; 8, с. 102-114; 9, с. 116-127; 10, с. 82-85; 11; 12].

Для специалистов туристской отрасли чрезвычайно важно не только владеть навыками практической организации поездок туристов, но и иметь четкое представление о том, что такое религия, какие мотивы побуждают людей отправиться в паломничество или на экскурсию по святым местам. Эти знания помогут им лучше осознавать потребности туристов при создании и продвижении тур-продукта, выделять целевые сегменты рынка и т. д. Им необходимо также знание географии религиозных центров, поскольку именно они служат объектами привлечения в данном виде туризма [5, с. 60-63; 6, с. 41-51; 7, с. 54-57; 8, с. 102-114; 9, с. 116-127; 10, с. 82-85].

Паломничество к святым местам – это, пожалуй, самая древняя форма туризма. Религиозная мотивация всегда оказывала существенное влияние на «туристские потоки». Поэтому история религи-

озного туризма уходит корнями в века. Люди отправляются в поездки по святым местам с разными мотивами: помолиться, решить личные проблемы, познакомиться с культурным наследием страны.

Памятники религии, истории и культуры представляют существенную мотивацию посещения того или иного региона или города. Многие религиозные памятники являются объектами туристского показа и находятся под охраной государства. Развитие интереса к религиозному туризму не обошло и Самарскую область. В регионе наблюдается количественный рост религиозных паломнических туров, которые организуют паломнические службы. Организацией религиозного туризма занимаются и турфирмы. За последние годы в России значительно увеличилось количество туристов, совершающих паломничество к святыням [1, с. 7-17; 2, с. 90-93; 3, с. 42-46; 4; 12, с. 311-316; 16, с. 422-427].

Посещение таких мест, как храмы, монастыри, совместные трапезы-беседы со священнослужителями и монахами, проживание в церковных и монастырских гостиницах имеет, кроме познавательного, ещё и положительный психологический эффект для туристов.

Из анализа предложений туристских фирм и паломнических служб Самарской области можно сделать вывод о том, что религиозный внутренний туризм вполне перспективен для региона. Этой деятельности способствует наличие привлекательных для туристов религиозных объектов, туристских фирм и паломнических служб, занимающихся организацией религиозных маршрутов по территории Самарской области, а также наличие постоянного спроса. Положительными факторами, оказывающими влияние на развитие религиозного туризма в Самарской области являются: наличие привлекательных для туристов и паломников религиозных объектов; территориальная, транспортная и ценовая доступность для российских туристов; выгодное географическое положение; наличие образовательных структур, готовящих кадры для туристской отрасли; поддержка и благословение митрополита Самарского и Сызранского Сергия на создание местных религиозных маршрутов; финансовая поддержка Правительства Самарской области, местных органов власти в строительстве и реставрации храмов, монастырей. Сдерживают интенсивное развитие религиозного туризма в Самарской области, в основном, организационно-экономические факторы – это неразвитая инфраструктура для религиозного туризма (недостаток гостиниц уровня 2-3 звезды, рассчитанных на среднего туриста; отсутствие санитарных мест на остановках по пути следования); отсутствие программы развития религиозного туризма в Самарской области; отсутствие гибкой системы стимулирования (в том числе

отсутствие налоговых льгот) для туристских предприятий и паломнических служб, занимающихся религиозным туризмом.

Следует заметить, что если в туристической деятельности учитывать только цивилизационный компонент – стремление к неуклонному движению вперед, восхождение по лестнице прогресса, тогда следует совершенствовать туристическую инфраструктуру, делая ее для туристов более комфортной. Однако в религиозном туризме ведущей является культура, которая не использует предшествующее наследие как трамплин для новых достижений по той причине, что она не может отказаться целиком или частично от культурного фонда. Поэтому, напротив, огромное значение в этом культурном процессе имеет сопричастность с различными воплощениями традиции. И может в историко-религиозном контексте грамотное использование, например, проселочных дорог станет своеобразным культурных ресурсом для туристического бизнеса.

Жизнь каждого человека связана с определенной социокультурной реальностью, которая представляет собой мир разделяемых людьми символов. Это своеобразный язык культурного кода, определяющий культурную парадигму – модель образа жизни и способ мировосприятия данной культурной эпохи.

Культура может строиться только на основе духовной преемственности, только с учетом внутреннего диалога культурных типов.

Однако в постиндустриальном обществе постоянные перемены, как уже было отмечено, стали образом жизни для многих людей. Такая новая модель поведения не проходит бесследно для духовно-нравственного облика человека, ибо меняют отношение к родным местам, дому, работе. Повышенная мобильность лишь усиливает ощущение нестабильности разочарование и растущее чувство одиночества. Поэтому так важны культурные объекты, отражающие духовный облик и внутренний мир народа то, что для него имеет смысл и значение. Они в конечном итоге хранят человека от обезличивания, позволяют ему ощутить связь времен и поколений, получить необходимую в трудную минуту поддержку и жизненную опору.

В этой связи интерес к религиозному туризму постоянно растет. В Самарской области за последние годы значительно увеличилось количество туристов, отправляющихся в поездки по региону, России, а также за границу с религиозно-познавательными и паломническими целями. Туристом, путешествующим с религиозными целями, является человек, выезжающий за пределы обычной среды на срок не более года для посещения святых мест. Под религиозным туризмом следует понимать виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к религиозным святыням.

В Самарской области реализуют четыре направления деятельности в сфере религиозного туризма и паломничества: маршруты на территории России, маршруты, пролегающие к монастырям и святыням ближнего зарубежья, маршруты дальнего зарубежья, местные маршруты.

Местные маршруты по территории Самарской области: в г. Самара (в Иверский женский монастырь, Покровский кафедральный собор, храм свв. Кирилла и Мефодия); в Винновку (в Свято-Богородичный Казанский мужской монастырь); в с. Ташла (к источнику, иконе Божией матери «Избавительница от бед», на ташлинское кладбище – место упокоения многих подвижников Самарского края); в Сызрань (к святому источнику Феодоровской иконы Божией Матери и самой иконе), в с. Красные Ключи (к мощам святого Петра Чагинского); в Царевщину (к святому источнику в честь иконы Божией Матери «Неупиваемая чаша» и Христорождественскому храму); в урочище Каменная чаша (к источнику святителя Николая); в с. Рачейка (в храм Космы и Дамиана и к святым источникам); в с. Большая Рязань (к святым источникам), в с. Утевка (в Свято-Троицкий храм) и с. Съезжее (на Святое озеро) и т.д.

Образ края, сформированный на протяжении веков каждым народом, проживающим на территории Среднего Поволжья, позволял удовлетворять эстетические потребности каждого человека, в результате чего сформировалось привычное, комфортное восприятие окружающего мира природы и мира культуры. В качестве иллюстрации этого тезиса более подробно остановимся на местном маршруте по территории Самарской области, в с. Ташла.

Православные туры, поездки к православным святыням – это направление миссионерской, просветительской деятельности Самарской епархии, её благочиний, приходов, существует не один год. Просветительский паломнический центр «Святая Русь», паломническая служба «Радонеж», паломнический отдел Сызранского бюро путешествий и экскурсий уже много лет осуществляют поездки по святым местам в России и зарубежья, в том числе и вс. Ташлу (Ставропольский район).

В последние годы в нашем регионе наблюдается количественный и качественный рост религиозных паломнических туров, которые организуют паломнические службы. Ни один паломнический маршрут в области не обходится без посещения села Ташла, где в 1917 г. явилась чудотворная икона Божией Матери «Избавительница от бед», а на месте её чудесного явления забил чудотворный источник. Основанное в 20-е гг. XVIII века как мордовское поселение, село Ташла получило второе своё название – Троицкое, так как

в 1775 г. в нем был построен деревянный Троицкий храм. В 1844 г. он был перестроен [11].

В течение года Ташлу посещают свыше 30000 паломников и туристов, и для них созданы все условия по приёму и размещению. Надо отметить интерес молодого поколения, в том числе и студенчества, к паломническим поездкам в Ташлу. Студенты Поволжского государственного университета сервиса предлагают в своих дипломных работах пути совершенствования организации поездок к святым местам.

В 1969 г. указом правящего архиерея епископа Иоанна настоятелем Троицкой церкви был назначен иерей Николай Винокуров, чьё подвижничество продолжается в храме и по сей день.

Благодаря деятельности отца Николая паломничество к ташлинским святыням приобрело совершенно иной масштаб: был благоустроен сам источник, там были сооружены купели, обустроена часовня, к источнику проложена благоустроенная дорога, для самих паломников созданы самые благоприятные условия: построены гостиница и благотворительная столовая. Во многом это стало возможным благодаря изменившимся в годы перестройки государственно-церковным отношениям [11; 12, с. 311-316; 13, с. 286-294; 14, с. 441-447; 15, с. 145-153; 16, с. 422-427; 17, с. 315].

В настоящее время икона Пресвятой Богородицы «Избавительница от бед» по-прежнему находится в Троицкой церкви села Ташла, а в Самарском Покровском кафедральном соборе хранится копия с этой иконы. Особенным вниманием среди туристов пользуются чудотворные источники Самарской епархии. Один из самых известных из всех почитаемых источников на территории области – на месте явления иконы Пресвятой Богородицы «Избавительница от бед».

Основной поток религиозного туризма в России и регионе приходится на внутрироссийские направления. Определяющим тут, естественно, является не столько финансовая составляющая путешествий. Регулярное посещение таких святых мест издревле входило в обыденную жизнь людей. На этом уровне человек удовлетворяет свои физические потребности, потребность в общении и т. д. У русских (православных) развились специфические культурные элементы, позволяющие строить культурные алгоритмы «подпитки» жизненной энергией и укрепления стойкости духа. Именно традиционно-бытовая культура с самого детства воспитывает этнические и идеологические (конфессиональные) стереотипы, которые и делают человека представителем определенного этноса, конфессии. Но главное, независимо от этноконфессиональной принадлежности,

человек будет носить в своем сердце образ малой Родины, которая, как известно, начинается, в том числе, с природного и культурного ландшафта.

Религиозный туризм, паломничество помогут людям прикоснуться к древним традициям, восстановить связь времен. Сейчас создается уникальная ситуация для ряда российских регионов, включая и Самарскую область, по использованию своих богатых культурных ресурсов на новом витке развития цивилизации.

Список литературы

1. Афанасьев О. Е. Шедевры устного и нематериального культурного наследия человечества: роль и функции в туризме // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2016. – Т. 10, № 3. – С. 7-17.
2. Венков А. В., Табунщикова Л. В. Изменение отношений государства и церкви в годы перестройки (на примере Ростовской области) // Наука Юга России. – 2012. – Т. 8, № 1. – С. 90-93.
3. Гатауллина С. Ю. Об измерении вклада туризма в экономику Приморского края // Sochi Journal of Economy. – 2009. – № 1. – С. 42-46.
4. Гатауллина С. Ю. Развитие рекреации и туризма в Приморском крае. – Владивосток, 2013.
5. Иванова Т. Н., Лившиц Ю. А. Профессиональное становление студента-гуманитария // Балтийский гуманитарный журнал. – 2015. – № 2 (11). – С. 60-63.
6. Карпова Г. А., Лаврова Т. А. Теоретические основы разработки кадастра туристских ресурсов // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2008. – № 4. – С. 41-51.
7. Лившиц Ю. А., Иванова Т. Н. Профессиональная мобильность молодых специалистов в сфере услуг // Балтийский гуманитарный журнал. – 2015. – № 3 (12). – С. 54-57.
8. Лихолетов В. В., Почебут Д. А. Педагогический потенциал туристических походов // Образование и наука. – 2008. – № 6. – С. 102-114.
9. Маренко В. А., Лучко О. Н. Приложения когнитивного моделирования для изучения социальной напряжённости // Математические структуры и моделирование. – 2014. – № 4 (32). – С. 116-127.
10. Никольская Е. Ю. Концептуальные вопросы туристского образования // Sochi Journal of Economy. – 2010. – № 3. – С. 82-85.
11. Смирнов Ю. Н. К 160-летию Самарской губернии: зачем и как она была создана. – Самара, 2011.

12. Хисамутдинова Р. Р. Село в период восстановления // История Оренбуржья. – Оренбург, 1996. – С. 311-316.

13. Чирков М. С. «Религия вносит в народ облагораживающее чувство»: возрождение православия в Поволжье (1945-1949 гг.) // Культурно-исторические исследования в Поволжье: проблемы и перспективы: материалы III Всероссийского научно-методологического семинара. Министерство культуры Российской Федерации; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный институт культуры». – 2015. – С. 286-294.

14. Чирков М. С. «Церковь Христова... испытывает нападки и порицания»: трансформация государственно-конфессиональных отношений в СССР (1949-1958 гг.) // Модернизация культуры: от культурной политики к власти культуры. Материалы IV Международной научно-практической конференции: в 2 частях; под редакцией С. В. Соловьевой, В. И. Ионесова, Л. М. Артамоновой. – 2016. – С. 441-447.

15. Чирков М. С. Власть и Русская православная церковь в 1965-1982 гг.: опыт государственно-конфессиональных отношений // Власть духовная и светская: взаимодействие в социокультурном пространстве. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 500-летию Реформации. Редколлегия: С. В. Соловьева, А. И. Репинецкий, Б. В. Гартвиг. – 2017. – С. 145-153.

16. Чирков М. С. Роль малых городов в процессах урбанизации советской России в 1920-1980-е гг.: к постановке проблемы // Историческая урбанистика: прошлое и настоящее города Сборник научных статей Всероссийской конференции с международным участием. – СурГУ, 2015. – С. 422-427.

17. Чирков М. С. Урбанизационные процессы в советской России (1920-1980-е гг.) // Городская культура и город в культуре. Материалы Всероссийской научно-практической конференции: В 3 частях; под редакцией С. В. Соловьевой. – 2012. – С. 315-320.

Т. С. Ярмош

Белгород, Белгородский государственный технологический
университет имени В. Г. Шухова

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ АРХИТЕКТОРОВ

В современном мире профессия архитектора – такой вид творческой деятельности, в которой интегрируются различные виды профессиональной подготовки. Эта профессия предполагает знания социологии, техники, экономики, строительства, экологии, физики, дизайна и т. п. Поэтому целью профессиональной подготовки будущих архитекторов становится не узкопрофильная подготовка специалистов, а общекультурное, социально и личностно значимое развитие творческого потенциала личности, формирование высокого уровня духовности и профессиональной культуры [1].

В данной статье освещается опыт применения инновационных технологий профессиональной подготовки архитекторов, нарабатываемый и развиваемый на архитектурном факультете Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова. Речь пойдет о технологиях конкурсного, проблемно-ориентированного и соучаствующего проектирования.

Конкурсное проектирование играет важную стимулирующую роль в создании творческой атмосферы на занятиях по проектированию и улучшению профессиональной подготовки молодых специалистов, учитывая социальную и экологическую направленность. Конкурсное проектирование – разработка по одному заданию для одного объекта нескольких проектов и выбор оптимального на основе их сопоставления [2]. В мире большинство крупных заказов распределяется по конкурсам. Благодаря этому продвигаются самые талантливые перспективные архитекторы. Инвесторы сегодня все чаще прибегают к архитектурным конкурсам как наиболее эффективному способу получения наилучшего результата на первоначальной стадии инвестиционного проекта. Подобные разработки, как показал опыт, оказывают существенную помощь инвесторам в вопросе принятия более взвешенных решений на ранних стадиях проекта. Конкурсное проектирование, также как и традиционное проектирование, может быть одно- и многовариантным. Последнее предполагает проработку нескольких технически возможных решений на ранних стадиях проектирования, когда трудовые затраты на

проектирование невелики и трудоемкость проработанных, а затем отвергнутых вариантов проекта составляет 1-3% полной трудоемкости проектирования. Как показывает опыт, этот дополнительный труд позволяет получить многократно большую экономию трудовых затрат при изготовлении эскизного проекта, а также непосредственно в строительстве. Принципиальное отличие конкурсного проектирования заключается в том, что полная оценка качества проекта проводится после изготовления нескольких вариантов. В конкурсном проектировании в высшей степени полезна многовариантная проработка решений на начальных стадиях проектирования. Конкурсное проектирование хотя и требует затрат на проведение конкурса, но может дать значительное снижение периода поиска идей непосредственно при разработке проекта.

В 2014 г. в рамках конкурсного проектирования были разработаны проекты по ландшафтному благоустройству и озеленению малых общественных пространств территорий г. Белгорода, что позволило вдохнуть жизнь в непривлекательные зоны нашего города, создать новые общественные пространства, а также создать условия для устойчивого развития городских территорий по озеленению, ландшафтному обустройству и расширению зон отдыха, озеленению общественных городских территорий, парков, скверов и мини-скверов города. Это одно из направлений повышения экологической устойчивости города, а также формирование комфортной среды проживания белгородцев.

Технология конкурсного проектирования позволяет выбрать оптимальное решение развития ландшафтного обустройства объектов и малых общественных пространств г. Белгорода, причём эффективность работы снизит затраты муниципальных образований на разработку эскизных проектов благоустройства и озеленения общественных пространств г. Белгорода. Ниже перечислены конкурсы, проведенные кафедрой архитектуры и градостроительства в 2014 г.

I. Конкурс на разработку эскизных проектов архитектурно-ландшафтного обустройства прилегающей территории объектов торговли, питания и бытового обслуживания г. Белгорода (сроки проведения: 20 марта – 15 мая 2014 г.)

II. Разработка концепт-проектов пешеходных зон и озеленения территорий общего пользования и скверов г. Белгорода (в рамках программы «Район-парк» 2014-2020 гг.) (сроки проведения: 19 марта – 28 июня 2014 г.)

III. 201 проект архитектурно-ландшафтного обустройства объектов и малых общественных территорий г. Белгорода (сроки проведения: 19 мая – 25 июня 2014 г.)

По итогам последних двух конкурсов в городе реализованы 28 архитектурно-ландшафтных объектов.

Технология конкурсного (вариантного) социокультурного проектирования тесно связана с *проблемно-ориентированной технологией*. Данная технология предусматривает создание такой образовательной обстановки, когда студенты могут участвовать в процессах проектирования и реализации своих проектов уже в процессе обучения. Вследствие включения в традиционную учебную парадигму принципов диалога и проблемной ориентации запускаются процессы саморазвития, самореализации и самообучения студента, как того требуют новые образовательные стандарты.

Инновационная исследовательская работа по внедрению реального конкурсного проектирования в учебный процесс как вариативной части основной дисциплины профессионального цикла «Архитектурное проектирование» предполагает изучение и анализ функционально-планировочной структуры общественных центров сельских поселений, а также общественных зон города, выявление индивидуальных особенностей функционально-планировочной организации, исходя из природного и историко-культурного потенциала. Эта работа направлена на повышение уровня развития социальной инфраструктуры; ландшафтного обустройства территорий; обеспечение доступного разнообразия форм кратковременного отдыха населения; сохранение и восстановления ценного природного и историко-культурного потенциала; развитие муниципальной инфраструктуры. По результатам предпроектных исследований составляется схема комплексной оценки территории. После постановки проблемы начинается работа по решению поставленных задач. Студенты разрабатывают варианты, способствующие развитию инфраструктуры муниципального уровня, оптимизации функционально-планировочной структуры объектов. Творческие группы преподавателей и студентов разрабатывают также архитектурно-художественные и инженерные решения в целях повышения уровня ландшафтного обустройства территорий, обеспечения доступного разнообразия мест кратковременного отдыха населения, сохранения и восстановления ценного природного и историко-культурного потенциала и его эффективного использования.

Важные особенности проблемно-ориентированной технологии: слабая структурированность (творческий характер процесса); многофакторность (наличие множества требований к объекту); вариант-

ность (значительное число изменяемых параметров); многосвязность (большое количество связей между частями); динамичность (возможность изменения в процессе эксплуатации).

Еще одна важная технология социокультурного проектирования жилой среды – *соучаствующая технология* [3]. При применении этой технологии, как уже отмечалось ранее, учитывается общественное мнение. До начала работы над проектированием объекта проводится комплекс работ с населением таких, как опросы, выявляющие проблемы и пожелания проживающих, их мнение о планируемом объекте, его значимости для развития среды обитания, проведения PR-кампаний.

Рассмотрим пример реконструкции городской территории. Для выявления проблем жителей на реконструируемой территории и тех, чьи интересы затрагивает планируемое проектное решение, проводится опрос. Целесообразно собрать группу не менее 30 человек для проведения соучаствующего проектирования. Оптимальное количество 60-80 участников. Круг и количество опрашиваемых определяются в зависимости от территориального расположения объекта и его основного назначения. Опрос проводится в форме интервьюирования, анкетирования, как непосредственно, так и дистанционно, с помощью Интернет-ресурсов. Результаты опроса обобщаются и систематизируются.

Список литературы

1. Крылова, Н. Б. Формирование культуры будущего специалиста / Н. Б. Крылова – М. : Высшая школа, 1990. – 142 с.
2. Дектерев, С. А. Конкурсная система – основа архитектурного творчества / С. А. Дектерев // Архитектон. – 2004. – № 6. – С. 41-45.
3. Санофф, Г. Соучаствующее проектирование. Практики общественного участия в формировании среды больших и малых городов / Г. Санофф. – Вологда, 2015.

ЧАСТЬ II: МОЛОДЫЕ АВТОРЫ О МОДЕРНИЗАЦИОННОМ ПОТЕНЦИАЛЕ МОЛОДЕЖИ

Раздел 1. Диалог молодежи и власти. Роль молодежи в решении социально-политических проблем и развитие гражданского общества.

УДК 316.346

М. А. Ананьева

Тамбов, Тамбовский государственный технический университет

МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Модернизационные процессы в России приобрели более интенсивный характер на рубеже XX-XXI веков, и в настоящее время они все еще продолжают, приобретая немного иной характер. Если в период с 1985 по 1999 годы основными локомотивами модернизации были политико-экономические трансформации, то в период двухтысячных очень важную роль стали играть социокультурные процессы и их субъекты, в частности, довольно обширная социальная группа – молодежь.

Для определения особенностей роли молодежи стоит упомянуть об определенной идеологической конфронтации поколений советского и постсоветского, которые имеют не только совершенно различные культурные паттерны и психологию, но и совершенно другое видение будущего общества и страны в целом. Если старое поколение проецирует советскую парадигму на настоящее и будущее страны, игнорируя уже закрепившуюся новую социальную реальность, новые экономические отношения и культурные процессы, оказываясь малоспособным к адаптации, то новое поколение оказывается более приспособленным к новым явлениям, так как они являются средой, их породившей и воспитавшей. Люди, которые родились в девяностые, социализировались в демократических условиях, и именно поэтому демократические принципы им кажутся чем-то самим собой разумеющимся, неотъемлемым для их государства. Советское поколение все еще обращается к прошлому, но это, как правило, либо вообще не приносит никакого вклада в общественное развитие, либо его тормозит. Скорее всего, такое явление

наблюдается вследствие дезадаптации этих людей, их чувства потерянности и неуверенности, возникших из-за радикальной смены социальной структуры, которая, по сравнению с советской, стала более динамичной и более демократичной.

Успешно влившись в глобальное информационное пространство благодаря интенсивному внедрению новых коммуникационных технологий в повседневную жизнь, молодежь в оценке настоящего положения страны ориентируется на опыт передовых западных стран. Советское же поколение испытывает по отношению к западу недоверие и даже враждебность, но альтернативных путей развития страны кроме заведомо реакционистских не предлагает.

Вместо того чтобы что-то решать, и искать новые пути для развития общества, элиты предпочитают либо не делать ничего, либо искать решение проблем в опыте прошлого. Однако в новых условиях нужна перестройка мышления, нужно применение нового видения. Молодежь не прочь быть задействованной во внесении вклада в развитие своей страны как демократического и правового государства, с сильной и развитой экономикой. Молодежь готова к диалогу, готова к деятельному участию в решении проблем своей страны. Поэтому государство должно направить существенные усилия для того, чтобы привлекать молодых людей к политической деятельности и оказывать им необходимую поддержку. Оно должно быть открытым для обсуждения насущных социальных, политических и экономических проблем, ведь именно посредством диалога возможно не только прийти к консенсусу, но и к определенному решению.

У молодежи есть спрос на изменения, у старших поколений запрос на стабильность, который обусловлен тем, что советское поколение еще явственно помнит болезненный опыт реформ 90-х годов, и на основании этого боится дальнейших преобразований. Оба поколения могут совместно реализовать свои запросы путем работы над плавным, тщательно продуманным реформированием общественных институтов страны, которые нуждаются в обновлении. В чем в настоящее время проявляется необходимость реформ, и чем она вообще продиктована? Все просто. Те преобразования, которые были осуществлены в переходный период, а именно в период с перестройки и до конца президентства Ельцина, были не до конца реализованы. Это проявляется в том, что в развитии социально-политических институтов наблюдается застой. Они все еще действуют по тем механизмам, которые были заложены в годы ельцинских реформ. На примере социальных катаклизмов в истории России вполне наглядно продемонстрировано то, что происходит со

страной либо после длительного периода застоя, либо после активного курса реакции: происходят страшные социальные потрясения.

Если есть спрос на реформы, то главное в их проведении – это грамотное планирование. Если исключить этот элемент, то проведение реформ приведет лишь к разрухе и еще большему ухудшению дел. Это наглядно на примере попыток М.С. Горбачева реформировать страну. Если учесть этот опыт, который наша страна до сих пор вспоминает с содроганием, то можно не только избежать ошибок прошлого, но и достигнуть успеха. Задействовав усилия обоих поколений нужно создать проект развития страны, учитывая интересы всех слоев населения, задействовав все ресурсы, которыми страна располагает. В этом деле нужна инициатива масс, а для того, чтобы её стимулировать, нужны определенные гарантии, основанные на принципе «я – тебе, ты – мне».

Для привлечения молодежи к обсуждению насущных общественных проблем следовало бы задействовать современные средства коммуникации, в которых молодежь – как рыба в воде. Например, блоги, форумы и социальные сети могут стать новой, эффективной и чрезвычайно перспективной площадкой для установления диалога между различными социальными группами и структурами, а так же могут стать важным инструментом для дальнейшего формирования социальной основы нового курса преобразований.

Список литературы

1. Гавров С. Н. Социокультурная традиция и модернизация российского общества.
2. Гудков Л. Д., Дубин Б. В., Зоркая Н. А. Молодежь России / Л. Д. Гудков, Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая. – М. : Московская школа политических исследований, 2011.
3. Гавров С. Н. Модернизация России: постимперский транзит : монография. – М. : МГУДТ, 2010.
4. Трейсман Д. История России / Д. Трейсман. – М. : Эксмо, 2012.

Р. И. Галяутдинова

Казань, Казанский Федеральный Университет

**ВОЗРОЖДЕНИЕ ИСЛАМСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ И РОЛЬ МОЛОДЕЖИ
В ФОРМИРОВАНИИ ТОЛЕРАНТНОСТИ**

В течение последних нескольких десятилетий мы можем наблюдать возрождение религиозности в современном российском обществе и во всем мире в целом, а также возрастание роли религии на личностном и социальном уровнях. Возрождение религии представляет собой социальный факт, данность, и является характерным для всех российских народов и конфессий, начиная с конца XX века.

В России религиозное возрождение наиболее активно проявлялось в отношении мусульман, ярким примером того является рост исламской идентичности. Свидетельством этого процесса является активное восстановление старых и строительство новых мечетей, появление различных мусульманских печатных изданий (газета «Иман», журнал «Мусульманский мир») и теле- и радиопередач (радио «Азан», радиопередача «Иманнуры»; передачи «Актуальный ислам» на ТНВ, «Мусульмане» на Россия 1), открытие мусульманских учебных заведений и др.

Исследования XX-го века говорят о процессах исламизации, религиозного возрождения среди мусульман, особенно стоит отметить факт возрождения религии среди молодых людей, что можно заметить из данных различных социологических исследований. Так, в 2008-2012 гг. под руководством Г. Я. Гузельбаевой было проведено социологическое исследование (массовый опрос и глубинное интервью), которое было посвящено изучению социокультурных ценностей молодых татар (в возрасте 16-28 лет) в Республике Татарстан [1].

Опираясь на данные ранее проведенных исследований 2008 и 2011 гг., 90% опрошенных молодых татар определяют себя как верующие, что говорит о высоком уровне религиозной идентичности. Среди них [верующих молодых татар] в качестве своего вероисповедания называют ислам 92% респондентов.

Однако исследование показало, что, несмотря на высокий уровень религиозности среди опрошенных, далеко не все выполняют религиозные предписания. Например, внешние проявления конфес-

сиональной принадлежности – ношение платка. Лишь 5% девушек их всех опрошенных носят хиджаб, почти половина респондентов (девушек) (48%) заявили, что не собираются носить платок. При том, что одобрительно относятся к такому явлению более трети (38%) татарской молодежи, а совершенно не нравится использование такого стиля одежды 14% опрошенных.

Еще один фактор – совершение намаза. Ежедневную обязательную молитву совершают лишь 5% молодых татар. Каждый пятый опрошенный (20%) совсем не молится и знают короткие молитвы, но читают их редко более трети татар (35%).

Соблюдают пост (уразу) в течение всего времени 8% молодых татар, более половины (60%) опрошенных не постятся. При этом не придерживаются исламских запретов в плане пищи (свинина) и алкогольных напитков 54% респондентов, а 17% молодежи строго следуют запретам ислама. Стоит отметить, что около 80% молодых татар считают необходимым соблюдение обрядов при заключении брака (никах), при рождении ребенка (исем кушу), только 4% респондентов не придают никакого значения этим обрядам.

Однако в современном российском обществе, которое уже на протяжении многих веков является поликонфессиональным, полиэтническим и поликультурным, друг с другом «соседствуют» и позволяют гармонично развиваться государству различные религиозные течения. Данное явление позволяет говорить нам о существовании в российском обществе религиозной толерантности. Многообразие нашей страны в совокупности с социальными изменениями, происходящими в обществе, дает «почву» для формирования и развития терпимости, а основной социальной группой, которая является наиболее открытой и готовой к изменениям и новшествам является молодежь, именно молодежь является «носителем» модернизационных изменений.

Модернизационный потенциал представляет собой совокупность социально-экономических, нравственных, культурных и политических ресурсов социальных групп российского общества, которые могут быть реализованы в модернизационном проекте. И, поскольку в российском обществе отмечается возрождение исламской идентичности, рост значения религии среди населения, то модернизационный потенциал молодежи в рамках духовно-нравственной сферы может оказать содействие в признании многообразия культур, в поиске единства в многообразии, становлении позитивной идентичности, что в совокупности все это способствует формированию толерантности в российском обществе.

Всероссийским центром общественного мнения (ВЦИОМ) [3] был проведен опрос, направленный на изучение религиозной толерантности в России. Исследователями была предпринята попытка выяснить, что для граждан нашей страны представляется важным – чувства верующих или право на свободу слова и творческого самовыражения.

Согласно результатам проведенного исследования, большинство россиян (68%) считают необходимым руководствоваться принципами политкорректности и вежливости при общении, а не опираться только на право свободы слова. Иначе считают 27% респондентов, среди которых 37% малообразованных, 37% неверующих и 39% молодых юношей и девушек в возрасте 18-24 лет.

Около четверти (24%) опрошенных сталкивались с ситуацией или были свидетелями случаев, при которых были задеты чувства верующих. Среди них 16% респондентов, назвавших себя неверующими и 25% православных. Также по мнению 67% россиян считают, что производители различных художественных произведений не должны в своих творениях, так или иначе, задевать чувства верующих. При этом оскорбительным россияне считают определенные высказывания в адрес верующих людей, богохульство, неверие, насмешки и осквернение святых мест.

Таким образом, проведенный нами вторичный анализ документов позволил сделать вывод, что сегодня в российском обществе происходит процесс возрождения исламской идентичности, обусловленный возможностью удовлетворения духовных запросов, а также стремлением сохранения этнической и религиозной идентичности. При этом, являясь полинациональной и поликонфессиональной, наша страна едина и дружна, и данный социальный уклад не был бы возможен без социальной поддержки самих граждан. И молодежь в модернизации России играет значительную роль, что подтверждается данными исследования Г. Б. Кошарной и Л. В. Рожковой [2]. По их мнению, молодежь может выступать как субъект модернизации, так и поддерживать модернизационные проекты (при этом 37% модернистов являются приверженцами ислама).

Религиозное разнообразие нашей страны порождает взаимопонимание среди народов и формирует религиозную толерантность, что поддерживается и продвигается молодым поколением.

Список литературы

1. Гузельбаева Г. Я. Исламская идентичность молодых татар в Республике Татарстан (по материалам социологических исследований 2008-2012 гг.) [Электронный ресурс] / Г. Я. Гузельбаева //

Киберленинка. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/islamskaya-identichnost-molodyh-tatar-v-respublike-tatarstan-po-materialam-sotsiologicheskikh-issledovaniy-2008-2012-gg> (дата обращения: 06.10.2017).

2. Кошарная Г. Б. Модернизационный потенциал молодежи. [Электронный ресурс] / Г. Б. Кошарная // Киберленинка. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/modernizatsionnyy-potentsial-studencheskoj-molodezhi> (Дата обращения: 06.10.2017).

3. Религиозные чувства vs свобода слова [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115347> (дата обращения: 06.10.2017).

УДК 792.7

Е. Е. Гасило

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ФОРМИРОВАНИЕ ТЕАТРАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Театральное искусство необходимо для развития подрастающего поколения, формирования ценностных ориентаций и культурного развития общества [1, с.93].

Актуальность заключается в том, что в современной России театр, будучи одним из регуляторов общественной морали, постепенно перестает быть востребованной формой проведения досуга молодежи, и вследствие этого значительно снижается уровень театральной культуры молодежи.

Цель нашей работы – выявить эффективные социальные технологии повышения посещаемости театра молодежью. Для реализации цели был осуществлен мониторинг ранее проводимых социологических исследований.

На сегодняшний день исследователи отмечают недостаточное количество исследований театральной культуры молодежи.

По данным молодежного опроса, который провел Фонд Общественного Мнения совместно с калининградским Фондом социальных и маркетинговых исследований, театром увлекается только 6% людей в возрасте 16-25 лет [2].

Почти две трети театралов составляют представительницы женского пола (72%). О своем увлечении театром чаще других говорят жители Москвы и студенты. Среди активистов молодежных движений театралов в три раза больше, чем среди «обычной» молодежи [2].

По данным на 2013 г., в театре или концертном зале был почти каждый седьмой представитель молодого поколения (15%). Впрочем, сами театралы отмечают, что чаще всего в театры ходят те, кто ничего в этом виде искусства не смыслит.

Исследование театральной культуры молодежи практически не только не проводится специализированно, а обычно попадает в рамки вопросов о досуге людей, но и не осуществляется на федеральном уровне. В основном это региональные исследования.

Так астраханское исследование показало, что 60% молодежи редко посещают кино, театры, концерты, 12% же их вообще не посещают [4].

Из исследования, проводимого в Челябинске, было выявлено, что челябинцы серьезной тематике спектаклей предпочитают развлекательную. Для небольшой части зрительской аудитории тематика спектакля и вовсе не является критерием выбора театральной постановки. Для таких людей жанр постановки важнее его тематики. Уровень образования и пол респондентов в большей мере, чем другие рассмотренные параметры определяют зрительские предпочтения и зрительское поведение.

Если исходить из гендерных особенностей, то мужчины ходят в театр в первую очередь отдохнуть, расслабиться, развлечься (60%), развиваться духовно и интеллектуально (51%), получить эстетическое удовольствие (41%). Для женщин также в приоритете развитие (68%), отдых (66%), получение эстетического удовольствия (64%) [5].

Исследование, проводимое в Ульяновске, показало, что главным конкурентом театра за внимание молодежи является кинотеатр: 11% против 53%. В целом молодежь оценила уровень развития театров как средний (43%) и высокий (34%), реже его оценили как низкий (23%). Больше всего в театральных постановках ульяновская молодежь привлекает необычная подача (27%) и новое исполнение классических произведений (25%) [3].

Такие региональные исследования можно проектировать и на другие субъекты России, так их театральная культура и поведение молодежи мало чем отличается. Совсем другое дело состоит со столичной молодежью. По данным на апрель 2014 год большая доля молодежи (28%) последний раз ходили в театр более двух лет назад. Отметим тот факт, что в отличие от провинциальной молодежи мос-

ковская отдает предпочтение традиционной манере подачи произведений на сцене (26%). Обратим внимание: вопрос задавался тем, кто бывает в театре не реже раза в год, – отвечали 43% москвичей. [6].

Таблица 1

**Препятствия посещения театров в оценках молодежи
(в % от числа опрошенных; n = 540)**

| Препятствия | Всего | Пол | | Возраст | | |
|--------------------------------|-------|-----|-----|---------|-------|-------|
| | | Муж | Жен | 18-24 | 25-29 | До 18 |
| Высокая цена за билет | 24 | 24 | 25 | 27 | 24 | 20 |
| Нелюбимые актеры | 6 | 6 | 6 | 8 | 6 | 1 |
| Неинтересная тема постановки | 25 | 24 | 26 | 22 | 24 | 45 |
| Местоположение театра | 11 | 10 | 12 | 13 | 12 | 5 |
| Негативные отзывы о постановке | 18 | 14 | 21 | 13 | 25 | 14 |
| Не люблю театр | 16 | 22 | 9 | 17 | 10 | 24 |

Частота посещения театра сильно упала – 17% опрошиваемых (от тех же 43%) стали реже ходить в театр.

Другим отличием московской молодежи то, что главным фактором выбора спектакля является сама пьеса (16% от тех 43%). В регионах «первое место занимает» необычная подача (27%). [5]

На основе результатов исследования были предложены следующие технологии повышения посещаемости театра молодежью.

1. Необычная подача классических произведений. Современное поколение в своем большинстве считает классику устаревшей, поэтому ее новое прочтение не только побудит молодежь пойти в театр, но и прочесть оригинал.

2. Вовлеченность зрителя в действие. Спектакль становится интереснее, если сами зрители принимают в нем участие, обмениваясь фразами с актерами, находясь рядом с ними, когда действие переносится в зал.

3. Дни открытых кулис. Кулисы – это, пожалуй, самое таинственное, что есть в театре, место, куда не допускаются зрители. Но кому бы ни хотелось посмотреть, как устроены гримерки или гардеробная? Периодические экскурсии в закулисы смогут сблизить театр и его молодого зрителя.

4. Театр – вещь современная. А это значит, и коммуникации между целевой аудиторией и театром должны идти в ногу со временем. Молодые люди хотели бы больше получать информации о теат-

ре через Интернет, афиши в торговых центрах, ролики на улицах, так как молодые люди проводят большое количество времени в этих информационных пространствах.

5. Поддержание обратной связи. Это обусловлено необходимостью мониторинга мнений и предпочтений молодых зрителей. Для осуществления обратной связи могут использоваться социологические опросы и фокус-групповые дискуссии с целевыми аудиториями.

Список литературы

1. Андриянова Т. Н. Социальные функции театра // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 35 (289). – С. 93-99.

2. Крутых А.В., Крутых Е. В. Социально-психологические особенности театральной молодежи // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 7 (часть 2). – С. 184-185.

3. Павлова А. М., Березенко Т. В, Ежова А. Н. Отношение молодежи к театру как культурному явлению. – 2016.

4. Перова Е. В. Предпочтения молодежи при проведении досуга (на примере г. Астрахань) // Евразийский Союз ученых. – 2015. – № 1-4 (18). – С. 75-81

5. Петрова А. С. Потребительские предпочтения челябинцев в отношении театров // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2015. – № 1 (18). – С. 76

6. Театральная жизнь москвичей. Какие театры и спектакли предпочитают москвичи? [Электронный ресурс] // Фонд общественного мнения. – 28 Апреля 2014. – Режим доступа: <http://fom.ru/Obraz-zhizni/11482>, свободный (дата обращения 10.04.17)

Е. Е. Гасило, И. Г. Гоношилина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА АКТИВНОСТЬ ВОЛОНТЁРСКОГО ДВИЖЕНИЯ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

В наше время волонтерское движение (добровольчество) является мощным проявлением гражданского участия и самоорганизации общества. Не случайно оно строится на активации потенциала именно молодёжи, ведь молодое поколение является деятельной социально-демографической группой [4].

С одной стороны, в последние годы волонтерское движение набирает обороты и становится в каком-то роде «популярным» явлением, с другой стороны, до сих пор не существует глубокого исследования факторов, влияющих на активность волонтерского движения среди молодёжи.

Волонтерское движение зародилось ещё в императорской России и до сих пор имеет широкое распространение. Однако со временем оно модифицировалось и приобрело специфические черты. Так, на сегодняшний день волонтерство является одной из самых качественных форм проведения досуга, общения со сверстниками, а также самой реальной возможностью сделать свою жизнь интересной и значимой для общества. «Добровольческая работа, направленная на помощь кому-либо, позволяет волонтеру реально увидеть положительный результат своего труда, затраченного личного времени» [2, с. 65].

Важно также отметить, что изменились и направления добровольческой деятельности. В период своего становления её ключевой целью была социальная работа, направленная на помощь нуждающимся, и профилактика асоциального поведения общества, но в настоящее время наблюдается тенденция появления волонтерских проектов, ориентированных на участие в таких социально-культурных мероприятиях, как спортивные, творческие, научно-исследовательские проекты. Одним из наиболее ярких примеров может служить организация программы «Сочи – 2014» [3, с. 130].

Факторы, которые подталкивают молодёжь заниматься добровольческой деятельностью, различны.

Участие или неучастие в добровольческом движении всегда тесно связаны с личной мотивацией каждого человека. И одним из главных факторов становится мотив помогать другим людям. Мно-

гим присуще равнодушное отношение к происходящему вокруг. Волонтерами часто становятся те, кто не может пройти мимо чужой беды.

Волонтерское движение является способом, благодаря которому молодое поколение может проявить свои навыки управления и организации. Таким образом, волонтерство – это эффективный метод самореализации личности, в особенности представителя молодёжного поколения.

Другим фактором выступает потребность молодёжи в приобретении опыта взаимодействия с другими людьми и приобретения необходимых навыков, важных для дальнейшей жизни, как в частной, так и в профессиональной сфере.

Добровольческая деятельность – частый объект исследований. Так, исходя из исследований Арчаковой, среди значительных факторов, побуждающих принять участие в волонтерстве, респонденты выделяют благородную идею, отражающую важность и принципы деятельности, психологическую потребность быть нужным, потребность в общении, построение карьеры, самореализацию, досуг, способ поделиться своим опытом.

Не менее важным фактором, влияющим на активность волонтерского движения, является окружение человека. Благополучная семья, которая ставит своей ценностью возвращение нравственности и бескорыстия в сердцах, добропорядочные и социально-активные друзья положительно влияют на желание молодёжи присоединиться к добровольческому движению.

К другим факторам можно отнести и правительственную поддержку различных волонтерских проектов. Сейчас постоянно появляются различные добровольческие центры и организуются семинары, на которых участники делятся своим опытом участия в мероприятиях в качестве волонтеров. Существуют даже курсы подготовки волонтеров для молодёжных добровольческих движений [3, с. 129].

К сожалению, среди факторов, играющих важную роль в формировании добровольческого движения, есть и те, которые неокрашены благородством. Так, за волонтерскую активность «платят» грамотами и благодарственными письмами, которые при умелом обращении конвертируются в прибавку к стипендии. Все это является немаловажным условием, стимулирующим молодёжь, в частности студентов, заниматься волонтерством.

Работая волонтерами, люди становятся обладателями сопутствующих благ – поездок, интересных книг и фильмов, новых связей и т. п. Причём абсолютно бесплатно.

Таким образом, весь спектр этих факторов можно условно разделить на четыре большие группы:

- факторы самореализации личностного потенциала;
- факторы общественного признания и чувства социальной значимости;
- материальные факторы;
- фактор влияния со стороны государства.

Подводя итог, следует отметить, что несмотря на такое большое количество факторов, волонтерство имеет хоть и широкое, но недостаточное распространение. К причинам этой проблемы относятся, например, отсутствие у россиян привычки проявлять свою позицию; отсутствие механизмов защиты движения и его участников и механизмом решения конфликтных ситуаций; отсутствие потребности у государства в реализации подобных программ; отсутствие официальных школ, правил и традиций добровольчества; отсутствие необходимых структурных единиц; отсутствие механизмов стимулирования и мотивации добровольцев [1, с. 61].

Однако это данные по России, чего нельзя сказать об Ульяновской области, где в настоящее время действует более 30 волонтерских объединений. Первые «Личные книжки волонтеров» в Ульяновской области были вручены Губернатором С.И. Морозовым 5 декабря 2009 г. во Всемирный день добровольца.

Список литературы

1. Андросова А. А., Макарова Е. В. Волонтерство как социально-культурный феномен российского общества / А. А. Андросова, Е. В. Макарова // Вестник государственного и муниципального управления. – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2014. – №2/1 (12). – С. 58-62.

2. Краснов Б. В., Хрисанова Е. Г. Добровольческая деятельность в структуре профессиональной подготовки учащейся молодежи / Б. В. Краснов, Е. Г. Хрисанов // Научный потенциал. – 2011. – № 1.

3. Ульянова Е. В. Социально-культурные векторы развития волонтерской деятельности в современном российском обществе // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – Химки : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт культуры», 2016. – № 6. – С. 127-131.

4. Федеральный закон от 19 мая 1995 г. N 82-ФЗ «Об общественных объединениях» (ред. от 02.06.2016) [Электронный ресурс] // Законы, кодексы и нормативно-правовые акты Российской Федерации. – URL: <http://legalacts.ru/doc/FZ-ob-obwestvennyh-obedinenijah/>.

А. М. Добрынина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ СТУДЕНТОВ РОССИИ

В наше время остро стоит вопрос о политической социализации такой группы как студенты. Они используют образование как социальный лифт, дабы преуспеть в профессии и получить большие материальные блага. Они – это будущие представители среднего класса, данная страта является залогом политической стабильности, поэтому информация о политических взглядах данной группы является актуальной для представителей властных структур.

Цель работы: узнать насколько политически социализированы российские студенты и выяснить, что нужно сделать для большего вовлечения в политику данной группы граждан. Для того чтобы разобраться в данной теме обратимся к ряду теоретических источников и исследованию.

Процесс политической социализации личности осуществляется двумя способами. Первый способ состоит в передаче новым поколениям сложившихся образцов политического сознания и политического поведения. Второй связан с приобретением личностью новейших, ранее неизвестных политических знаний, с усвоением нового политического опыта. Это происходит в процессе участия индивидуума в политической жизни страны, а также под действием различных факторов.

Оба этих пути политической социализации тесно переплетаются, взаимно дополняют друг друга, обеспечивая стабильность политической системы.

Главная цель процесса политической социализации – обеспечить функционирование политической системы при смене поколений в политике и способствовать становлению гражданина, который не подвержен колебаниям политической конъюнктуры и готов сам принимать решения по важнейшим вопросам. [1]

Процесс социализации как освоение людьми политической культуры осуществим в реальности только при условии заинтересованности в нем политического режима, ведущих политических сил и при подлинно демократическом климате в обществе.

По Зарубину классифицируют три вида политического участия:

- «Активистская» — избиратели принимают участие в выборах разного уровня, также митингах и демонстрациях.

- «Коллеблющихся предпочтений» – участие в выборах «через раз», притом гражданин не всегда может вспомнить за кого и когда он голосовал.

- «Абсентеистская» – игнорирование каких-либо политических событий.[2]

Абсентеизм молодёжи может быть вызван разными причинами 1) недоверие к сложившейся политической системе, 2) естественное явление нового времени в различных развитых странах (Англия, Япония). [3]

В ходе исследовательской работы было выявлено, что молодёжь в своём большинстве сторонится политики (38%), а те, кто интересуются, в основном придерживаются либеральных (32%) и консервативных (14%) взглядов. Стоит отметить, что респонденты отрицают влияние на свои политические воззрения с «внешней стороны», а ориентируются на сложившиеся в их семье мнение. Среди партий выше всех была оценена «Единая Россия» (2,43), но опрос показал непонимание гражданами идеологий партий, это объясняется малой политической образованностью. Несмотря на возросшее влияние интернета на общество, телевидение остаётся главным каналом передачи информации. Это объясняется тем, что просмотр программ стала традиционным для российских семей. Телевизор прост в использовании, а передача информации с помощью видео лучше усваивается. Радио и печатная пресса пользуются малым спросом. Также было установлено, что респонденты больше всего доверяют информации по ТВ (35%). Это ещё раз доказывает востребованность телевидения. Самыми популярными каналами являются Первый, «Россия 1» и «НТВ», которые лояльны к нынешней власти, что является одной из нескольких причин, благодаря которым уже много лет электорат поддерживает нынешние самые популярные партии. Стоит отметить, что печатная пресса является наименее каналом информации

В заключении можем сделать вывод о наличии абсентеистского поведения у студентов. Для повышения политического социализации нужно улучшить уровень политической культуры, используя телевидение, интернет (социальные сети, печатные издания, имеющие электронную версию). Политическим партиям для повышения активности электората следует оповещать о своей деятельности не во время предвыборной агитации, а на постоянной основе.

Список литературы

1. Гончаров, В.Н. Политическая культура» и «политическая социализация» как основы гражданского общества в России /

В. Н. Гончаров // Система ценностей современного общества. – 2010. – № 15. – С. 119-123.

2. Зарубин, В. Г. Элективное действие и формирование корпуса российских избирателей. Опыт социологического анализа : автореф. дис. д-р с.-х. наук. (22.00.05) / Зарубин Валерий Григорьевич; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург, 1998. – 315 с.

3. Ерусланова, Э. Ш. Абсентеизм в России и за рубежом / Э. Ш. Ерусланова // Саратовский государственный социально-экономический университет. – 2013. – С. 11-19.

УДК 352.061

А. Г. Евсеева

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ МОЛОДЁЖЬЮ И ОРГАНАМИ ВЛАСТИ

Молодёжь является наиболее важной социальной группой для общественно-политического пространства любого государства. Последнее время наблюдается тенденция усиления роли молодёжи в преобразовательных инициативах. Свежий взгляд на государственные проблемы и новый подход к их решению – это то, в чём заключается потенциал молодых людей. Одной из целей диалога между молодёжью и властью является обеспечение преемственности поколений в кадровой структуре политического управления. Привлечение молодых людей к государственному управлению может стать фактором активной политической социализации молодёжи и сыграть роль в росте их политической активности. Хотя существует тенденция недоверия в результативность общественно-политической активности. К сожалению, по данным Фонда «Общественное мнение» 58% респондентов в возрасте от 18-35 лет не участвуют в выборах. Эту статистику можно изменить, если интенсивнее привлекать молодёжь к делам управления государством [4].

В настоящее время развивается проект «Школа парламентаризма». Он представляется собой площадку для диалога между молодёжью и властью. Из описания проекта ясно, что в рамках образовательной программы «Школы» студенты принимают участие во встречах с общественно-политическими деятелями, проходят стажир-

ровки в органах законодательной и исполнительной власти, могут попробовать разработать и продвинуть собственные социальные проекты и законодательные инициативы. «Школа парламентаризма» реализуется не только в г. Москве, но и во многих других городах, в том числе и в г. Ульяновске [6]. Представление интересов молодёжи в органах государственной власти и повышение эффективности участия молодёжи в жизни области является целью Молодёжного парламента при Законодательном Собрании Ульяновской области и Молодёжного правительства, которые действуют на территории Ульяновской области с 2005 года. Основную сферу деятельности данных органов составляет молодёжная политика, поднимаются проблемы современной молодёжи. Проанализировав официальную страницу Молодёжного правительства в социальной сети «ВКонтакте», можно сделать выводы, что представители этого органа власти активно участвуют в форумах, фестивалях, благотворительных и патриотических акциях. Фотографии свидетельствуют о различных встречах с Губернатором и другими представителями власти. Информации о результатах таких встреч, либо о других проектах реализуемых Молодёжным правительством в открытом доступе, к сожалению, нет. Но согласно рейтингу деятельности молодёжных правительств за 2016 год, который опубликован на сайте Ассоциации молодёжных правительств, Ульяновская область занимает 7 место из 46 с количеством баллов равным 93, что является показателем продуктивности [5].

Другим способом взаимодействия органов власти с молодёжью являются проводимые время от времени встречи. Зачастую на подобных встречах присутствует оттенок формализма. Поднимаемые проблемы так и остаются не раскрытыми, а беседы имеют декларативный характер или уходят далеко от темы встречи. Одна из причин перечисленных проблем заключается в том, что в основном инициатива встреч молодёжи и власти исходит «сверху», а молодые люди на такие мероприятия часто приходят не по доброй воле, следовательно, у них нет заинтересованности в дискуссии. Такого рода собрания не содержат признаков диалога, они характеризуются односторонностью. В итоге эффективность подобных встреч незначительна. Всего этого можно избежать, если инициатива будет исходить от молодёжи. Достаточно обеспечить условия, в которых запрос на встречу с представителями власти будет реализован. В этом случае такая проблема аудитории, как «незаинтересованность» исключается.

Таким образом, можно сделать вывод, что важен не сам диалог между молодёжью и властью, а его грамотное построение, кото-

рое проявляется в практических результатах таких встреч. Важно показать молодёжи, что политическое участие – это вовсе не мифическая возможность сотворчества. Представителям органам власти, в свою очередь, необходимо использовать потенциал молодёжи в решение проблем разных уровней. Нельзя забывать, что «стихийное развитие политической активности молодёжи чревато перерастанием в протестные формы» [3]. Органы молодёжного представительства при органах законодательной и исполнительной власти в силах аккумулировать активность молодёжи и направить её на содействие в реализации молодёжной политики.

Список литературы

1. Власенко, Л. В. Роль молодежи в процессах преобразования общества / Л. В. Власенко // Научный диалог. – 2014. – С. 126-140.
2. Гукова, И. Н. Роль молодежного парламентаризма в развитии общественно-политической активности современной Российской молодежи / И. Н. Гукова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2014. – С. 169-174.
3. Чирун, С. Н. Политическая активность и политическое участие молодежи: проблемы и возможности / С.Н. Чирун // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – С. 50-54.
4. Электоральное поведение молодежи: почему молодежь не ходит на выборы? [Электронный ресурс] / А. В. Бетехтина, Н. В. Олухов // Вопросы управления. – Режим доступа: <http://vestnik.uara.ru/ru/issue/2012/03/02/> (дата обращения: 23.09.2017).
5. Итоги рейтинговой оценки за 2016 год [Электронный ресурс] // Ассоциация молодёжных правительств. – Режим доступа: <http://molprav.ru/documents/documents/> (дата обращения: 27.09.2017).
6. Школа Парламентаризма | Ульяновск [Электронный ресурс] // ВКонтакте. Режим доступа: https://vk.com/polit_shool_ul (дата обращения: 23.09.2017).

А. Н. Ежова, Т. В. Ключева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

КЛУБ ЖИТЕЛЕЙ КАК МЕСТНАЯ ИНИЦИАТИВА: ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ

Местные сообщества имеют определяющее значение для формирования российского гражданского общества. Самоорганизация жителей как одна из форм реализации права граждан на местное самоуправление означает активное участие населения в местной жизни, причем это участие наиболее продуктивно, если оно реализуется через разнообразные общественные структуры. Организация местного сообщества должна быть своеобразным посредником между личностью и институционализированными структурами, отличаться гармоничным сочетанием ценностей индивидуализма и коллективизма, высокой степенью способности к самоорганизации и солидарности. Именно местное сообщество как естественная форма взаимодействия граждан и первичный субъект самоуправленческих отношений должно выступать промежуточным звеном между личностью и институтами публичной власти. Следовательно, актуальность темы обусловлена тем, что гражданская активность населения и конкретно молодежи начинается с места жительства, без активности в местных сообществах невозможна гражданская инициатива.

Цель данной статьи – определение отношения молодежи к клубам жителей как к форме гражданской активности.

Про гражданские инициативы и гражданское общество в России в последние годы написано и высказано очень много. Ученые и политики убеждают друг друга и население, сколь важно наконец построить в нашей стране гражданское общество, дефицит которого наблюдался на протяжении веков. Для нас отсутствие или крайняя слабость такой глубинной и самой широкой современной системной демократической структуры, как гражданское общество оправданно считается нетерпимым, так как все его считают неким «общим знаменателем подлинной демократии и эффективной рыночной экономики» [1].

Источником и необходимым условием формирования гражданского общества является самодеятельная активность, или субъектность граждан. При возникновении такой активности основой формирования и функционирования системы местного самоуправления

становятся объединения граждан, возникающие на местном уровне, или местные сообщества [3]. «Гражданское общество – это система негосударственных отношений, которые связывают индивидов общества во всех видах социальной деятельности» [2]

Для реализации цели нами было проведено два авторских исследования: количественное «Эффективность работы компании на рынке строительства жилья: объективные и субъективные оценки» (г. Ульяновск, октябрь-ноябрь 2016 г., с выборочной совокупностью в 400 человек), и качественное «Клуб жителей» как форма коммуникации жильцов микрорайона «Юго-Запад» (г. Ульяновск, март 2017, с выборочной совокупностью в 20 человек), чтобы выявить влияние соседского общения на жизнь человека, формы взаимодействия соседей и отношение к организации клуба по месту жительства.

Клуб жителей – это сообщество жильцов микрорайона, направленное на развитие культуры добрососедства, в котором легко найти новых знакомых и друзей, поделиться опытом, получить необходимые консультации, с легкостью разрешить большинство бытовых вопросов. На данный момент, только 10% жителей новостроек Ульяновска от 26 до 30 лет знают о подобных объединениях по месту жительства. Об этом также свидетельствуют результаты качественного исследования респонденты не осведомлены о клубах жителей *«Первый раз слышу, не знаю о таком»* (мужчина, 24 года), *«Знаю только о группах в социальных сетях»* (женщина, 21 год).

Такой низкий уровень информированности связан и с низким уровнем активности молодых людей на территории проживания. В жизни микрорайона большинство респондентов не принимают участие, потому что им это не интересно (38%), 30% не принимают участие т. к. не получают информацию. В их число входят молодые семьи без детей, это очевидно по результатам качественного исследования, активную позицию в микрорайоне, как правило имеют молодые семьи с маленькими детьми и домохозяйки. *«Да, принимаем участие. Жизнь микрорайона интересуюсь. Развивать культурные и спортивные мероприятия. Участвовали в мероприятиях для детей»* (женщина, 26 лет), *«Принимаем участие в детских праздниках. Информацию о них получаем на доске объявлений»* (женщина, 26 лет).

При этом абсолютное большинство допускает возможность того, что клуб по месту жительства будет полезен для жителей микрорайона (60%), Остальные опрошенные разделились на тех, кто уверен в полезности клуба и тех, кто точно уверен, что пользы он не принесет (по 15%). Допускает бесполезность клуба 10% респондентов (рисунок 1).

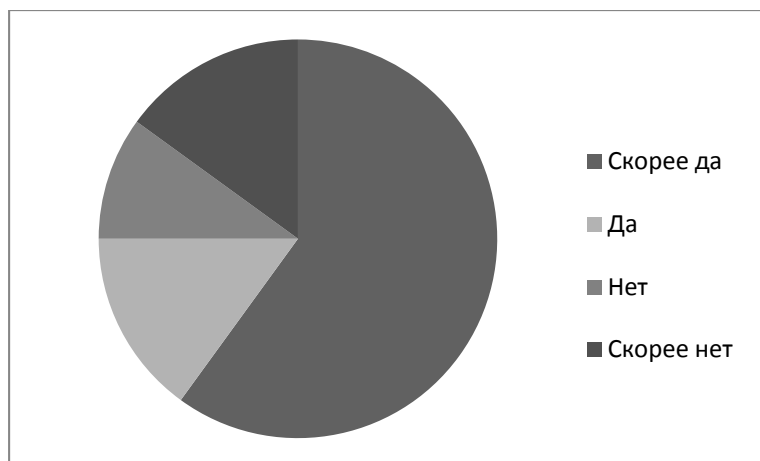


Рисунок 1. Полезность клуба жителей
(в% от числа опрошенных; n = 400)

Идея клуба жителей находит широкую поддержку в среде старшего населения, но не так популярная в молодежной среде. Всего 10% населения региона точно хотели бы вступить в клуб жителей, еще около половины населения микрорайона (53%) скорее вступили бы в подобный клуб. 14% не изъявили желаний вступить в клуб и 23% сомневающиеся. Большинство заинтересованных – это пенсионеры (50%) и взрослые люди с детьми (75%). «К организации клуба жителей микрорайона положительно. Считаю, что формат должен быть организационно-развлекательным» (женщина, 24 года), «Любые сообщества, добровольные волонтерские организации считаю полезными, если они занимают умы и руки людей и направляют их в общественно – полезное дело» (женщина, 26 лет). Молодежь относится к клубу прохладнее по ряду причин. Во-первых, из-за высокого уровня занятости, во-вторых, большинство представителей молодежи проводят досуг вне микрорайона, в котором проживают.

Формы участия в жизни клуба могут быть различны. Активную роль организатора выбирают 19% опрошенных молодых людей (для сравнения – 13% от населения в целом), ещё 49% молодежи готовы стать участниками клуба жителей (от всего населения – 49%). Молодежь более пассивна – 32% не вступили бы в подобный клуб (38% от всего населения).

Приоритетными функциями клуба жителей для населения являются проведение собраний по актуальным вопросам, проведение праздников и обмен мнениями.

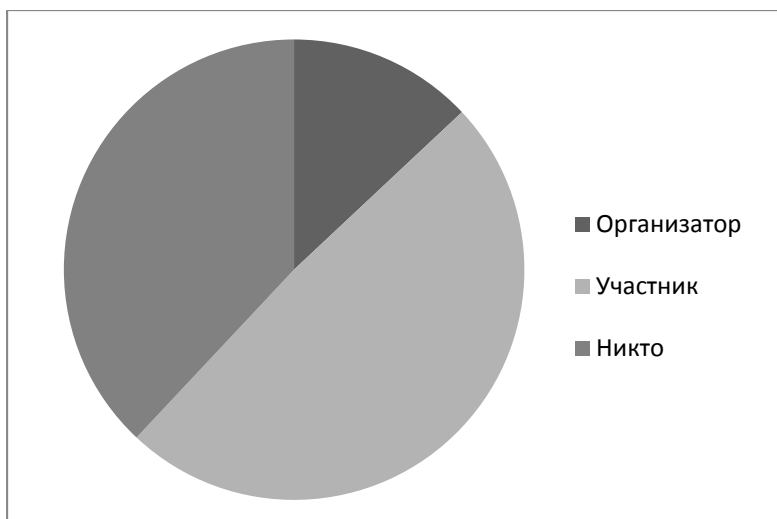


Рисунок 2. Роль в клубе жителей
(в % от числа опрошенных; n = 400)

Таким образом, реальное гражданское общество возможно только как общность людей с едиными интересами, объединенных в местных сообществах, в которых на основе гражданских инициатив закладывается фундамент самоорганизации и ответственности. Это особенно важно для молодежи, которая определяет развитие общества. Клуб жителей как местная инициатива обладает значительными перспективами, однако, на данный момент молодежь заинтересована меньше остальных групп. Следовательно, для придания импульса развитию клубов жителей необходимо повышать информированность молодежи и вовлекать инициативных ее представителей в решение вопросов местных сообществ на практике.

Список литературы

1. Darendorf R. Roads to Freedom / R. Darendorf // Uncertain Futures: Eastern Europe and Democracy. – N.-Y., 1990. – P. 13.
2. Красин Ю., Галкин А. Гражданское общество – путь к стабильности / Ю. Красин, А. Галкин // Диалог. – 1992. – № 3. – С. 7-76.
3. Макогон Т. И. Местные сообщества и гражданские инициативы / Т. И. Макогон // Вестник ТГПУ. – 2011. – № 11 – С. 192-198.
4. Шиняева О. В. Социокультурная инфраструктура крупного города в объективных показателях и субъективных оценках горожан // Вопросы культурологии. – 2010. – № 10. – С. 96-100.

И. В. Игнатов, Т. В. Фадеева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ФОРМИРОВАНИЕ ПРИОРЕТЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ ЧЕРЕЗ МОЛОДЕЖНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ

Создание условий для успешной социализации и эффективной самореализации молодежи является основной целью государственной молодежной политики. Это один из тезисов, который был представлен в «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». И строки о развитии молодежных объединений в рамках концепции вынесены в отдельный пункт. Так как молодежные общественные объединения и организации являются одним из элементов социальной структуры общества и формой самоорганизации молодежи. Их деятельность направлена на повышение общественной активности молодежи, развитие толерантности и патриотизма в молодежной среде. [1]

На сегодняшний день молодые люди обладают обширным кругом интересов. Проводником выступает интернет, так как во всемирной сети доступна разная информация, откуда можно получать новые навыки и знания в круглосуточном режиме. При этом заметно снижение вовлеченности молодого поколения в политическую и общественную жизнь страны. Тем не менее, потребность в общении и установление контактов между индивидами осталось.

Не стоит забывать о другой задаче – социализации и развитии личности. Молодое поколение формирует общество, а маргинальное и девиантное поведение наносят вред умственному и физическому здоровью и приводят к появлению социальных проблем. Молодежные организации в этом плане выступают в качестве площадки для удовлетворения развития нравственных потребностей.

Если обобщить эти данные, можно сделать вывод, что основными функциями молодежных объединений являются следующие. Воспитательная функция: формирование мировоззрения, положительных нравственных черт, повышение социальной активности и др. Коммуникативная функция: обмен знаниями, опытом, выяснением истины.

Как говорилось ранее, у молодежи обширный круг интересов. Современные молодежные объединения учитывают увлечения молодежи и стараются найти наиболее интересные формы вовлечения. Сюда относятся такие направления как творчество, спорт, волонтерство и так далее. Например, Ульяновская областная молодежная

общественная организация «Молодёжный инициативный центр», своей миссией ставит вовлечение молодёжи в социально-значимые процессы на региональном и местном уровне, повышения уровня правовой культуры молодёжи и включения её в информационное пространство. При этом вовлечение происходит с помощью центральных программ и проектов, две из которых направлены на профориентацию и дают практические знания в области журналистики и информационных технологий, а остальные направлены на создание волонтерских объединений и организации помощи людям, правовое просвещение детей и молодёжи (центральная программа «Добро») и развитие лидерских и организаторских способностей и формирование активной гражданской позиции (центральная программа «Лидер»). По последним публичным данным, членами организации являются около 700 человек, а за 2016 год мероприятия, которые проводят активисты, охватили 15 000 жителей Ульяновской области. Ежегодно активисты организации получают общественное признание, а их достижения отмечаются не только в учебных заведениях, но и на городском уровне. Как видно из этого примера, организация выполняет заявленные в данной статье функции и создаёт инфраструктуру для обмена опытом и коммуникации молодёжи Ульяновской области. Это один из примеров того, что деятельность изначально маленького местного молодёжного объединения стала интересна молодёжи и получила поддержку от неё и органов власти [4].

Помимо этого, существуют другие молодёжные объединения, например, «Российский союз молодёжи», волонтерское движение «Равный Равному», ульяновская областная детско-юношеская общественная организация «Ассоциация скаутов», ульяновская молодёжная общественная организация «Держава» и многие другие.

Важную роль в социализации молодёжи играют объединения на базе учебных заведений. Практически в каждом образовательном учреждении существуют свои объединения, где непосредственное участие принимают педагоги и учащиеся заведений.

Если рассматривать личность молодого человека с точки зрения мотивации, то молодёжные объединения помогают удовлетворить разные его потребности. Во-первых, это желание реализовать себя и свои инициативы и быть социально полезным. Во-вторых, удовлетворить потребность в контактах с другими людьми и преодоление чувства одиночества. В-третьих, получать новые навыки, знания и обретать полезные связи для дальнейшего трудоустройства.

При удовлетворении собственных потребностей в позитивной среде молодой человек становится частью светского общества со своим сформированным мышлением, а, самое главное, он окружён сверстниками с подобным образом мышления. [3, с. 142]

Самая главная проблема в данном случае – вовлечение молодежи в деятельность молодежных объединений. Отсюда можно выделить следующие субпроблемы.

Изменение вектора заинтересованности молодого человека. Если его круг интересов изначально предполагает обособленное поведение, например, большая часть времени тратится на онлайн-игры, или участие в преступных группировках, его будет довольно сложно заинтересовать. Как правило, молодежи из подобной сферы будут интересны профильные, спортивные или патриотические молодежные объединения. В этом случае способом привлечения в молодежное объединение является пример авторитетных сверстников и практическое участие в интересных мероприятиях молодежного объединения.

Отсутствие получения информации о молодежных объединениях. Такие проблемы часто возникают в небольших городах, где нет единого регионального реестра молодежных объединений. Для решения проблемы необходимо создавать специальные интернет ресурсы с существующими молодежными объединениями с фильтрацией по направлениям и увеличить присутствие молодежных объединений в социальных сетях (как одном из самых посещаемых ресурсов).

Отсутствие компетенций у лидеров молодежных объединений. Если молодой человек приходит в объединение для получения знаний, то ему хочется встретиться с экспертами в выбранном направлении и равняться на него. В этом случае необходимо, чтобы лидеры объединений действительно разбирались в сфере деятельности молодежного объединения.

Указанные проблемы являются не полным списком. Однако подходы к организации молодежных объединений становятся более профессиональными, появляются новые формы вовлечения, а идеи, возможности и поддержка государством более интенсивными. А это значит, что такое явление как становление молодежных организаций продолжится, а роль в воспитании молодежи увеличится.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс] / З. А. Сафуанова // КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527/

2. Идиатуллина А. М., Фролова И. А. Роль молодежных объединений и организаций в реализации молодежной политики на

муниципальном уровне: на материалах г. Казань Республики Татарстан // Молодой ученый. – 2010. – № 3. – С. 206-209.

3. Бодалёва А. А. Психология общения. Энциклопедический словарь. – М. : Изд-во «Когито-Центр», 2015. – 672 с.

4. Сафуанова З. А. Роль молодежных организаций в формировании духовности молодого поколения [Электронный ресурс] / З.А. Сафуанова // disserCat – электронная библиотека диссертаций. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/rol-molodezhnykh-organizatsii-v-formirovanii-dukhovnosti-molodogopokoleniya#ixzz4jJtXy4>

УДК 316.458

Д. А. Карпенко

Москва, НИУ Высшая школа экономики

ВЛИЯНИЕ ФОРМЫ ПРОТЕСТНОЙ АКЦИИ НА ВЕРОЯТНОСТЬ УЧАСТИЯ В НЕЙ МОЛОДЕЖИ

Ряд исследователей протестной активности при классификации видов протеста помимо такой количественной характеристики как «разрушительная сила» или «агрессивность» выделяют так же качественный показатель «легальности» протеста. Проще говоря, формы протестов делят на законные и незаконные [7, 3, 6].

Сегодня значительное число гражданской активности молодежи сконцентрировано в сети Интернет, в рамках разнообразных форумов, специализированных страниц в социальных сетях. Реальная активность молодежи достаточно низка. В таких условиях одним из главных критериев успеха протеста становится количество людей, которые о нем узнают и на которые он может повлиять. Протест теперь становится медийным товаром, который необходимо продать. Как пишет Т. Фролов: *«Протесты становятся похожими на игру, приобретают черты шоу, спектакля, театральной постановки и карнавала»* [8].

Увеличение количества подобных акций во многом может объясняться ужесточением, как закона в отношении проведения митингов, так и политики государства по отношению к гражданам, выражающим оппозиционные мнения.

Например, художник Антон Глотов на одну из акций на Болотной площади пришел с самодельной башней танка на голове. На другую акцию художник надел клетку и табличку «Тюрьма снаружи» [4].

Достаточно популярным является проводящееся в формате демонстрации шествие «Монстрация: участники выступают с лозунгами и транспарантами. Лозунги, выдвигаемые на акциях, обычно нарочито абсурдны: «Хочу печений и приключений», «Мы задумали неладное», «Устроим цензуре темную», «Панамская республика», «Мы катимся туда», «Здесь вам не Москва» [1].

Еще одним явлением такого типа стали наномитинги и нанопикеты или «митинги игрушек». Подобные акции, по сути, есть своеобразная форма выражения протестной активности. В качестве демонстрантов начали использоваться игрушки, брелоки в форме зверей с плакатами против фальсификаций на выборах. Особенность данной протестной формы состоит в том, что правоохранные органы не знают, как реагировать на подобные явления политической действительности [2].

С точки зрения фрейм-анализа, подхода, разработанного американским социологом И. Гофманом, такие протесты можно объяснить следующим образом. Происходит смена фрейма, содержание протеста переходит в рамку «акции искусства», такая акция встречает проблемы в юридическом поле, ведь доказать, что участвующие не исполнители мирного перформанса и зрители, а протестующие становится сложнее. А доказательства наличия негативных смыслов в абсурдных лозунгах становятся объектом шуток над фемидой со стороны общественности. В то же время согласно подходу Гофмана следует помнить, что переход от фрейма игрового к чистому содержанию всегда легче, чем, например, от содержания к содержанию. Говоря простым языком человеку легче перейти от игрушечного, но активного протеста к реальному, чем от пассивного к реальному [5].

То есть можно заключить, что протест в форме художественной акции привлекателен для протестующих как своей медийной силой, так и большей по сравнению с обычной формой протеста защищенностью от закона, ввиду завуалированности смысла акции ее формой.

Для проверки гипотезы о большей привлекательности протеста в форме художественной акции в сравнении с протестом в классической форме проведения в анкету социологического опроса, проводящегося в рамках исследования «особенности протестной активности студенческой молодежи» был внесен блок соответствующих вопросов. Исследование проводилось в июне 2016 года в г. Краснодар. Респондентами выступили студенты Кубанского государственного университета разных направлений и курсов. N = 37 человек.

Ответы респондентов показывают, что протест в форме художественной акции привлечет значительно больше участников. Так, если большую вероятность пойти на классические митинги давали 13,5% респондентов, то пойти на протестную художественную акцию уже готовы около 35,1% (рисунок 1).

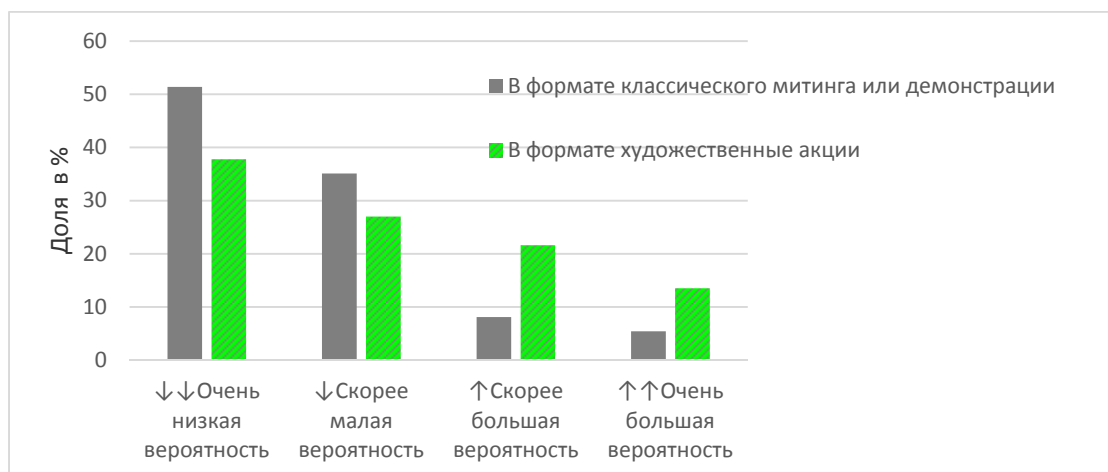


Рисунок 1. Вероятность участия в протестном мероприятии, в%

Чтобы эмпирически выразить наше предположение о большем предпочтении акций стандартным митингам определим сколько респондентов показали увеличение вероятности посещения таких акций. Так, 54,1% не показали увеличения вероятности посещения в сторону художественных акций, однако стоит отметить, что в этой группе есть как те, кто в принципе не готов ходить ни на какие акции, так и готовые это делать. Так же стоит сказать, что 5,4% по каким-то причинам, наоборот вероятнее предпочтут стандартный митинг акциям. Тогда как остальные – (40,5%) показали повышение вероятности посещения художественной акции, в сравнении с классической формой выражения недовольства (рисунок 2).

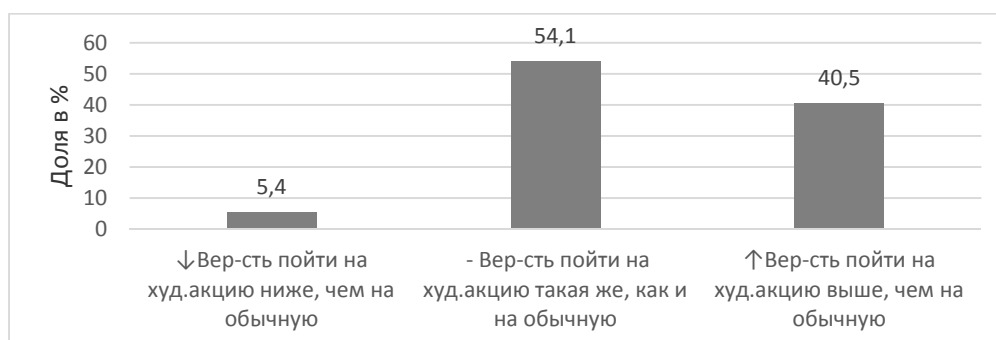


Рисунок 2. Изменение вероятности участия в протесте, если он будет проходить в формате художественной акции, в сравнение с классической формой проведения (в %)

Таким образом, можно подтвердить гипотезу о большей привлекательности художественной формы протеста в сравнение с классическими формами выражения недовольства.

Список литературы

1. Гофман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта / пер. с англ. Р. Е. Бумагина, Ю. А. Данилова, А. Д. Ковалева, О. А. Оберемко; под ред Г. С. Батыгина и Л. А. Козловой. – М. : Институт социологии РАН ; ФОМ, 2004. – 752 с.
2. В Новосибирске завершилась первомайская «Монстрация» [Электронный ресурс]. – LENTA.RU. – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2016/05/01/novosib/> (дата обращения: 19.06.16).
3. Костюшев В. В. Социологическое описание коллективных протестных действий / В. В. Костюшев, В. В. Горьковенко // Общественные движения в современной России: от социальной проблемы к коллективному действию. – М. : Ин-т социологии РАН, 1999. – С. 144-177.
4. Луганская Д. Человека в клетке нельзя погрузить в автобус. [Электронный ресурс] / Д. Луганская // Московские новости. – Режим доступа: <http://www.mn.ru/society/civil/79079> (дата обращения: 19.06.16).
5. Сабитов М. Р. Политический протест: теоретические проблемы дефиниции и типология / М. Р. Сабитов // СИСП. – 2012. – № 9. – С. 41.
6. Сафронов В. В. Потенциал протеста и демократическая перспектива / В. В. Сафронов // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – № 4. – С. 116-130.
7. Полиция Барнаула решила наказать игрушки, которые устроили «наномитинг» за честные выборы [Электронный ресурс] // NEWSru.com. – Режим доступа: <https://www.newsru.com/russia/25jan2012/toystory.html> (дата обращения: 19.06.16).
8. Фролов Т. И. Введение в философию / Т. И. Фролов. – М. : Политиздат, 2003. – 298 с.

О. В. Козлова

Краснодар, Кубанский государственный университет

МОЛОДЕЖНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ В РФ (ПРАВОВЫЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ)

Любая страна свою стратегию развития и надежды связывает с молодежью. Молодежь – это самая активная часть населения, которая более восприимчива к новому. Проблемы молодежи и ее взаимосвязи с общественно-политической жизнью всегда были во внимании политики и общества в целом. Очевидно, что только заинтересованная и социально активная молодежь может стать гарантом гражданского общества и демократического государства в России. Механизм участия молодежи в управлении делами страны на сегодняшний день весьма несовершенен. Доля молодых граждан в органах власти крайне мала. Для разрешения вышеуказанных проблем значительным шагом в этом направлении стало создание общественных консультативно-совещательных структур молодежи, активно развивающихся в России.

Молодежь, являясь субъектом политических и социальных отношений – активной частью общества, может повлиять на ход выполнения и решение политических программ власти^[1]. Для реализации своих политических и социальных потребностей создается такая отрасль политической власти как молодежное самоуправление.

Молодежное самоуправление в РФ сегодня получило широкое распространение. На всех уровнях управления осуществляется публичная власть. При этом следует отметить наличие разнообразных форм ее проявления.

Понятие молодежного самоуправления рассмотрено многими исследователями, так, например, С. В. Кочнев говорит о том, что молодежное самоуправление предполагает активное участие молодежи в подготовке, принятии и реализации управленческих решений, касающихся ее жизнедеятельности, защиты прав и интересов^[2].

Молодежное самоуправление следует рассматривать не как вседозволенность, а как участие молодежи в управлении собственными делами^[2]. В настоящее время система органов молодежного самоуправления представлена тремя различными формами: молодежный парламент, молодежное правительство, молодежные парламенты, созданные при органах законодательной власти.

Развитие молодежного самоуправления показывает, что молодежь действительно заинтересована в том, чтобы ее интересы были услышаны и поддержаны государством. Отечественный ученый Тумуров Ж. Т. в своей работе «Функциональные характеристики молодежного парламентаризма в современной политической системе» выделяет следующие основные функции молодежных управленческих структур: [3] представление интересов молодежи в органах государственной власти; участие в нормотворческой деятельности, прежде всего, в сфере государственной молодежной политики; проведение социально значимых мероприятий; просветительская деятельность; подготовка молодых кадров.

Для того чтобы регулировать деятельность молодежных органов самоуправления необходимо законодательное обеспечение деятельности всей молодежной структуры.

В России первым источником регулирования правовых основ молодежного самоуправления, в первую очередь, является основной закон страны – Конституция. В качестве основных прав и свобод человека и гражданина закрепляет право на объединение, право на участие в управлении делами государства, а также ряд других прав и свобод, имеющих определяющее значение для определения основ правового статуса молодежных управленческих структур.

В ФЗ «Об образовании в РФ» предусматривается создание студенческих молодежных советов в образовательных организациях, если это предусмотрено ее уставом. Создаются такие советы в целях учета мнения обучающихся по вопросам управления образовательной организацией. Распоряжение Правительства «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» устанавливает создание консультативных, совещательных и координационных органов по вопросам государственной молодежной политики.

Если же рассматривать нормативное обеспечение молодежного самоуправления в Краснодарском крае, то основным законом, является закон «О государственной молодежной политике в Краснодарском крае». В нем устанавливаются условия создания органов молодежного самоуправления в регионе.

Данные нормативно-правовые акты закрепляют пути и способы совершенствования механизма их функционирования, раскрывают основные понятия и определения.

В том случае, если молодежная структура создается при органе исполнительной власти, то она получает название «молодежное правительство». Такие структуры хорошо зарекомендовали себя в Алтайском крае, Архангельской, Курганской и Ярославской областях.

Также наравне с правительствами существуют молодежные парламенты. Парламентские структуры, помимо тех же функций, что и правительства, обладают правом законодательной инициативы. Примеры функционирования их есть в Свердловской, Томской области и Ханты-Мансийский АО.

Есть также примеры успешного взаимодействия двух молодежных структур. Так, например, в Саратовской, Ульяновской существуют и молодежный парламент, и молодежное правительство.

Одним из самых развитых молодежных правительств в России считается правительство Воронежской области. Оно реализует ряд программ, проектов, которые направлены на образование в регионе, развитие и воспитание молодежи. На высоком уровне развито молодежное правительство и в Ставропольском крае.

Другая форма самоуправления – молодежный парламент. Такая форма развита в Ростовской области. Молодежный парламент является коллегиальным и совещательным органом при Законодательном Собрании Ростовской области. Основными его функциями являются разработка рекомендаций по реализации прав молодежи на участие в управлении областью.

Общественная молодежная палата успешно функционирует в Еврейской автономной области. Она сформирована для изучения проблем молодежи с целью своевременного реагирования на данные проблемы.

Совет молодых депутатов Краснодарского края при ЗСК реализует систему создания и развития консультативно-совещательных органов при главах муниципальных образований Краснодарского края.

В настоящее время практически во всех субъектах созданы молодежные парламентские структуры, названия и порядок которых могут различаться, однако общий смысл их предназначения ясен – они являются консультативно-совещательными образованиями при органах государственной власти субъектов, не имея при этом существенных полномочий по оказанию влияния на государственное управление.

Органы молодежного самоуправления развивают социальную активность молодежи, позволяют реализовывать законные интересы и права молодых граждан в обществе, учитывать их мнение в вопросах развития. В органах молодежного самоуправления политически активная молодежь учится парламентской культуре, основам политической деятельности.

Следует признать, что сегодня молодежный парламентаризм постепенно развиваясь и получая поддержку на уровне государства

и общества в целом, стал фактом, состоявшимся и имеющим перспективы развития.

Стоит отметить, что создание молодежных органов власти должно быть подкреплено законодательно. В ряде регионов нашей страны существуют нормативно-правовые акты, которые регулируют создание, функционирование и существование молодежных парламентариев. На федеральном уровне, к сожалению, еще нет закона, который мог бы в полной мере регулировать деятельность органов молодежного самоуправления, но законопроекты в этой области создаются.

Исходя из всего сказанного, можно сделать вывод о том, что для развития государства и общества, для будущего страны необходимо создание молодежных органов самоуправления, функционирующих на всех уровнях государственной власти.

Список литературы

1. Игебаева Ф. А. Молодежь в условиях модернизации российского общества в сборнике: институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика / Ф. А. Игебаева // Сборник научных статей 4-й Международной научно-практической конференции. – М., 2014. – С. 178-180.
2. Кочнев С. В. Участие молодежи в развитии местного самоуправления // Вестник МГУ. – М., 2010. – С. 87.
3. Тумуров Ж. Т. Функциональные характеристики молодежного парламентаризма в современной политической системе / Ж. Т. Тумуров // Вестник ЗабГУ. – 2015. – № 3 (118). – С. 131

М. С. Куракова

Ульяновск, Ульяновский филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы

**ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ
КАК ИНСТИТУТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА:
ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К СОБЫТИЯМ,
ПРОИСХОДЯЩИМ В СТРАНЕ И В МИРЕ**

На сегодняшний день общественное мнение играет важную роль в современном обществе. Оно складывается и функционирует в рамках различных социальных групп, а также касается вопросов, связанных с политикой, экономикой, правом, моралью или искусством, то есть тех сфер, где высказывание позиций граждан по определенным проблемам общества вызывает дискуссии, тем самым оказывает влияние на развитие общественно-политических отношений. Наличие общественного мнения является качественной характеристикой уровня общественного сознания и социальных отношений в целом. Общественное мнение выступает как знания об окружающем мире, касающиеся самих граждан или интересующие их. Общественные, политические, экономические события процессы порождают общественное мнение, так как общество оценивает различные события, давая им свою оценку и формируя свою позицию, мнение, позволяющее определить вектор развития отношений между обществом и властью.

Развитое общество обладает соответствующими институциональными структурами, функционирующими в качестве узаконенных каналов выражения общественного мнения. К таким каналам относятся выборы органов власти, разделение властей, наличие гарантированных гражданских свобод, в частности, свободы избирательного права, свободы слова, печати, собраний, совести, участие масс в законодательном процессе путем проведения референдумов, деятельность средств массовой информации и т. д.

Как институт гражданского общества общественное мнение существует в условиях обеспечения полноты и свободы его открытого выражения, то есть в демократическом государстве, в котором развиты демократические механизмы функционирования общественной жизни. Носителем общественного мнения выступают развитое гражданское общество и его социальные структуры. В качестве основного образования, формирующего общественное мнение, выс-

тупают СМИ, посредством которых возможен «диалог» различных структур общества. Тем самым, общественное мнение может основываться на принятии либо отрицании одинаковой эмоционально окрашенной информации, представляемой СМИ [1].

Появление феномена общественного мнения связано с развитием буржуазного строя, и последующим формированием гражданского общества, как независимого от политической власти добровольного объединения граждан. Развитие буржуазного общества дало начало формированию открытых социальных классов, состоящих из независимых, формально свободных индивидов. Признак свободы слова определяет гражданское общество, как явление, приводящее к возникновению и обозначению своего мнения, идеи для концентрирования внимания на определенных проблемах, с целью их разрешения путем реагирования органов власти на сложившееся общественное мнение и последующего взаимодействия органов власти с обществом.

Говоря об определении понятия общественного мнения, следует отметить, что феномен «общественное мнение» принадлежит к числу таких социальных явлений, которые привлекают внимание мыслителей с давних времен. В исследование данной проблемы свой вклад внесли такие выдающиеся умы, как Николо Макиавелли и Джон Локк, Томас Джефферсон и Алексис де Токвиль, Георг Гегель, Уолтер Липпман, Никлас Луман, и многие другие исследователи.

Общественное мнение представляет собой, в общем смысле, состояние массового сознания, совокупность представлений, оценок и суждений здравого смысла к процессам и событиям жизни общества, разделяемых большинством гражданского общества либо его частью. Общественное мнение выступает в качестве особого стимула, побудительной силы, которая регулирует поведение людей, их практическую деятельность. Возникает активное отношение к объекту мнения, которое выражается публично, что, в свою очередь, представляется как мощное средство общественного воздействия.

Общественное мнение подвержено изменениям. Оно неодинаково при различных устройствах систем управления и в различных общественных системах. Изменения общественного мнения связаны с тем, что, во-первых, объекты общественного мнения, социальные явления и факты, по поводу которых люди высказывают свои суждения, затрагивают не только рациональные, но и эмоциональные аспекты менталитета индивидов. Кроме того, общественное мнение возникает там, где присутствует возможность выбора – из нескольких направлений предстоящей деятельности, нескольких персон, событий [4].

Современное общество характеризуется стремительным развитием науки и техники, созданием новых информационных технологий, коренным образом преобразующим жизнь людей. Вместе с тем меняется культура и мировоззрение общества, появляется новое поколение, в систему ценностей которого включены такие понятия как «гражданский долг», «мораль», «ответственность». Исходя из этого, следует отметить, что в современном обществе молодежь начинает осознавать необходимость активного участия в политической жизни общества и реализации социальных проектов [2].

Молодежь не безразлична к проблемам общества. Она заявляет о своих интересах в политике, выступает за реализацию на различных уровнях управления прав молодежи на гражданские свободы, рабочие места, социальную справедливость, профессиональную подготовку, образование и самообразование, доступ к ценностям культуры, материальный достаток. Государство должно поддерживать интерес молодежи к политике (внешней и внутренней), экономике, социальной сфере. На сегодняшний день молодежь остается наиболее активной социально – возрастной группой и нацелена на повышение своего социального статуса. Исходя из этого, молодежь, в большей степени, составляет гражданское общество, являясь его активным субъектом, и ее равнодушие к событиям в стране и в мире способствует диалогу между властью и обществом и, как следствие развитию общественно – политических отношений [3].

Таким образом, общественное мнение обладает такими признаками как динамичность и подвижность, вместе с тем, оно публично выражено и непременно распространено в обществе. Общественное мнение высказывается, как правило, по актуальным, социально значимым вопросам общественной жизни. Общественное мнение формируется на основе интересов, затрагиваемых гражданским обществом, является механизмом представления наиболее острых и значимых для граждан проблем. На сегодняшний день гражданское общество стало более зрелым, активным, ответственным и его развитие определяет участие молодежи в решении непосредственных проблем общественной жизни.

Список литературы

1. Иванова, Н. М. Актуальные проблемы становления гражданского общества в Российской Федерации: учебное пособие / Н. М. Иванова [и др.]. – СПб.: Санкт-Петербургский юридический институт (филиал) Академии Генеральной прокуратуры РФ, 2012. – 80 с.

2. Некрасов, С. Ф. Политическая результативность деятельности СМИ / С. Ф. Некрасов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. – 2011. – № 3. – С. 92-95

3. Соколова, Н. А. Черникова, Е. Г. Исследование социальной активности молодежи / Н. А. Соколова, Е.Г. Черникова // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2015. – С. 239-248

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие / В. А. Франц. – М-во образования и науки РФ, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

УДК 323.37

М. А. Малкова

Пермь, Пермский государственный национальный
исследовательский университет

ПРОТИВОРЕЧИЯ В ОТНОШЕНИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ К ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ

Современное российское общество, по-прежнему переживает процесс трансформации, затрагивающий все сферы его жизни. Переживает реформирование и государственная служба, как управленческий институт общества. До сих пор, достаточно большое число граждан, работает на должностях государственной службы. Так, по данным РБК, ссылающихся на цифры Росстата, численность госслужащих в России в пиковый период (2013 г.) составила 1 млн. 455 тыс. человек, или 1,9% рабочей силы [2]. Постепенно количество госслужащих сокращается, но, невысокими темпами. Отношение к государственным служащим, которых в быту называют чиновниками, характеризуется как условно негативное [1, с.101]. Чиновников связывают с негативными характеристиками, такими как коррупционность, при этом на госслужбу ежегодно приходят тысячи молодых людей, рассматривающих её как сферу дальнейшего приложения своих усилий. Остановимся на противоречиях отношения молодёжи к государственной службе и карьере чиновника.

Первое противоречие связано с завышенными ожиданиями от государственной службы. Многие молодые люди, рассчитывают на

высокий уровень дохода при поступлении на госслужбу. Однако это является большим заблуждением, так как в большинстве низовых вакансий, куда устраиваются молодые люди, заработная плата невысокая и не достигает средней по региону. Коммерческие организации, предоставляют больше возможностей роста, в зависимости от успехов, с последующим ростом заработной платы. После нескольких лет работы в бизнесе, у вчерашнего управленца и сегодняшнего бизнесмена совсем нет желания возвращаться и трудиться в госструктурах. Возникают актуальные для России, в частности, вопросы: где же найти грамотного, умного губернатора или честного чиновника? Государственная служба привлекательна, прежде всего, стабильностью выплаты заработной платы, официальным трудоустройством, наличием социальных гарантий, что может отсутствовать у коммерческих организаций. На сегодняшний день много разговоров о государственной гражданской службе, как о карьерном старте для молодых людей, получивших определенное профессиональное (как правило – юридическое) образование. СМИ также пропагандируют государственную службу, как перспективную сферу деятельности, показывая омоложение губернаторского корпуса, министерского состава. На сегодняшний день много разговоров о государственной гражданской службе, как о карьерном старте для молодых людей, получивших определенное профессиональное (как правило – юридическое, управленческое и экономическое) образование. Но, механизмы карьерного продвижения, по-прежнему непрозрачны, не связаны с непосредственными профессиональными успехами.

Второе противоречие мы видим в системе отбора на государственную службу. Эта система выглядит тяжеловесной, хотя и внешне достаточно понятной, но скрытые механизмы продолжают играть существенную роль. По-прежнему замещение многих позиций осуществляется по согласованию, договоренности, а включение в кадровый резерв, является лишь первичной процедурой. Оптимальным было бы проведение комплексных экзаменов при поступлении на госслужбу, носящих содержательный, а не поверхностно-формальный характер.

Третье противоречие связано с престижем государственной службы с одной стороны, и скептицизмом с другой. На сегодняшний момент в обществе процветает образ чиновника-коррупционера, совсем не обремененного работой, а занимающегося волокитой и лоббированием своих или корпоративных, а не общественных интересов. Так, общество, глядя на перспективного молодого человека, имеющего желание стать государственным служащим, начинает заранее осуждать его, предполагая, что он погрязнет в корруп-

ции, и ему не будет никакого дела до нужд народа. То есть, негативный образ госслужащего в общественном сознании, воздействует на сознание молодого человека, выбирающего карьеру государственного служащего. Негативный образ госслужащего складывается, как из информации, транслируемой в СМИ, так и на базе информации из ближайшего окружения, реже из практического взаимодействия с органами власти.

Ещё одним противоречием, является адаптация молодых специалистов к государственной службе и низкая готовность самих органов государственной власти к такой адаптации. Как показывает практика, юный и неопытный сотрудник, только что покинувший стены своей альма-матер, вынужден осваивать порученную ему работу методом проб и ошибок, что естественно, затрачивает как много времени, так и множество ресурсов государственного учреждения. Образовательные программы по-прежнему, имеют существенный отрыв от реальной деятельности государственного служащего. Данную проблему можно решить путем создания системы наставничества в целях как профессионального развития вновь пришедших сотрудников, так и претендующих на новую должность (или идущих на повышение). Государственному служащему также оказывается наставником индивидуальная помощь в получении необходимых знаний, проверяемых на практике. Так выявляются и своевременно устраняются допущенные резервистом ошибки, проверяются моральные и психологические качества, стрессоустойчивость. Руководитель также воспитывает в государственном служащем ответственное отношение к службе, лояльность к коллегам. Это снизит текучесть кадров на государственной службе, повысит позитивную мотивацию молодых сотрудников.

Таким образом, противоречий в отношении российского общества к государственной службе довольно много, и часто они затмевают ее привлекательные стороны. Несомненно, необходимо осуществлять изменения в системе принятия на государственную службу, делать ее более упрощенной и привлекательной для современной молодежи. Проблема отбора государственных служащих на выдвижение должна решаться только путем оценки профессиональной пригодности, квалификации и личной трудовой отдачи (по принципу профессионального мастерства)

Список литературы

1. Бушуева И. П. Коррупция на государственной гражданской службе: восприятие граждан Российской Федерации / И. П. Бушуева // Развитие территорий. – 2016, – № 3-4. – С. 100-105.

2. Сколько в России чиновников и много ли они зарабатывают [Электронный ресурс]. – РБК. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/economics/15/10/2014/543cfe56cbb20f8c4e0b98f2>

УДК 316.012

А. Н. Мерлушкина

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ В МОЛОДЁЖНОЙ СРЕДЕ

Общественное мнение в качестве института гражданского общества является одним из лучших способов исследования социальной и политической позиций граждан страны, рассмотрения основных проблем общества, анализа его настроения и отношения к власти. Общественное мнение можно считать одним из главных партнёров государственной власти, так как оно позволяет достаточно точно определить основные проблемные области социальной сферы общества. Существуют некоторые особенности при исследовании этого феномена, такие как различие мнений разных поколений по отношению к тем или иным вопросам [1]. При этом особенно важно мнение молодого поколения, так как оно является основой для будущего развития страны и накапливает потенциал для достижения новых успехов.

В целом, следует заметить, что общий уровень активности молодёжи, её заинтересованности в социальной и политической сферах жизнедеятельности повышается. По данным исследований ООО «инФОМ» в рамках заказа Фонда «Общественное мнение» по теме «Социальная и политическая активность молодёжи», из 4000 респондентов 36% не исключают возможности участия в демонстрациях и митингах, связанных с волнующими их и их близких проблемами, 16% участвовали в митингах и демонстрациях и около 6% опрошенных занимаются благотворительностью, волонёрской деятельностью, участвуют в массовых мероприятиях [4].

Согласно другому опросу по теме «Интерес молодёжи к политике» из 4000 респондентов в возрасте от 18 до 35 лет 50% опрошенных интересуются политикой, причём 34% их них заинтересованы как во внутренней политике страны, так и в международных отношениях. О новостях в области политики чаще всего узнают из

телевидения – 54%, форумов и социальных сетей – 44%, специализированных новостных сайтов – 10%. Интересной особенностью в студенческой среде является то, что 48% студентов обсуждают с однокурсниками политические темы, а 58% студентов заинтересованно слушают такого рода обсуждения, но редко в них участвуют [2].

Отдельное внимание следует уделить отношению молодёжи к выборам и электоральному законодательству. По данным исследований ООО «инФОМ» только 36% респондентов следят за предвыборными кампаниями и выборами, тогда как 62% в этом не заинтересованы. В честности проводимых выборов уверены 48% опрошенных, а в необходимости повсеместного прямого голосования при выборе главы региона – 86%. Безусловную необходимость Государственной думы подтвердило 73% опрошенных, однако 49% респондентов считают, что следует вернуть графу «против всех» в избирательный бюллетень на выборах президента, так как её отсутствие ограничивает свободу выбора. Также 52% опрошенных не исключают возможности, что потенциальным президентом нашей страны может стать женщина, и они готовы отдать за неё свой голос [3].

В современной молодёжной среде можно заметить некоторую особенность – деление поколения на пассивную молодёжь и массу талантливых и амбициозных людей, имеющих большие достижения как в научной и спортивной, так и в общественной и политической сферах. Ярким примером может стать новоиспеченный тридцатилетний губернатор Калининградской области А. А. Алиханов – самый молодой в истории современной России представитель высшего должностного представителя субъекта Российской Федерации. В масштабах области можно привести в пример Молодёжную Думу Ульяновской области. Также хотелось бы упомянуть крупнейшие молодёжные форумы, такие как «iВолга», «Территория Смыслов», «Таврида», которые вдохновляют на новые свершения от 4000 до 20000 участников, дают возможность на получение грантов и развитие собственных проектов. Существует также огромное количество других форумов, конвейеров проектов, волонтёрских организаций, которые подтверждают активный статус молодёжи и её заинтересованность в развитии страны. Следовательно, общественное мнение в молодёжной среде весьма разрозненно, двойственно. Если одна часть – активная – заинтересована в своём будущем, а, следовательно, и в будущем страны и мира, участвует в общественной и политической жизни общества, достигает успеха в бизнесе, то другая часть – пассивная – предпочитает «плыть по течению» и оставаться в неведении относительно событий, происходящих в стране и в мире.

Список литературы

1. Песков А. Е, Клемина Е. А. Особенности функционирования общественного мнения в социально политическом пространстве / А. Е. Песков, Е. А. Клемина // Вестник Астраханского государственного технического университета. – 2013. – № 2 (56). – С. 131-134.
2. Интерес молодежи к политике. Исследование ООО «инФОМ» в рамках заказа Фонда «Общественное мнение» [Электронный ресурс] // ФОМ. – Режим доступа: <http://fom.ru/Politika/13285> (дата обращения 25.09.17).
3. Отношение молодежи к выборам и электоральному законодательству. Исследование ООО «инФОМ» в рамках заказа Фонда «Общественное мнение» [Электронный ресурс] // ФОМ. – Режим доступа: <http://fom.ru/Politika/13299> (дата обращения 25.09.17).
4. Социальная и политическая активность молодежи. Исследование ООО «инФОМ» в рамках заказа Фонда «Общественное мнение» [Электронный ресурс] // ФОМ. – Режим доступа: <http://fom.ru/TSennosti/13286> (дата обращения 25.09.17).

УДК 342.552

М. А. Павлова

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ

Проблема вовлечения молодого поколения к решению политических модернизационных задач в современной России является одной из актуальных и социально-значимых. При исследовании модернизационного потенциала молодёжи внимание обращается на такие процессы, как готовность к самореализации, максимальное оптимизирование своего социального пространства, участие в политической жизни страны и многое другое [2].

Процесс политического взаимодействия власти с молодежью предполагает формирование у нее мировоззрения, создание некоего образа будущего и отражение современных потребностей общества. Следовательно, воспитание у молодежи ответственности, гражданского долга, проявление инициативы, являются приоритетными задачами в приобщении молодёжи к решению социально-политических проблем [2].

В связи с тем, что с каждым годом быстрыми темпами меняется тенденция формирования и развития гражданского общества, возрастает необходимость привлечения молодёжи в число активных субъектов политики. Однако низкий уровень доверия между молодёжью и властью требуют поиска политически эффективных стратегий и новых технологий вовлечения молодого поколения в политический процесс страны [5].

По степени вовлечённости в политическую сферу условно выделяются две категории молодых людей – пассивные и активные. Пассивные характеризуются недоверием к политическим партиям и политикам, акцентируя внимание на том, что политические лидеры стремятся к поддержке своих программ со стороны молодого поколения, но не выражают самих интересов молодёжи; им присуще обсуждение политических вопросов. Активные участвуют в деятельности политических партий и движений, осуществляют на практике протестные формы поведения, а также принимают участие в голосовании на выборах всех уровней [1].

В исследовании Н. О. Шабровой «Некоторые особенности формирования гражданского сознания студентов с точки зрения его влияния на электоральное поведение» были предприняты попытки найти ответ на вопрос касательно причин, по которым можно выявить интерес, либо отсутствие интереса у молодёжи к политике. В наибольшей степени интерес к состоянию политической сферы связан с чувством собственной причастности к событиям в стране и мире. Осведомлённость о процессах политического характера помогает быть в курсе новостей, фактов, мероприятий, которые происходят в повседневной жизни. Далее респонденты склонились к ответу о том, что владение политической информацией является одним из критериев образованного человека [7].

Среди причин, которые объяснили отсутствие заинтересованности во владении политической информацией оказались следующие: недостаточное количество времени на получение и анализ этой информации, возможность получения ложных, недостоверных сведений из СМИ, а также отсутствие актуальной и своевременной информации.

Так, 64 процента респондентов считает, что будущее России зависит от каждого ее гражданина, но, тем не менее, всего 17 процентов опрошенных считает возможным лично оказать влияние на политическую обстановку в стране [7].

В исследовании И. Н. Трофимовой «Гражданский активизм в современном российском обществе: особенности локализации» можно проследить уровень доверия молодёжи к власти. Вопрос

о возможности оказать влияние на решения власти получил одинаково скептические ответы всех респондентов, за незначительным отличием молодежи [6]. Последние годы наблюдения за политической ситуацией в стране ставят под сомнение уверенность в завтрашнем дне. В связи с этим, у современного молодого поколения формируется некая психологическая установка, связанная с необходимостью рассчитывать только на свои силы [3].

В заключении стоит отметить, что поддержка молодёжи в сфере политики предполагает не только новые условия и возможности, но и обеспечение реализации творческого, интеллектуального, физического потенциала молодёжи [4]. Отличительный смысл привлечения молодежи в государственную политику состоит в том, что в ней отражается позиция государства в отношении молодежи, определяется формат и механизмы взаимодействия с ней, готовность ей содействовать. Именно молодое поколение выступает источником новых объективных изменений в трансформирующемся обществе.

Список литературы

1. Баранова, В. Н. Проблемы политической социализации молодежи в современной России // Вестник СПбГУ. Сер.12. – 2011. – Вып. 2.
2. Белоконев, С. Ю. Особенности модернизационного потенциала российской молодёжи // Вестник МГГУ им. М. А. Шолохова. – С. 97-108.
3. Илюхина, О. А. Учет идеологии при формировании Молодежной политики / О. А. Илюхина. – М. : Изд-во Моск. гум. ун-та, 2007. – 332 с.
4. Ростовская, Т. К. Социальная роль молодежи в современном обществе / Т. К. Ростовская, Н. А. Ростовская // Молодежь и социальный компьютеринг. – Москва, 2012.
5. Тарцан, В. Н. Государственная молодежная политика в современной России / В. Н. Тарцан // Полис. Политические исследования. – 2010. – № 3. – С. 156-160.
6. Трофимова, И. Н. Гражданский активизм в современном российском обществе: особенности локализации / И. Н. Трофимова // Социс. – 2015. – № 4. – С. 72-77.
7. Шаброва, Н. О. Некоторые особенности формирования Гражданского сознания студентов с точки зрения его влияния на электоральное поведение / Н. О. Шаброва. – М. : Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2007. – 332 с.

Е. В. Рожнова, И. А. Зосименко

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

**ЭКОЛОГИЯ И МОЛОДЕЖЬ:
РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ
В ФОРМИРОВАНИИ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ**

В последнее десятилетие наметились определенные тенденции, демонстрирующие активизацию молодежного экологического движения. Молодое поколение объединяется для защиты природы, и их деятельность набирает обороты, завоевывающая все регионы России.

Изменения в этом направлении говорят о положительной динамике во взаимоотношениях природы и общества в целом, а также о начале формирования активной жизненной деятельности молодежи. Общественные движения – это реакция на изменения состояния современной жизни, которое является отражением общественного сознания. В таком случае государственные органы активно поддерживают начинания молодых людей.

Выделим ряд причин, влияющих на развитие эколого-практической деятельности современной молодежи.

Во-первых, средства массовой информации создают определённый экологический настрой в обществе, как правило несут в себе деструктивный контекст, который порождает негативные настроения. Ухудшение окружающей среды является стимулом для активной части молодежи к началу практической деятельности.

Во-вторых, оптимизм среди молодых людей и желание обозначить свою позицию становится одним из регуляторов и мотивов развития экологической деятельности. Экодвижение – яркое проявление становления гражданской позиции.

Сегодня, государственные органы управления отслеживают молодежные начинания и идеи. Они оказывают теоретическую, методическую и организационную поддержку. Так как любое начинание в молодежных кругах требует опытного куратора, способного подвести надежную научно-теоретическую и методическую базу. Благодаря информационным ресурсам, многолетнему опыту и просветительской работе государственные власти становятся платформой для формирования глубокого понимания экологических проблем. Иначе говоря, для перспективного направления в экологической деятельности у молодежного движения существует опора в виде органов власти. [3, с. 104]

Характерными особенностями развивающейся в наши дни экологической деятельности молодежи стала стихийность ее формирования, быстрый рост количества участников, нацеленность на скорый, осязаемый практический результат.

Деятельность современных общественных объединений направлена на предоставление возможностей для проявления способностей, на поиск новых форм включения объединения и его субъектов в общественные отношения, на развитие мотивации к воспитанию гражданственности их самовоспитанию молодежи. В общественных объединениях и организациях создаются условия для целенаправленного развития и духовно-ценностной ориентации, где молодое поколение приобретает опыт социальной деятельности. Объединяясь в коллектив единомышленников, где вместе со старшими товарищами, учатся решать те или иные задачи, общие для своего города и района, оказывают бескорыстную помощь. Воспитывает молодежь, общая гражданская ответственность и забота об улучшении окружающей среде. Важным критерием вхождения в общественное объединение является добровольность, а это возможно лишь тогда, когда существует перспектива интересной жизни, возможность удовлетворения своих разнообразных интересов и потребностей в творческой деятельности, в уважении и признании, в самореализации, в удовольствии. Воспитание может быть эффективным только тогда, когда оно затрагивает эмоциональную сферу человека.

В Ульяновской области в 2017 году сформировалось молодежное объединение «Зеленые дружины». Это первое добровольное экологическое движение с элементами противодействия разрушительной западной пропаганде, воспитания любви к Родине и трепетного уважения к уникальной природе страны. На данный момент их деятельность заключается в массовом патрулировании лесопарковых зон. В перспективах объединения – мониторинг лесов региона, проведение мастер-классов в образовательных учреждениях, создание областных экологических акций. [1, с. 27]

Создание «Зеленой дружины» послужило созданию уникального практического и образовательного опыта для заинтересованной молодежи, благодаря которому могут быть улучшены профессиональные компетенции, осознана важность ответственной практики в бизнесе и других сферах и дан толчок для дальнейшего развития.

В формировании данного объединения играет немаловажную роль общение в социальных сетях, которое стало одной из его главных движущих сил, где можно найти единомышленников. Подобное общение на форуме обладает своими законами, имеет особый

формат, с помощью которого выстраиваются идейная направленность и социальные ориентиры молодежи. По этой причине, Министерство сельского, лесного хозяйства и природных ресурсов Ульяновской области предоставляет молодежи возможность виртуальной коммуникации. Были созданы официальные интернет-источники для экологического движения, которые курируются представителями Министерства. На данных ресурсах проводится сетевое взаимодействие экологически настроенных молодых людей, специалистов органа управления и общественности. [2, с. 3]

Для гражданского становления личности большое значение имеет включение молодежи в различные социальные отношения, в социальную практику. Молодое поколение получает возможность определить свою гражданскую позицию, попробовать свои силы в роли лидера, понять смысл участия в представительных органах власти, понять роль законов и сформировать у себя готовность к их непреклонному исполнению. Используя приемы социального проектирования, молодежные общественные объединения быстрее приближаются к достижению двух важнейших задач: способствовать личностному самоопределению и ощутить себя нужным гражданином своей страны.

Региональный опыт показывает, что динамика развития гражданской позиции через общественное объединение у молодежи выше, нежели у их сверстников, которые не участвуют в такой деятельности

Итак, общественные объединения играют очень весомую роль в решении широкого круга проблем экологического спектра. В Ульяновской области роль и влияние общественных организаций еще не является настолько весомой, тем не менее ее активно поддерживают региональные органы управления. Это касается молодежных организаций, которые служат основой воспитания сознательных граждан и формирования гражданского общества.

Развитие и выполнение молодежными общественными организациями своих прямых функций приобретает определяющее значение. Ведь будучи привлеченной к активной общественной жизни молодежь приобретает возможность как совершенствовать свои личностные знания и привычки, так и реализовывать, и защищать через такие организации свои права и интересы.

Список литературы

1. Об экологической доктрине Российской Федерации: распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 августа 2002 г. № 1225-р // Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 36. – С. 24-29.3.

2. Ахмеров В. А. Родная природа – 2017 / В. А. Ахмеров // Дыхание Земли или экология пространства. – 2017. – № 08. – С. 2-3

3. Гермекс Г. К. Роль молодежных общественных организаций в развитии гражданского общества / Г. К. Гермекс // Международный студенческий вестник. – Екатеринбург, 2015. – Ч. 1. – С 101-110.

УДК 323.1

И. Д. Савина, И. А. Зосименко

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ЭКСТРЕМИЗМУ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ)

Современный мир переживает бурный рост радикальных, экстремистских проявлений в молодежной среде, направленных на разрушение традиционных общественных устоев, институтов, социальных практик. Данное обстоятельство ведет к эскалации риска, росту неопределенности, разрушению традиционного устоя в обществе. В России процессы молодежного протеста носят пока латентный и невыраженный характер, что не всегда дает возможность своевременно диагностировать и локализовать их. Однако Россия традиционно находится среди государств, где риски проявления экстремистских настроений достаточно велики, что объясняется многонациональным и многоконфессиональным характером государства. В этой ситуации особого внимания требует разработка и внедрение модели общенациональной системы противодействия экстремизму и снижения его проявлений в молодежной среде.

Цель нашей работы – изучить противодействие экстремизму среди молодежи на региональном уровне.

Стоит отметить, что в научной литературе имеется немало работ, посвященных проблематике экстремизма. Эти работы выполнены в основном в рамках философского, социологического, политологического, психологического подходов. Но отмечая высокую значимость работ перечисленных авторов, посвященных проблематике экстремизма среди молодежи в современном обществе, все же стоит отметить, что недостаточно работ по комплексному социологическому анализу в данной проблемной области, которые могли бы

стать синтезом между теоретическими и практическими подходами изучения данных парадигм.

Для достижения цели работы мы провели авторское исследование «Проявления экстремизма в молодежной среде», выборка которого составила 400 жителей Ульяновска в возрасте от 15 до 25 лет. В исследовании приняли участие респонденты из различных социально-профессиональных групп, характеризующихся по роду деятельности: учащийся школы; студент ССУЗа, колледжа; студент вуза; рабочий, служащий без специального образования; специалист с высшим образованием (**статистическая погрешность этих исследований не превышает 3,4%**).

Формы проявления экстремизма в массовом общественном сознании не имеют однозначной оценки, в связи с этим, мы выяснили основные причины экстремистских настроений молодежи: лидирующей причиной стала (у всех возрастных категорий, заявленных в выборке) – приток мигрантов (42%). Таким образом, говоря о молодежном экстремизме, респонденты склонны основную негативную роль видеть в процессах массовой миграции из других регионов и стран. Второе место причин проявления экстремизма, по результатам исследования, относится к пропаганде экстремистских идей в СМИ, сети Интернет – 36%. Это говорит о том, что СМИ и Интернет являются опасным инструментом в молодежной среде для зарождения и развития экстремизма. Это связано с тем, что молодое поколение является более вовлеченным в информационное взаимодействие по сравнению с другими группами. Они проводят в интернете большую часть своего времени, общаясь в социальных сетях, просматривая видеоролики, играя в онлайн-игры, читая и «листая» информацию и т. д. И почти всегда оказываются вовлеченными в любое событие, особенно ярко освещенное в средствах массовой информации. Интернет широкая и эффективная площадка продвижения любых идей, неважно положительных или нет. В Интернете возможно найти и способы для совершения правонарушений и средств совершения и сокрытия преступлений. И хоть государство делает все возможное по предотвращению доступа к таким ресурсам, но охват «территории» огромен, и главное подвижен и непостоянен.

Кроме того, часть респондентов считают, что за причину экстремистского поведения можно считать несформированность нравственной, духовной культуры среди молодежи – 35% и оно стоит на третьем месте основных причин. В связи с этим, респонденты отмечали, что необходимо заниматься воспитание молодого поколения (31%), а также его просвещением относительно культур других наро-

дов, пропагандируя традиционные духовно-нравственные ценности многонационального российского общества.

Экономическая нестабильность (безработица, кризис) также является существенной причиной проявления экстремизма: 21% респондентов считает, что необходимо создать условия для трудоустройства молодежи и улучшить экономическую ситуацию. Хочется отметить, что неудовлетворенность своим экономическим положением в обществе проявляют не самые обездоленные, а относительно благополучные социальные слои и группы молодежи (53%). Ответственность за свое «незавидное положение» молодежь может возлагать на внешние обстоятельства (несправедливые законы, неразумное общественное устройство и т. д.).

Для того, чтобы государство и общество могло противостоять этим негативным влияниям, которые в настоящее время все более и более агрессивно воздействуют на молодежь, необходимо не только разрабатывать, но и активно популяризировать технологии воздействия, ориентированные на убеждающий эффект, понимать, что именно и на каких этапах становления личности можно формировать и культивировать как интегрированную общечеловеческую и личностную ценность. Появилась объективная необходимость в подготовке специалистов, работающих с молодежью и владеющих технологиями направленного и опосредованного воздействия на ценностные ориентации юношества с помощью коммуникационных PR-технологий [2, с. 279].

Коммуникационные кампании, нацеленные на изменение поведения, тесно связаны с другими программами и мероприятиями по профилактике и борьбы с экстремизмом и занимают важное место в общей федеральной или территориальной программе. По сути, они становятся связующим звеном между различными частями программы, создают в обществе единое информационное поле, которое способствует взаимопониманию и согласованности действий всех заинтересованных сторон [3, с. 220].

Коммуникационные кампании необходимо рассматривать в условиях возникновения новых очагов проявления экстремизма, вырабатывая такие коммуникационные стратегии, которые предложили бы объяснения, сформировали позитивные настроения в общественном мнении и создали ощущение психологического комфорта у населения. В условиях стремительного распространения экстремистской идеологии, целесообразно проводить такие коммуникационные кампании, где главной идеей является опасность участия в экстремистских движениях любому человеку [3, с. 229].

Осуществляя двустороннюю связь между коммуникатором и реципиентом, PR и медиа-среда выражают и формируют общественное мнение, нацеленное, на создание у реципиента (молодежи) определенных оценочных позиций и побуждения (мотивирования) к той или иной деятельности.

В данном случае общественное мнение выполняет две основные функции: регулятивную и воспитательную. Регулятивная функция имеет две направленности. Первая из них состоит в том, что общественное мнение вырабатывает и прививает членам общества определенные нормы общественных отношений. При этом оно проявляет себя как регулятор отношений не только между отдельными людьми, но и между личностью и коллективом, коллективом и обществом, а также между обществом и личностью. Вторая направленность – это регуляция экономических, социальных, политических, нравственных и других видов общественных отношений. Главное же предназначение воспитательной функции – воспитание у каждого человека чувства высокой ответственности за свои дела и поступки перед обществом [2, с. 281].

Отсутствие четко отлаженной системы коммуникаций между силовыми структурами и общественностью, повсеместно бытующее мнение о низком качестве услуг негативно сказывается на функционировании правоохранительных учреждений. Одна из наиболее важных проблем современной противодействующей системы является отсутствие у населения достоверной информации о состоянии дел в министерстве внутренних дел, его проблемах и методах борьбы с экстремизмом, программах профилактики экстремизма, что неизбежно влечет за собой возникновение недоверия со стороны общественности.

Таким образом, на этапе противодействия экстремистской деятельности неуклонно возрастает роль информационной деятельности в познании все более усложняющейся реальности. Усиливается социально-преобразующая деятельность PR-структур, непосредственно связанных с интенсификацией медиа-воздействия на структуры сознания индивида. Выявление природы, сущности и основных характеристик информационных PR-технологий позволяет определить, как под влиянием информации и каналов информирования формируется картина мира молодежи, ее поведения в обществе. Основным механизмом формирования картины мира индивида – создание информационного события, являющегося результатом взаимодействия медиа-текста и сознания целевой общественности.

Список литературы

1. Бондаренко С. В. Борьба с экстремизмом в современном медиапространстве / С. В. Бондаренко // Феномен экстремизма и ксенофобии в современной России: факторы генезиса, пути и способы противодействия. – М. : Краснодар – 2015. – С. 123-154.
2. Гетц Р. Н. Современные технологии противодействия политическому экстремизму / Р. Н. Гетц // Государственная власть и местное самоуправление в России: история и современность : сб. материалов 8 Международного форума; под ред. А. С. Горшкова – М. : Издательство СЗАГС, 2013. – С. 272-288.
3. Зайцев А. В. PR-коммуникация: диалогическая модель связей с общественностью и современность: американский и западно-европейский опыт / А. В. Зайцев // Перспективы науки и образования. – 2013. – № 4. – С. 214-232.
4. Мозговой В. Э. Экстремизм в условиях социокоммуникативных трансформаций российского общества / В. Э. Мозговой // Социальная структура, социальные институты и процессы. – 2015. – С. 3-144.
5. Фотиева И. В. Проблема конструирования реальности в СМИ: философский ракурс рассмотрения / И. В. Фотиева // Известия Алтайского государственного университета. – 2016. – № 4. – С. 210-217.

УДК 323.3

А. В. Селивёрстов, О. В. Шиняева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ИМИДЖ ГОРОДСКОЙ ВЛАСТИ В СОЗНАНИИ МОЛОДЁЖИ

Актуальность темы исследования: во-первых, овладение молодёжью все большим числом каналов получения информации о деятельности городской власти, делает информацию о ситуации в населённом пункте все более доступной [2, с. 41]. Во-вторых, новые условия функционирования российских городов, меняющиеся условия жизни молодого поколения требуют выработки адекватных методов управления общественным мнением молодёжи, стимулирующих наиболее эффективную реализацию когнитивных, ценностных ресурсов с целью гармонизации сознания населения. [4, с. 185]

На взаимодействие молодёжи и городской власти безусловно влияют когнитивные характеристики. Какое представление имеют люди о городской власти, какую информацию и как получают [1, с. 135].

Цель: выявить влияние знаний и ценностей молодёжи о городских властях на отношение между ними. Отдельные аспекты проблемы подвергались изучению в различных научных дисциплинах.

Проблема формирования общественного мнения затрагивалась в контексте разработки социально-психологических проблем: социально-психологического внушения (В. М. Бехтерев, А. С. Новоселова, Б. Ф. Поршнев), социально-психологических аспектов авторитета и значимых других (Н. М. Кейзеров, А. А. Кроник, А. Л. Свенцицкий), восприятия и общения, межличностных и внутригрупповых отношений, в том числе, доверительных отношений (К. А. Абульханова-Славская, А. А. Бодалев, Б. Д. Парыгин, Б. Ф. Поршнев), напряженности в обществе (А. А. Бодалев, А. Г. Здравомыслов) [3, с. 243].

Исследование, проведенное нами в г. Ульяновске в 2016 году, «Городская власть в представлениях населения: когнитивные, ценностные и поведенческие аспекты» (n = 500) позволило получить следующие результаты. В ходе анализа знаний населения о городской власти была выявлена интересная динамика (таблица 1), люди в возрасте от 18-29 лет имеют очень низкий процент знаний о деятельности городской власти в диапазоне от 9% до 36%.

Таблица 1

**Осведомлённость молодёжи об органах городского управления
(в % от числа опрошенных; n = 500)**

| Знаю хорошо | Всего | Возраст | Образование | | |
|--|-------|---------|-------------|-------------|--------|
| | | 18-29 | Среднее | Сред. спец. | Высшее |
| Кто возглавляет городскую Думу Ульяновска | 45 | 36 | 41 | 47 | 47 |
| Кто является депутатом по вашему округу в городской Думе | 32 | 25 | 26 | 32 | 36 |
| Решения Думы о развитии города за полгода | 17 | 9 | 12 | 19 | 21 |

Один из вопросов анкетного опроса был направлен на выяснение у респондентов, каким источникам информации они доверяют.

Вполне ожидаемый получился результат: молодёжь отдаёт наибольшее предпочтение социальным сетям. Современный мир не стоит на месте и социальные сети – это отличный канал для налаживания контакта с молодёжью.

Вторым у молодого поколения по популярности является телевидение 51%, а третьим пресса 48%. Радио предпочитает лишь 19% населения. Очень плачевный мы получили результат с посещением общественных приёмных молодёжью. Лишь 1 % молодого населения узнаёт информацию о деятельности городских властей из данного источника. Это значит, что данный канал неэффективен с анализируемой целевой аудиторией.

Таблица 2

**Источники получения информации о деятельности администрации города
(в % от числа опрошенных n = 500)**

| Источники | Всего | Возраст | Образование | | | Район проживания | | | |
|----------------------------|-------|---------|-------------|---------------------|--------|------------------|-----------------|-------------|------------|
| | | 18-29 | Среднее | Среднее специальное | Высшее | Ленинский | Железнодорожный | Засвияжский | Заволжский |
| Пресса | 46 | 48 | 41 | 46 | 51 | 46 | 53 | 47 | 40 |
| Телевидение | 56 | 51 | 60 | 60 | 60 | 55 | 57 | 63 | 47 |
| Радио | 22 | 19 | 22 | 34 | 16 | 26 | 12 | 33 | 15 |
| Официальный сайт админ-ции | 20 | 16 | 21 | 21 | 18 | 12 | 31 | 19 | 20 |
| Социальные сети, блоги | 41 | 53 | 43 | 29 | 47 | 47 | 39 | 43 | 37 |
| Специальные мероприятия | 7 | 6 | 7 | 6 | 9 | 5 | 8 | 6 | 11 |
| Общественные приёмные | 4 | 1 | 4 | 7 | 2 | 1 | 2 | 4 | 7 |

Итак, для создания и поддержания диалога с молодым поколением города необходимо четкую, выстроенную информационную политику городской администрации. На деле сейчас мы видим из-за неграмотной подачи информации, молодёжь практически не интересуется функционированием органов муниципальной власти.

Результаты проведенного исследования позволили констатировать, что большинство молодёжи низко оценивают эффективность работы городской администрации, потому что просто не сталкиваются и не знают о деятельности администрации. Но в тоже время осознают необходимость улучшения качества жизни, конструктивного диалога с властью, хотя на деле не проявляет активность.

Список литературы

1. Василенко И. Связь с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: западный опыт / И. Василенко // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 4. – С. 39-43
2. Дюк А. В. Инструменты социального взаимодействия органов местного самоуправления с населением / А. В. Дюк // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2008. – Том XI. – № 1. – С. 183-190.
3. Беленький В. Х. Социальная структура общества: социально-философские и социологические проблемы // Философия и общество. – М., 2007. – 234 с.
4. Докторов Б. З. Отцы-основатели. История изучения общественного мнения. – М. : Центр социального прогнозирования, 2006. – 346 с.

УДК 329.78

И. В. Солдатенков

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

МОЛОДЕЖНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ, ЦЕЛИ, ПРАКТИКА

Молодое поколение играет важную роль в развитии всех сфер жизни общества. В частности, совершенствование политической системы невозможно без вовлечения молодежи в политический процесс, поскольку модернизационный потенциал молодого поколения – залог решения многих социальных и политических проблем. На фоне этой необходимости возникают следующие проблемы: во-первых, как привлечь молодежь в политическую сферу и, во-вто-

рых, какие пути влияния она имеет на политический процесс. Данные проблемы решает институционализируемая форма политической активности молодого поколения – молодежные политические организации. Кроме того, эти объединения играют важнейшую роль в развитии гражданского общества, становлении демократии. Все это в совокупности определяет высокую актуальность исследования молодежных политических организаций.

В ходе исследования было выявлено, что наиболее общим определением является понимание молодежной политической организации как «добровольного объединения молодежи в возрасте от 18 до 30 лет, с целью защиты и отстаивания своих политических и гражданских интересов, прав и свобод в рамках существующей политической системы и действующего законодательства» [4, с. 261].

Классификация молодежных политических движений многими учеными осуществляется по различным основаниям, что определяет наличие множества типологий. Однако наиболее часто встречающейся классификацией является ранжирование молодежных политических объединений в системе координат, где осями выступают политические предпочтения и позиция по отношению к власти. В русле данного подхода выделяются четыре основных типа: провластные молодежные организации, лояльные «патриоты», левая и леворадикальная оппозиция, демократическая оппозиция [5].

Молодежные политические организации в своей деятельности стремятся к достижению широкого спектра целей. В качестве основополагающих можно выделить такие из них, как, во-первых, повышение уровня социальной и политической активности молодого поколения, во-вторых, воспитание гражданской ответственности и способности к самоопределению своих политических взглядов, в-третьих, прививание ценностей плюрализма и толерантности, в-четвертых, повышение социальной и политической субъектности молодежи. Кроме вышеуказанных существуют группы специальных целей, характерных для определенного типа молодежной организации.

На сегодняшний день в России насчитывается несколько тысяч зарегистрированных молодежных объединений, более сотни из них действует на межрегиональном, общероссийском уровне [2, с. 63]. Среди последних можно выделить ряд наиболее активных организаций, ранжируя их на основе типологии молодежных политических объединений Т. А. Становой, представленной выше.

К провластным можно отнести такие организации, как «Ассоциация молодежных правительств Российской Федерации» (более 2 тыс. чел.), «Молодая гвардия Единой России» (170 тыс. чел.),

«Россия молодая», «Наши». Общими чертами таких объединений являются: антиопозиционность, сравнительно высокая массовость, фокус на предоставление карьерного роста при идеологической слабости самого движения, подконтрольность правительственным структурам. Основными формами деятельности таких движений являются уличные акции в поддержку правительства и его инициатив, тренинги, пресс-конференции с представителями власти и другое [5].

Лояльные «патриоты» не представлены широким списком объединений. Наиболее ярким и относительно массовым является «Евразийский союз молодежи» (25 тыс. чел.). Данное объединение, как и все другие организации подобного толка, отличается национал-патриотической, праворадикальной направленностью. Основной формой деятельности данного объединения является проведение «правых маршей» – националистических шествий (наиболее известное ежегодное мероприятие – «Русский марш» 4 ноября) [5].

Левая оппозиция представлена такими молодежными объединениями, как «Союз коммунистической молодежи Российской Федерации» (5 тыс. чел.), «Ленинский коммунистический союз молодежи Российской Федерации» (56 тыс. чел.), «Авангард красной молодежи» (5 тыс. чел.). Данные объединения характеризуются идеологичностью, радикальностью, массовостью и сплоченностью. Яркой особенностью молодежных движений левого блока является достаточная самостоятельность и готовность к объединению усилий. Молодежные движения левой направленности осуществляют разнообразные формы деятельности: участвуют в протестных акциях, издают левую прессу, работают с профсоюзами, проводят конференции [3, с. 149-153].

В рядах демократической оппозиции отличаются такие молодежные объединения, как «Время молодых», «Молодежное «Яблоко» (3 тыс. чел.), «Молодежное движение «Весна». Основными приоритетами таких движений является обеспечение демократических и либеральных ценностей, борьба с авторитарностью правящего режима. Демократические молодежные движения не отличаются массовостью и стремлением к объединению. Основными видами деятельности демократических молодежных движений являются демонстрации, проведение конференций [5].

Молодечное политическое движение на уровне Ульяновской области развито довольно слабо. Всего зарегистрировано 5 молодежных политических движений: «Ленинский коммунистический союз молодежи», «Молодая гвардия», Молодежное правительство Ульяновской области, «Наши – Ульяновск» и Общественный Моло-

дежный парламент. Все вышеуказанные объединения являются региональными отделениями, реализующими свою деятельность в рамках программ общероссийских движений [1].

Итак, можно говорить о том, что политические объединения молодежи – важный элемент политической системы и гражданского общества. Они обеспечивают развитие молодого человека как самостоятельного социального и политического субъекта, в полной мере раскрывая его модернизационный потенциал. Рассмотренные в ходе работы определение, типология и цели молодежных политических движений позволяют говорить о том, что они являются многогранным, сложным объектом, представляющим интерес для исследования. К сожалению, в молодежных организациях в настоящее время состоит довольно малая часть людей молодого поколения, что определяет неразвитость молодежного политического движения как на уровне общероссийском, так и на уровне региональном. Пример Ульяновской области подтверждает это – на уровне нашего региона зарегистрированы лишь единицы общероссийских молодежных политических движений (причем большинство из них – провластные), совсем нет официально оформленных региональных объединений, что является показателем инертности ульяновской молодежи и апатичности к политике.

Список литературы

1. Детские и молодежные организации Ульяновской области [Электронный ресурс] // Я – гражданин. – Режим доступа: <http://ja-grazhdanin.ulgov.ru/nko/young/> (дата обращения: 26.09.2017).
2. Котова К. А. Молодежные политические организации: функции и формы деятельности (на примере Ивановской области) / К. А. Котова // Вестник Ивановского государственного энергетического университета. – 2010. – № 1. – С. 63-65.
3. Митин А. А. Левые молодежные организации как фактор воспроизводства политической системы / А. А. Митин // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – № 4-1. – С. 149-153.
4. Сафонова А. С. Молодежные политические организации России: подходы к классификации / А. С. Сафонова // Проблемы современной науки и образования. – 2015. – № 12. – с 261-268.
5. Становая Т. А. Молодежные организации в современной России [Электронный ресурс] / Т. А. Становая // Россия в красках. – Режим доступа: <http://ricolor.org/rus/5/gom/2/> (дата обращения: 27.09.2017).

А. В. Спасовская

Краснодар, Кубанский государственный университет

ЭКСТРЕМИСТСКИЕ НАСТРОЕНИЯ СРЕДИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

Термин «экстремизм» в буквальном смысле переводится как «приверженность крайним взглядам и мерам». Идеологии, содержащие в себе признаки экстремизма, основаны прежде всего на утверждении превосходства, исключительности одних людей над другими, социальной, расовой, национальной неполноценности другого человека, идеях национальной, религиозной, социальной или расовой вражды и ненависти [3].

В современном российском обществе проблема молодежного экстремизма представляет особую актуальность и практическую значимость. По данным МВД, в прошлом году зафиксирован рост экстремистских проявлений среди молодежи – их зарегистрировано более 1 тыс. [2]. Это говорит о том, что на сегодняшний день пропаганда экстремистских идей среди молодежи существенно возрастет. Каналами призыва к началу активных действий могут быть как отдельные лица (авторитетные лидеры общественных организаций, религиозные наставники и т. д.), так и СМИ, интернет-сайты и сообщества [1].

Мы провели в рамках кафедрального исследования «Проблемы межэтнического взаимодействия и профилактика экстремизма и ксенофобии в молодежной среде муниципального образования г. Краснодар», проводившегося в школах и университетах г. Краснодара, свое исследование. Целью исследования было выявление межнациональной напряженности и экстремистских настроений в среде учащейся молодежи.

В исследовании принимали участие школьники и студенты в возрасте от 15-22 лет. Выборка составила 100 человек, из них половина школьников и половина студентов. Им предоставлялась возможность поучаствовать в анкетировании на предмет отношения молодежи к политике.

Исследование показало, что студенты не очень сильно интересуются политикой. 78 % респондентов ответили на вопрос: «Как ты относишься к политике?» – «иногда интересуюсь, но не сильно», лишь 10% опрошенных «с активным интересом: часто смотришь новости, политические передачи, люблю дискутировать на полити-

ческие темы». В то время как школьники гораздо больше интересуются политикой (28%). Но среди не интересовавшихся политикой гораздо больше школьников, нежели студентов (6% студентов и 14% школьников не интересуются политикой совсем). Такой активный интерес к политике у школьников можно объяснить их любознательностью, желанием изменить мир, а также обсуждением многих политических вопросов на уроках в школе, где учителя выступают источником информации. При этом студенты (46%) меньше, чем школьники (52%) сталкивались с конфликтами на межнациональной почве, выбрав в качестве ответов на вопрос «Как часто среди твоих знакомых бывают конфликты, столкновения на межнациональной почве?» варианты ответов «часто», «время от времени» и «редко», тем самым показывая, что конфликты, пусть и редко, но случаются. Это говорит о межнациональной напряженности в Краснодарском крае, где нередки конфликты и столкновения.

Для того, чтобы выяснить протестные настроения у молодежи, мы задали им следующий вопрос: «Как ты думаешь, мог бы ты лично принять участие в акциях протеста, митингах?» 30% студентов смогли бы лично принять участие в акциях протеста, из них 16% ответили «возможно, при исключительных обстоятельствах» и 14% – «весьма вероятно, что да». Это говорит о среднем уровне протестного потенциала, готовности участвовать в акциях протеста. 30% школьников также смогли бы лично принять участие, из них, ответившие «возможно, при исключительных обстоятельствах» – 20% и 10% – «весьма вероятно, что да». А подтолкнуть к участию в такой акции, на взгляд студентов, в большинстве своем, могли быть действия властей, которые несут ущерб своей стране, обществу (36%); экономические проблемы, снижение уровня жизни (20%) и действия власти, приносящие ущерб твоей нации, религии (12%). Школьники же выбрали в качестве основных побуждающих факторов действия властей, которые несут ущерб своей стране, обществу (42%), коррупция и нечестность власти (26%). На призыв откликнуться к участию в протестной акции студенты в большей степени выбрали друзей (28%), а школьники выбрали помимо друзей (20%) еще и единомышленников по политической партии, движению (14%).

Замечен тот факт, что многие молодые люди неоднократно посещали сайты, содержащие информацию о различных негативных явлениях в обществе, либо содержащие запрещенную информацию. Студенты чаще всего посещали когда-либо сайты эротики (24%), сайты, посвященные национальной вражде, конфликтам (20%) и сайты о бессмысленности жизни, суицидах (20%). Среди школьников выявлена наибольшая посещаемость сайтов о национальной вражде и конфликтах (16%), агрессии против полиции и власти

(16%) и сайтов об употреблении наркотиков (14%). Это говорит о некой заинтересованности многих молодых людей к проблеме межнациональных конфликтов, а также в существовании огромного количества сайтов экстремистской направленности, которые любыми способами побуждают молодежь к конфликтам на межнациональной почве. На наш взгляд, ряд провайдеров и главные хостинг-компании, которые должны блокировать подобные сайты, работают не в полную силу, т.к. молодежь имеет свободный доступ к националистическим и террористическим сайтам, что позволяет наблюдать рост численности агрессивно настроенных молодых людей к представителям других национальностей.

Таким образом, можно заметить определенную закономерность: в настоящее время существует определенная межнациональная напряженность в обществе, а молодежь, как самая уязвимая часть общества, более подвержена проявлением экстремистских настроений. Все дело в том, что молодежная среда в силу максимализма, нетерпимости и агрессивности, эгоцентризма, наиболее быстро и активно накапливает, и реализует негативный протестный потенциал. Можно говорить о том, что молодые люди входят в «группу риска», в которой присутствует подверженность к проявлению экстремистских настроений [4]. Замечен некий парадокс: некоторые молодые люди действительно испытывают неприязнь к представителям других национальностей и даже к некоторым религиям, но при этом не готовы участвовать сами в митингах, либо в межнациональном конфликте. И наоборот: молодые люди, не испытывающие сильной неприязни к другим этносам, при возможности проявили бы активность в участии в таких акциях протеста. Но для того, чтобы не допустить дальнейшего распространения экстремистских проявлений, необходимо осуществлять профилактику экстремизма в молодежной среде.

Важными направлениями профилактики экстремизма среди молодежи, на наш взгляд, могут быть пропаганда гражданско-патриотического воспитания, вовлечение молодежи в научную и инновационную деятельность, проведение молодежных форумов и мероприятий с участием представителей различных национальностей и субкультур, показ телевизионных передач и программ антиэкстремистской направленности. Особое внимание следует уделять мероприятиям, посвященным сближению культур и межнациональным отношениям, которые должны проводиться в школах. Это поможет создать единое информационное пространство для распространения идей толерантности, гражданской солидарности, уважения к другим народам, культурам, религиям.

Список литературы

1. Власов, В. И. Экстремизм: сущность, виды, профилактика. – М. : РАГС, 2002.
2. Городецкая Н. Экстремистские проявления [Электронный ресурс] / Н. Городецкая // Коммерсант.ru. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2698199> (дата обращения: 25.02.2017)
3. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Молодежный экстремизм. Сущность и особенности проявления / Ю. А. Зубок, В. И. Чупров // Социс. – 2008.
4. Клейберг Ю. А., Шогенов М. З. Молодежный экстремизм: опыт социально-психологического исследования личности экстремиста / Ю. А. Клейберг, М. З. Шогенов // Общество и право. – 2011. – № 1.

УДК 14.29.05

А. Ю. Уфандеева, И. Г. Гоношилина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

УЧАСТИЕ МОЛОДЁЖИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНЧЕСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ КАК СПОСОБ ПРОФИЛАКТИКИ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ

В современном обществе государство стремится к повышению среди молодёжи общечеловеческих ценностей, но, к сожалению, мы всё чаще и чаще наблюдаем среди молодёжи всплески девиантного поведения.

Отклоняющееся поведения, как считает М. И. Еникеев, разрастается при таких условиях, как социальная нестабильность общества, обесценивание социальных норм, неудовлетворение базовых потребностей через социально-адаптированные способы, толерантность общества к дефектам социализации [2, с. 80].

Вследствие последних десятилетий, мы можем наблюдать постоянные изменения в системе образования. Эти изменения имеют неустойчивый характер, что наносит существенный ущерб в общественном сознании. Постоянные изменения приводят не только к «разрушению» общепринятых нравственных догм, но и к деформации культурного образования студентов и преподавателей.

Неустойчивая система образования повлияла так же и на само определение того, что же такое «воспитательная работа». Воспитательная работа должна воспитывать, контролировать общество, но сейчас же она больше играет социализаторскую функцию. То есть меняется и воспитательная работа в ВУЗе, она больше носит индивидуальный подход, когда должна выполнять функцию контроля.

Чтобы это изменить нужна совершенно новая техника воспитания, основанная, в первую очередь, на методике И. П. Иванова, принципе четырёх КТД (коллективно-творческих дел): сам придумал; сам организовал; сам провел; сам проанализировал, которые, прежде всего, развивают в КАЖДОМ самообучение, саморазвитие и самовоспитание. Данное правило всё чаще стало применяться в современных ВУЗовских объединениях. Так, например, студенческое самоуправление мордовского государственного университета (МГУ им. Н. П. Огарёва) строится по принципу «4 сами».

Студенческое объединение – объединение студентов, благодаря которому происходит совместное решение различного ряда вопросов, с целью улучшения качества студенческой жизни. Через ВУЗовские объединения студенты имеют полное право принимать участие в улучшении жизни университета, а также использовать его возможности для своей самореализации и будущего развития [5].

На современном этапе объединения на базе университета являются одной из самых важных форм вненаучного воспитания. Они вмещают в себя общественные объединения, которые объединяют людей не только по одинаковым интересам, но и идеологиям. Это могут быть студенческие профкомы, студенческие советы, старостаты, профессиональные союзы, научные общества, спортивные и творческие коллективы.

Сейчас многие говорят, что у современного поколения присутствует тенденция чувства эгоцентризма, но если принять во внимание стремление студентов объединяться, то можно смело назвать это мифом. Миф о молодёжном эгоцентризме можно смело опровергнуть развитием студенческих объединений.

Например, в Северо-Кавказском федеральном университете существует огромное количество разнообразных студенческих объединений, которые не только помогают студентам дополнить свои профессиональные навыки (отряды педагогики – «Классики», «Старт», «Идея»), но и прививают студентам такие понятия как творческий коллективизм и учат их уважительному отношению не только к своему труду, но и к чужому (отряды строителей – «Квадр», «Союз молодых строителей», «Энергетик», «Ставропольские огни», «Ставрополь 2013») [4].

Так же среди отрядов в СКФУ популярны и другие отряды – «Поддержка», «Поиск», «Волна СКФУ», «Добровольная пожарная дружина», «Хорошее настроение», «Особый взгляд», «Студенческий экологический отряд».

В их обязанности входят:

- работа с детьми из учреждений интернатного типа, многодетными и социально неблагополучными семьями;
- работа с престарелыми людьми, ветеранами ВОВ и воспитание у молодежи гражданско-патриотического настроя;
- работа с людьми, имеющими ограниченные возможности здоровья и адресная помощь гражданам, попавшим в трудные жизненные ситуации;
- работа в научной и экологической жизни города;
- проведение культурно-массовых мероприятий;
- организация благотворительности [4].

Студенческая работа данного учебного заведения может служить очень положительным примером для работы студентов других ВУЗов. Такие добровольные отряды помогают не только социализироваться в студенческой среде, но и развивают в молодёжи нравственные качества, чувство взаимопомощи. Так же было замечено, что «деятельность волонтеров влечет за собой изменение мотивационной сферы молодого человека, способствует уважению и воспитанию к общественной деятельности, выработке умения планировать свое время» [4].

В Ульяновской области в настоящее время функционирует «109 различных объединений студенческого самоуправления, в состав которых входит более пяти тысяч студентов». Благодаря деятельности таких объединений, формируется деятельность 26 тысяч человек. «В системе студенческого самоуправления УлГПУ действуют сорок направлений, среди которых студенческий пресс-центр, добровольчество, гражданско-патриотический сектор, студенческий профсоюзный комитет, спортивный сектор и сектор творчества».

В современном мире проблема девиантного поведения среди молодёжи в большей степени решается социальной активностью. Когда человек чувствует себя частью чего-то, какого-то общего дела, он меняется, у него появляется ответственность за это дело перед другими, за то, что ему действительно интересно. И это очень важно, так как только благодаря студенческой инициативе в ВУЗах, мы можем регулировать проблемы в образовательной системе.

Когда даже понятие «преподаватель» в понимании студента потерпело деформацию, сейчас, по мнению большинства студентов, преподаватель играет роль, того, кто даёт знания, когда раньше это его считали наставником. Для того, чтобы достичь полного взаи-

мопонимания нужно, чтобы студент и преподаватель были тесно взаимосвязаны, стали соучастниками общего дела. Но как это сделать в современном образовательной нестабильности? Например, в Казанском педагогическом университете действует принцип соуправления. «Под соуправлением (СОУ) следует понимать деятельное, добровольное участие студентов в разработке задач, касающихся организации всех сторон жизнедеятельности учебного заведения (учебного процессов, производственной практики, досуговой деятельности, НИРС, трудовой деятельности и т. д.) при тесном взаимодействии с преподавателями как наставниками в их решении» [1, 92 с]. Данное понятие «соуправление», хорошо регламентирует деятельность студента и преподавателя, тем самым, студент сам проявляет инициативу, чувствуя себя частью общего дела.

В настоящее время, к сожалению, проблема девиантного поведения всё же присутствует, но как выяснилось, она легко решается при помощи приобщения девианта к какому-то общему делу, к смене социального окружения. И в решении этой проблемы на базе университетов огромное значение играют студенческие объединения – «это такое братство молодых людей, которые друг друга поддерживают и защищают. Они позволяют тебе гораздо быстрее и легче преодолеть сложные жизненные пути становления молодого человека». Общество, близкие люди и их поддержка – вот что является самым важным инструментом в решении девиантного поведения [3].

Список литературы

1. Воспитательная работа в современном педвузе : методическое пособие / под ред. З. Г. Нигматова. – Казань : КГПУ, 1999. – С. 92.
2. Еникеев М. И. Психологический энциклопедический словарь / М. И. Еникеев // М. И. Еникеев. – М. : 2009. – С. 560.
3. Киселёв М. Студенческий отряд – лучшая школа жизни! [Электронный ресурс] / М. Киселёв // Общероссийский молодёжный журнал «Наша молодёжь». – 2016. – Режим доступа: <http://nasha-molodezh.ru/society/mihail-kiselyov-studencheskiy-otryad-luchshaya-shkola-zhizni.html>.
4. Кочерыгин М. И. Ассоциация молодёжных объединений как форма профессионального становления студентов / М. И. Кочерыгин // Теория и практика общественного развития. – – 2014. – Вып. № 6. – С. 68-71.
5. Официальный сайт Поволжского государственного технологического университета [Электронный ресурс]. – <https://www.volga-tech.net/students/student-associations/>.

С. В. Цыганова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

**СИМВОЛИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ
СРЕДИ МОЛОДЕЖИ**

В условиях рыночной экономики поддержание конкурентоспособности города становится приоритетной задачей. Для успешного функционирования городу требуются как финансовые инвестиции, так и человеческие ресурсы. Особо важной категорией является молодежь, которая формирует фундамент для перспективного развития города. Именно поэтому важно заниматься формированием привлекательного для молодого поколения имиджа территории.

Цель данной работы: определить роль символического капитала в формировании привлекательного имиджа территории. *Эмпирическая база работы* – исследование «Дома молодежных организаций Шанс» методом анкетного опроса: «Патриотические настроения молодежи», выборка – 500 человек, а также качественное исследование методом интервью, выполненное студентами УлГТУ: «Деятельность регионального отделения Всероссийской организации охраны памятников истории и культуры по защите исторического облика Ульяновска», выборка – 100 человек. *Теоретическую базу работы* составляет ряд научных работ, авторы которых занимались разными проблемами в области имиджа территории. К теоретическим и практическим аспектам маркетинга и имиджа территории обращались такие исследователи как Д. В. Визгалов, А. П. Панкрухин, И. С. Важенина, Н. Я. Калюжнова, Е. З. Яшина. Несмотря на большое внимание исследователей к вопросам имиджа территории, к проблемам создания эффективного бренда города, тема влияния различных символов на повышение имиджевой привлекательности города остается малоизученной.

Молодежь – это та возрастная группа, которая часто является противником консерватизма и застоя и стремится сгенерировать и внедрить что-то новое, и что немаловажно она обладает огромным интеллектуальным потенциалом. Это движущая сила, которая способствует развитию отдельных организаций и территориальных субъектов. Для снижения градуса миграционных установок молодежи необходимо формирование городской идентичности. По результатам исследования «Патриотические настроения молодежи»

чувство гордости за свою страну у молодежи вызывает: история страны – 62%, природные богатства – 39%, культурное наследие – 36%. Однако, когда вопрос встает о городе, мнение координально меняется: по результатам проведенного интервью молодежь города Ульяновска не проявляет большого интереса к историческим местам и памятникам. Это может быть связано с тем, что молодое поколение хорошо знает историю страны, но с историей родного региона знакомы плохо. В современном мире историко-культурное наследие выполняет важную функцию формирования и сохранения идентичности, выступает в качестве фактора поддержания стабильности в отдельно взятом регионе и мире в целом. [4, с. 120] Поэтому важно заниматься формированием интереса молодежи к истории города, его культурному наследию.

Визгалов В.Д. отмечает, что имидж города представляет собой «существующую в сознании совокупность устойчивых (но необязательно системных и верных) представлений о территории». [2, с. 49] На формирование положительного имиджа территории оказывает влияние множества факторов, наиболее важные для нашего внимания это историческое прошлое и впечатление, производимое городом. Одним из культурных проявлений имиджа является его символическая природа. Любое территориальное образование имеет уникальные знаки-символы, которые можно эффективно использовать для создания отличного от соседних городов образа. Символы как вербальные и невербальные способы восприятия мира являются основой имиджа. В подтверждение этого можно привести информацию, полученную в результате качественного исследования исторического наследия Ульяновска: респонденты испытывают отрицательные эмоции к слову «провинциальный». В это понятие молодежь сегодня вкладывается значение отсталости и серости. Для формирования положительного образа территории важно использовать символы, которые позитивно воспринимаются населением, те символы, с которыми они хотели бы ассоциировать свой родной город и себя.

Для современной России характерно, что символические стратегии элит по большей части направлены на продвижение имиджей регионов вовне [1, с.133]. Для поддержания позитивного имиджа во внешней среде, необходимо формировать привлекательный образ, в первую очередь, среди населения города. Положительный имидж сплачивает жителей одной идеей и влияет на городскую идентичность, именно это делает его необходимостью. К тому же население является самым крупным, в некоторой степени неконтролируемым, информатором о реальной внутренней организации территории.

Восприятие имиджа среди разных групп населения различается в зависимости от ценностей, приоритетов и установок. В молодежной среде часто появляются различные знаки и символы, которые позволяют им ориентироваться в отношениях по модели «свои-чужие». Это относится к внешнему виду, одежде, стилю общения и прочему. Весь смысл образования и поддержания знаково-символических систем в обществе состоит в том, чтобы выделять «своих» и поддерживать их идентичность, когда этому препятствует внешнее давление. [3, с. 210] Символы несут в себе сложную, сконцентрированную информацию для тех, кто в состоянии её прочесть. Для формирования положительного имиджа города можно использовать имеющийся символический капитал территории. Он может включать в себя архитектуру города, его историю, местный колорит, язык, на котором говорят жители, их привычки, менталитет. На этом можно строить различные событийные, культурные, даже экономические проекты.

Одна из причин использования символического капитала для формирования имиджа заключается в том, что существует неразрывная связь между памятниками, легендами или архитектурой территории и её историческим прошлым. Население, так или иначе, знакомится с историей города, в его сознании содержится определенный образ территории. И при формировании, корректировке существующего имиджа не нужно будет разрушать старый образ, использование знакомых символов не вызовет диссонанса между существующим образом в сознании людей и новым, необходимым для продвижения и развития территории. К тому же установленные современные памятники в России часто вызывают отрицательные эмоции у жителей, так как не имеют связи с важными историческими событиями или личностями. Например, в Ульяновске такие памятники, как буквы «Ё» и ветровой орган, вызывают у горожан неприязнь и раздражение. По их мнению, необходимо вести постоянную работу по реконструкции старинных, действительно стоящих внимания построек и сооружений.

В заключение следует отметить, что для создания положительно имиджа территории среди молодежи будет эффективно использовать разнообразные знаки-символы. Но для этого, в первую очередь, нужно актуализировать символический капитал территории не только в сознании молодежи, но и всего населения территории. Беря во внимание поведенческие и ценностные установки молодежи, нужно синтезировать исторические символы и современные формы коммуникаций и искусства. На основе всем известных символов создавать интересные для молодого поколения собы-

тия. Не противопоставлять старое и новое, а создавать что-то уникальное на их основе, не обострять извечный конфликт отцов и детей, а объединять их общей идеей.

Список литературы

1. Абалмасова Н. Е. Технологии «Symbolic management» в российской региональной политике / Н. Е. Абалмасова // Вестник ВолГУ. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. – 2012. – № 1. – С. 132-137.
2. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Фонд «Институт экономики города», 2008. – 110 с.
3. Луков В. А. Знаки и символы молодежи / В. А. Луков // Знание. Понимание. Умение. – № 3. – С. 209-211.
4. Сибирцева Ю. А., Кильдяшова Т. А. Культурные ресурсы территории: стратегии развития / Ю. А. Сибирцева, Т. А. Кильдяшева // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – № 2. – С.120-124.

УДК 316.4

А. М. Четин

Ульяновск, Ульяновский филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы

МОЛОДЁЖНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Сегодня присутствие в общественно-политической сфере достаточно большого разнообразия молодежных объединений воспринимается современным российским обществом как естественная и неотъемлемая составляющая мира политики в целом. В современной России молодёжь испытывает комплекс различных влияний общества, государства, СМИ, социальных сетей и др.

Молодёжное общественное движение на современном этапе можно характеризовать как разноплановое, вариативное по направленности деятельности: профессиональное, творческое, спортивное, экологическое, добровольческое и т. д. Деятельность большинства организаций подчинена решению конкретных проблем общества и молодёжи. Многие из них реализуют программы по созданию и развитию спорта, молодёжного предпринимательства, выявлению

и поддержке молодых талантов. Сегодня именно молодежные общественные объединения в силу их самостоятельности, организационного и лидерского потенциала, а также присущей им роли центров молодежного объединения обладают наибольшими шансами занятия общественно-значимой ниши в жизни российского общества [1].

Самодетельные молодежные политические организации представляют собой более динамичные структуры и обладают большей привлекательностью для молодежи, в первую очередь, из-за того, что их рядовые участники и лидеры по возрасту и интересам не отличаются от основной массы молодежи и легко могут находить общий язык со сверстниками. В современной науке имеется многообразие классификаций молодёжных общественно-политических движений по различным основаниям. О. Э. Сироткин использует формальность или неформальность структуры молодежной организации как основания для их типологизации. Г. А. Лукс использует оценочную классификацию молодёжных движений. В ней молодёжные движения выступают субъектами молодёжной политики, и ученый подразделяет их на «социально-положительные, социально-нейтральные и асоциальные».

Нужно отметить, что в наше время активно действуют молодёжные организации, образованные при учебных заведениях. Это не только студенческие советы, но и различные медиа-центры, добровольческие и спортивные объединения. Именно они дают молодёжи место для встреч, где они знакомятся, делятся мнениями, заводят друзей и, тем самым, учатся понимать друг друга, строить отношения, узнавать что-то новое о самих себе. Среди таких стоит назвать ФАДМ «Росмолодёжь», НОД «Волонтёры Победы», «Российские Студенческие Отряды», патриотические акции, форумы, семинары. Затрагивая научную сторону этого вопроса, стоит отметить, что многие ученые проводили в своих исследованиях опросы среди молодежи, чтобы узнать их мнение о различных объединениях. Опросы показали, что молодёжь очень часто не осведомлена о проводимых мероприятиях и акциях в их городе. В этой связи может быть несколько причин: слабая информационная деятельность организаторов мероприятия, формальность в разработке программы, слабость молодёжной политики в городе и др. С другой стороны, молодые люди испытывают потребность участия в общественной деятельности [2].

Итак, существует достаточное количество мест, где молодёжь может найти и применить себя. Объединения дают много полезного и развивают многие аспекты их жизни, необходимо задуматься над тем, чтобы каждый нашел то, что ему по душе.

Список литературы

1. Шуякова Е. Н. Молодёжные объединения России в общественно-политическом измерении / Е. Н. Шуякова // Гуманитарные и социальные науки. – 2012. – № 2. – С. 30-46.
2. Яковлева Т. Н. Молодёжные общественные объединения в современной России: анализ социологических исследований / Т. Н. Яковлева, Ю. Г. Миронова // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2013. – № 3 (36). – С.156-165.

УДК 317.752

Д. И. Чичкин, О. В. Шиняева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЁЖИ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Сущностные изменения социально-экономических, политических и духовно-культурных сфер жизни, происходящие в российском обществе, требуют от молодежи принятия новых образцов поведения, ценностей, установок, ориентаций [3, с. 180]. Актуальность темы заключается в том, что уровень политической активности молодежи – один из важнейших показателей развития общества и политической культуры. Этой возрастной категории присущи особые черты поведения, мышления и мировоззрения. Молодежь, уровень ее профессиональных навыков и знаний, духовно-нравственные качества, уровень политической культуры во многом определяют перспективы развития российского общества [1].

Цель статьи – выявить факторы, влияющие на формирование социально-политических ценностей молодежи. Для реализации цели был осуществлен анализ результатов ранее проводимых социологических исследований.

Социологи выяснили, что молодежь обладает как политическими знаниями, так и социально-политическими ценностями, установками, большая часть молодых людей осознанно причисляет себя к патриотам страны, воспринимая реальный смысл понятия «патриот». Но вместе с тем молодежь политически неактивна, что говорит о неустойчивом состоянии системы ценностей данной социальной группы.

В соответствии с данными опроса, проводимого Фондом Общественного мнения среди молодёжи, чаще всего молодым людям свойственны патерналистские убеждения: среди всех опрошенных такой ответ дали 28% (среди 17-23-летних – 35%). Либеральных взглядов придерживаются 20% участников опроса (в студенческой среде – 33%). Консерваторами назвали себя 13%, анархистами – 2% опрошенных [2]. Впрочем, ответы на дальнейшие вопросы о ценностных установках показывают, что цельной и последовательной системы взглядов за этой самоидентификацией нет.

Отвечая на вопрос о том, в правильном ли направлении движется сейчас Россия, большинство (69%) ответило положительно. Разница в условных возрастных группах минимальна и составила от 67% до 72%.

Опрос показал, что известные на всю страну люди не способны стать моральным авторитетом для большинства современных молодых людей. На вопрос «Среди известных людей – деятелей культуры, ученых, политиков, спортсменов – есть ли кто-либо, кто является для вас моральным авторитетом, или таких людей нет? – 66% ответило «нет». Среди 17-23-летних, независимо от образования, – процент нигилистов самый высокий – 71%; среди 24-28-летних – 67%, 29-34-летние также отрицают роль авторитетов (2%).

В числе тех, кто все-таки нашел себе известный моральный авторитет, устойчивая группа (11%) называет президента РФ Владимира Путина, далее с почти четырехкратным отрывом следуют лидер ЛДПР Владимир Жириновский и глава МИД РФ Сергей Лавров – по 3%. Ниже в рейтинге расположились российский спортсмен Федор Емельяненко и Министр обороны РФ Сергей Шойгу – по 2%. Далее идут премьер-министр РФ Дмитрий Медведев, журналист Владимир Соловьев, кинорежиссер Никита Михалков, телеведущий Владимир Познер, глава Чеченской Республики Рамзан Кадыров, бывший постпред РФ при ООН Виталий Чуркин.

Одним из важных показателей активности молодёжи в политической сфере является готовность лично участвовать в социально-политической деятельности. Согласно данным опроса Фонда «Общественное мнение», на вопрос о возможности участия в деятельности какой-либо политической организации утвердительно ответили 16% респондентов в возрасте 18-25 лет, отрицательно – 74%, затруднились ответить – 10% [2].

Сравнивая результаты разных исследований, можно сделать вывод о том, что социально-политические ценности молодёжи российских регионов практически совпадают, как и уровень активности в политической жизни общества. В соответствии с исследованиями,

проводимыми в Вологодской области, структура доверия молодёжи основным государственным и общественным институтам в целом высока. Наиболее высоким уровнем доверия обладает Президент (58%). Высок удельный вес молодых людей, не симпатизирующих ни одной из действующих партий – 38% среди молодёжи; причём, наблюдаются быстрые темпы прироста подобных оценок [4, с. 27].

Проведённый опрос молодёжи в Астрахани показал, что молодые люди отдадут своей социальной группе довольно важную роль в политической жизни страны.

На основании результатов исследования были предложены следующие рекомендации формирования социально-политических ценностей молодёжи.

1. Изучение общественного мнения молодежи должно стать неотъемлемой частью и инструментом государственного управления. Необходимо регулярное изучение ценностей молодежной социальной группы с помощью социологических замеров или мониторинга с последующим учетом их в процессе выработки и принятия политического решения.

2. Необходимо как можно чаще включать молодое поколение в политический процесс. Это станет возможным, если государственная молодежная политика будет направлена на активизацию молодого поколения во всех сферах жизни общества. В этой связи необходимо преодолевать состояние политической отчужденности молодого поколения, при котором политическая сфера превращается в нечто независимое от молодежи, а иногда и противостоящее ей.

3. Для того, чтобы успешно реализовать систему мероприятий по работе с молодым поколением, необходимо повышать морально-нравственный уровень политической элиты, ее ответственность за общество и его будущее.

Список литературы

1. Алешина Е. А. Политическая культура студенческой молодежи современного российского общества: состояние, тенденции, пути формирования. [Электронный ресурс] / Е. А. Алешина // disserCat – электронная библиотека диссертаций. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/search> (дата обращения: 24.05.17).

2. Интерес молодежи к политике [Электронный ресурс] // Фонд общественного мнения. – Режим доступа: <http://fom.ru/Politika#page=2> (дата обращения: 27.05.17).

3. Морев М. В. Актуальность социологического знания на современном этапе развития российского общества / М. В. Морев //

Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2014. – № 4. – С. 171-182.

4. Тощенко Ж. Т. Новые лики деятельности: имитация / Ж. Т. Тощенко // Социологические исследования. – 2012. – № 12. – С. 25-42.

Раздел 2: Молодежные инициативы и предпочтения в сфере образования, науки и культуры

УДК 37.035.6

Ю. А. Абрамова, Е. Р. Ахметшина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ В ВУЗЕ

Необходимость рассмотрения поставленной темы продиктована ростом отклоняющегося поведения среди лиц различных социальных и демографических групп. Особенно трудно в этот период оказалось подросткам и студенческой молодежи.

Этим и объясняется *актуальность* исследования толерантности студенческой молодежи на теоретическом и эмпирическом уровнях, анализа социальных и культурных предпосылок и факторов толерантности.

Целью является *выяснение* роли молодежных объединений в формировании межкультурной толерантности в вузе.

Важную роль в формировании толерантности у молодежи играют высшие учебные заведения, которые призваны создать социокультурную среду, оказывающую непосредственное воздействие на формирование личностных черт и установок поведения студентов, будущих специалистов.

В современном мире студенчество демонстрирует развитие личностного потенциала, профессионализма и возможности решать задачи любого уровня. Поэтому наиболее значимой становится работа по распространению идей толерантности среди студенчества, как наиболее активной социальной группы, призванной в дальнейшем устанавливать диалогические связи между разными народами и культурами [2, с. 357].

Воспитание толерантности у студентов напрямую связано с разрешением проблем нацизма, ксенофобии и религиозных конфликтов. Необходимость рассмотрения этой темы продиктована рядом обстоятельств, касающихся проявлений толерантности и терпимости в условиях роста социального разнообразия в России.

В конце 2016 года нами было проведено исследование уровня межкультурной толерантности студенческой молодежи Ульяновска (выборка – 500 человек). Проведение собственного прикладного социологического исследования позволило изучить уровень толерантности студенческой молодежи ульяновских вузов, обозначить основные проблемы и предложить пути формирования взаимной терпимости молодых людей к иной культуре.

С возрастом и развитием этнической идентичности у респондентов отмечается сдвиг к «внутригрупповой ориентации». Так, всего 3% студентов в возрасте 18-19 лет ответили, что для них не имеет значение национальность при знакомстве, в то время как для 29% молодых людей в возрасте 22-23 лет сказали, что имеет значение данный факт в выборе нового знакомого. Можно отметить тенденцию, что чем старше становится человек, тем все острее он чувствует необходимость общения с людьми своей национальности и уже все реже допускает в круг своих близких друзей представителей других национальностей.

По результатам проведенного исследования 85% студентов имеют друзей другой национальности, таким образом, находясь в полиэтнической среде. Больше всего студентов, имеющих друзей другой национальности, оказалось в Ульяновском государственном техническом университете (92%).

Несмотря на это, результаты анкетирования показывают, что более трети участников исследования (38%) испытывают дискомфорт, общаясь с представителями других национальностей, что является последствием современной обстановки в стране и мире, отражает реакцию общественного сознания на процесс нарастания агрессивности на всех уровнях человеческого бытия.

Следует заметить, что наибольший дискомфорт в общении испытывают молодые люди, исповедующие христианство (50%), чуть меньше – ислам (33%) и буддизм (8%).

Однако, среди опрошенных молодых людей, наибольшее количество (26%) оценило уровень своей религиозности критерием безразличия, чуть меньше (20%) осознают себя убежденными атеистами, но 19% респондентов все же считают себя верующими людьми, 18% – верят и четко соблюдают все обряды своей религии, а 17% – допускают существование Высших сил.

Это свидетельствует о том, что личностная и этническая толерантность студенческой молодежи не зависит напрямую от вероисповедания и уровня религиозности.

Рассмотрев окружения респондентов, как возможного фактора формирования личностной и этнической толерантности, мы выяснили, что окружение большинства опрошенных примерно поровну людей своей и другой национальности (27%), 10% – не имеют возможности общаться с людьми своей национальности, 25% – общаются практически только людьми другой национальности, 23% окружены людьми своей национальности, а 15% – частично.

Необходимо подчеркнуть, что в жизни многих респондентов бывали такие случаи, когда они высказывали свое недовольство в адрес представителей другой национальности, и при этом принимали в свой адрес негатив со стороны так называемых «чужих».

Это факт означает, что, несмотря на то что в регионе сложились достаточно толерантные отношения между этносами, нужно учитывать факт вероятного межкультурного конфликта.

Как показывают результаты опроса, довольно часто случаи, когда респондент открыто высказывал свое недовольство каким – либо народом, в основном случались у молодых людей, обучающихся в УлГТУ и УлГУ (25% и 23% соответственно), что обусловлено большим количеством иностранных студентов.

Также многие респонденты отметили, что гости ведут себя неподобающим образом и, именно поэтому среди студенческой молодежи часто происходят стычки на основе национальной принадлежности.

Исходя из результатов исследования, мы пришли к выводу, что умение подавить негативные эмоции, проявить терпимость присуще не всем и не в равной степени – она приобретается через информацию, воспитание и личный жизненный опыт.

Итак, для формирования толерантности студенчества к иной культуре необходимо не только пропагандировать идею толерантного отношения, но и поднимать общий уровень культуры студентов. Решить эти вопросы под силу как отделам по работе с иностранными студентами, кафедрам, так и различным органам студенческого самоуправления. К сверстникам, как доказывает имеющийся опыт, студенты прислушаются быстрее, чем к представителям старшего поколения. Верный способ установления толерантных отношений – совместная деятельность. В этом смысле волонтерские команды, строительные отряды, творческие объединения способны сделать гораздо больше, чем информационно-просветительская деятельность.

Также возможно проведение конкурсных программ среди молодежи региона с целью развития их творческого потенциала и нового ценностного ряда, куда бы входила толерантность.

Еще одним пунктом можно отметить совместное проведение мероприятий, возможно выездных в районы, с органами власти для расширения географии этнокультурной деятельности.

Организация и проведение выставок, конкурсов «Кухни народов мира», презентация национальных костюмов и т. д., проведение фестивалей народных культур, организация национальными центрами специализированных акций по пропаганде национальной культуры и языка среди представителей других культур, создание собственных студий, целью которых является создание фильмов и мультфильмов, способствующих воспитанию толерантности.

Список литературы

1. Бондарева Ю. М., Кадацких И. Ю. Особенности конфликтного поведения современной студенческой молодежи / Ю. М. Бондарева, И. Ю. Кадацких // Территория науки. – 2015. – № 3. – С. 26-29.

2. Карпенко, О. Как эксперты производят «этнофобию» / О. Карпенко // Расизм в языке социальных наук. – СПб. : Алетейя, 2002. – С. 36-70.

3. Клесова С. В. Воспитание толерантности у студенческой молодежи / С. В. Клесова // Молодой ученый. – 2012. – № 4. – С. 357-359.

УДК 371.3

Л. Р. Бахтиева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

МОТИВАЦИЯ УЧАЩИХСЯ ЛИЦЕЙСКИХ КЛАССОВ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: СОЗИДАТЕЛЬНЫЙ ИЛИ РАЗРУШИТЕЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР

Проблема мотивации с каждым годом все больше привлекает внимание научной мысли. Это обусловлено тем, что она определяет направленность личности человека, наличие или отсутствие у него общественной активности, словом, все, что характеризует целостный облик человека. Мотивация обучения в определенном учебном

заведении, непосредственно связанная с формированием внутренней заинтересованности учащихся в учении, получении определенных навыков. Чтобы выявить мотивацию учащихся обучения в лицейских классах, мы рассмотрим следующие показатели: мотивы обучения в лицее, отношение к профилю обучения, удовлетворенность качеством обучения в лицее и приверженность лицее.

Цель статьи — определить влияние мотивации на учащихся лицейских классов. Методом сбора эмпирической информации был выбран анкетный опрос. Мотивационная сфера личности проявляется в учебном процессе через совокупность различных побуждений: мотивов, потребностей, интересов, целей, установок, обуславливающих проявление учебной активности и стремление участвовать в школьной жизни. Внутренняя мотивация важна, чтобы процесс формирования познавательной активности лицеистов проходил успешно [1, с. 30].

Мотивы деятельности, по словам А. Н. Леонтьева, «это многогранное понятие, включающее в себя: потребности, установки, интерес, привычки, побуждения, желания, склонности, влечения» [2, с. 3].

Для того чтобы выявить, как мотивация влияет на учебную деятельность нами было проведено социологическое исследование «Влияние обучения в лицее на личностное и учебно-профессиональное развитие учащихся». Мы опросили лицеистов всех профилей обучения, лицеев при техническом университете Ульяновска.

Нами было выявлено, что наиболее проявляемые мотивы — профессионально-ценностные, 78% респондентов согласились с тем, что учатся для того, чтобы подготовиться к будущей профессии; затем идет познавательный мотив — учусь потому, что на уроках интересно 60% и замыкает тройку узкопрактические мотивы — учусь потому, что хочу получать хорошие отметки 49%. Это говорит о том, что основные мотивы лицеистов связаны с желанием в будущем стать хорошим специалистом в своей области и со стремлением к саморазвитию.

Лицейское образование углубленное, поскольку готовит непосредственно к поступлению ВУЗ, также лицеи обычно ориентированы на определенную специализацию. Лицеисты отмечали свой профиль обучения: физико-математический, информационно-технологический, социально-гуманитарный. В ходе анализа было выявлено, что большей части респондентов нравится их профиль обучения (36% — очень нравится, 47% — скорее нравится), и малая доля учащихся ответила отрицательно. Профильное обучение позволяет более полно учитывать интересы и способности учащихся, создавать условия для обучения в соответствии с их профессиональными

интересами. Полученные результаты свидетельствуют о том, что ожидания учащихся при поступлении на определенный профиль подготовки соответствуют выстроенному в лицее учебному плану и учитывает интересы учеников.

Таким образом, непрерывное образование в системе лицей – ВУЗ способствует более успешному переходу от среднего образования к высшему. Лицейское образование предлагает углубленное изучение профильных предметов. Также в лицее создаются условия для саморазвития, получения навыков научно-исследовательской работы, проектной деятельности. Именно это способствует приходу учащихся в лицей. Стоит отметить, что самые распространенные мотивы – это подготовка к профессии, интерес на уроках и хорошие отметки, которые характеризуют лицеистов высокой познавательной активностью. Это позволяет говорить о том, что учащиеся разделяют современные ценности в сфере образования. Именно на таких представителях учащейся молодежи необходимо сконцентрировать деятельность по привлечению в лицей талантливой и успешной молодежи.

Список литературы

1. Маркова А. К. Формирование мотивации учения / А. К. Маркова. — М., 2003. — 230 с.
2. Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы, эмоции / А. Н. Леонтьев. — М., 2005. — 178 с.

УДК 37.371

Д. А. Беликова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ОБУЧЕНИЕ В ЛИЦЕЕ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ МОДЕРНИЗАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ ПОДРОСТКОВ

Изменение содержания профессий, развитие рынка труда в новых экономических и социокультурных условиях актуализировали внимание науки и практики к проблемам довузовской профессиональной подготовки молодежи. Исторически сложившейся формой такой подготовки являются лицей.

Внедрение новых технологий, информатизация и автоматизация производства вносят изменения в профессиональный труд: от работников требуется умение ориентироваться в информационном пространстве, творчески мыслить, принимать правильные решения и нести за них ответственность. Многие зависят от успешного вхождения учащихся в мир профессионального труда, предполагающего умение свободно ориентироваться и осознанно принимать решения относительно выбора профессионального будущего, с учетом постоянно меняющихся социально-экономических условий.

Процесс обучения в лицее ориентирован на учебно-профессиональное становление и личностное развитие учащихся, под которыми понимается сложный диалектический процесс формирования системы отношений к будущему профилю обучения и к самому себе [1].

Целью статьи является – изучить влияние обучения в лицее на формирование модернизационных ценностей подростков. Существует множество подходов к определению «модернизационные ценности».

Под модернизационными ценностями в научной литературе, посвященной проблемам экономического развития, постсоветской трансформации, модернизации разных типов общества, понимают такие ценности, как открытость инновациям, стремление к саморазвитию и самореализации, гармоничное соединение заботы о человеке (обществе) и бережное отношение к окружающей среде. По мнению зарубежных и русскоязычных авторов, работающих по данной проблеме, эти ценности, будучи массовыми, могут существенно ускорить социально-экономическое развитие страны и реализовать его более эффективно, с меньшими издержками за счет формирования типа личности специалиста, ориентированного на инновации и модернизацию. Вслед за изменением условий жизни меняются ценности всех поколений, однако наиболее сильно эти изменения, как правило, проявляются среди молодежи [2],

Модернизационные ценности, называемые Ш. Шварцем «ценностями роста», объединяют, с одной стороны, ценностную ориентацию на новизну и риск, а с другой – заботу о других людях и о природе. В странах с более высокими показателями экономического развития доля населения, у которого выражен такой ценностный комплекс, сравнительно выше, чем в постсоветских странах [3].

Предложенная А. Инкельсом модель современной личности включает следующие значимые черты: открытость экспериментам, инновациям, изменениям; готовность к плюрализму мнений, признание существования разных точек зрения без опасения изменения

собственного видения мира; ориентация на настоящее и будущее, а не на прошлое; уверенность и способность в преодолении создаваемых жизнью препятствий; планирование будущих действий для достижения целей как в общественной, так и в личной жизни; чувство справедливости, основанное на уверенности в зависимости вознаграждения от вклада и мастерства; высокая ценность образования и обучения; уважение достоинства других вне зависимости от статусной позиции. «Этот тип личности – своего рода культурный эталон, образец «модерного» общества, в отличие от «традиционного» [4].

Другой существенный вывод, сделанный Инкельсом и Смитом, заключается в том, что «модернизм» человека можно считать необходимым условием его успешного функционирования в современной цивилизации».

Самореализация, готовность оптимизировать окружающую социальную среду, высокая территориальная, трудовая и социальная мобильность – вот основной модернизационный потенциал молодежи, который может принести свои плоды в социальной сфере и экономике в ближайшее время [5].

Социальными и культурными индикаторами уровня модернизационного потенциала молодежи в обществе являются здоровье, профессионально-образовательные способности, включенность в информационно-коммуникационную среду, культурно-нравственные ценности, социальная активность и ответственность, степень гражданской включенности в жизнь страны, уровень интеграции в социум, открытость к инновациям, мобильность (социальная, трудовая, профессиональная, региональная и межрегиональная) [6].

Особая роль для решения данной задачи отводится таким общеобразовательным учебным учреждениям, как лицеи, имеющим необходимый кадровый, научно-методический, материально-технический и информационно-технологический потенциал.

Эмпирическим объектом статьи стал лицей при Ульяновском государственном техническом университете. По данным исследования, проводимым в лицеях при УлГТУ, за время обучения в лицее у подавляющего большинства лицеистов произошли следующие позитивные изменения личности: ориентация на конечный результат, много новых друзей, лучше узнал себя (69-70%); у каждого второго появились навыки самоорганизации расширения кругозора (50-54%), что является важным фактором в работе. Большинство учащихся лицея (85%) собирается после окончания учебы поступать в вуз, руководствуясь потребностью в качественном образовании (74%) и желанием начать самостоятельную жизнь (39%).

Такая готовность говорит о стремлении молодёжи к образованию и самореализации. Лицей отличается от общеобразовательной школы тем, что склоняет учащихся более углубленно заниматься в отдельных направлениях. Познавательный интерес во всех его многомерных проявлениях можно рассматривать как неотъемлемый элемент развивающего обучения. Исследование показывает, что учеба в лицее – это тяжелый труд: 44% респондентов испытывают сложности в физике, 41% респондентов – сложности в математике; 32% – по химии; 23% – по литературе и русскому языку.

Данная статистика, показывает, что обучение в лицее вносит изменения в формирование личности подростка; развивает нужные компетенции, которые помогут ученику в будущем быстрее адаптироваться к новым профессиональным условиям; и непосредственно влияет на формирование модернизационных ценностей лицеиста.

Список литературы

1. Инглхарт, Р. Модернизация, культурные ценности и демократия: последовательность человеческого развития / Р. Инглхарт, К. Вельцель. – М., 2011.
2. Инкельс, А. Личность и социальная структура / А. Инкельс // Социология сегодня. Проблемы и перспективы. – М. : Прогресс.
3. Модернизация в России и конфликт ценностей. – М.
4. Натаров, В. И. Активные методы обучения / В. И. Натаров // Вестник психосоциальной и коррекционно-реабилитационной работы.
5. Павленко О. Курс Ш. Шварца «Использование базовых ценностей личности для понимания индивидуального поведения» [Электронный ресурс] / О. Павленко. – Режим доступа: <https://scr.hse.ru/news/35424235.html>
6. Побережников И. В. Модернизация: теоретико-методологические подходы // Экономическая история. Обозрение / И. В. Побережников; под ред. Л. И. Бородкина. – М., 2002. – Вып. 8. – С. 146-168 (Постраничные примечания).

Д. А. Беликова, О. В. Шиняева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ЛИЧНОСТНОЕ СТАНОВЛЕНИЕ УЧАЩИХСЯ ЛИЦЕЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

На современном этапе развития общества особенно остро стоит проблема личностного становления учащихся. Современному обществу нужна личность целостная, компетентная, способная к принятию самостоятельных решений. Личность формируется через самостоятельное осмысление того, как она живет, через рефлексию своей жизненной ситуации. По мнению исследователей, наряду с предметнокогнитивным опытом, выраженным в знаниях, умениях и навыках, очень важно выработать у учащихся личностный опыт через активизацию его внутренних резервов.

Главная идея всего образования в лицее заключается в том, что дети поддерживают и развивают свои способности не только в профессиональном смысле, но и личностном. Благодаря педагогическому составу и организации работы, акцент ставится и на внеучебные способности ученика. Для этого разработаны методики преподавания и учебные курсы [1]

Целью статьи является определение влияния обучения в лицее на личностное становление старшеклассников.

При рассмотрении подходов к изучению личности подростков можно выделить индивидуально-личностный подход. Суть данного подхода заключалась в том, что при объяснении всех психических явлений личность выступает как совокупность внутренних условий, через которые преломляются все внешние воздействия.

Альтернативным подходом к изучению личности учеников является деятельностный подход. В его основе лежит принцип деятельности, сформулированный Л. С. Выготским и развитый в работах Г. М. Андреевой, Б. Ф. Ломова и других. Суть данного подхода заключается в положении о ведущей роли деятельности, отношений и общения в становлении и развитии личности и коллектива, объективной преобразующей роли взаимодействия индивида с другими людьми и явлениями окружающей среды [2, с. 56]

Так же существует подход, базирующаяся на возрастном аспекте. Эта проблема личностного самоопределения наиболее глубоко и полно была рассмотрена Л. И. Божович. Характеризуя социальную ситуацию развития старших школьников, она указывает, что

выбор дальнейшего жизненного пути, самоопределение представляет собой аффективный центр их жизненной ситуации. подчеркивая важность самоопределения.

В учебной деятельности подросток учится создавать, проверять и оценивать гипотезы, сравнивать реальность с теми событиями, которые могли бы произойти. При этом раздвигаются границы внутренней жизни, его мир наполняется образами-идеалами, представлениями о себе, о других и о мире в целом. Складывается субъективная готовность к любым событиям в жизни и поиску своего места в системе человеческих отношений. И в то же время происходит осознание своего бытия как не заполненного собственными поступками, выбором, событиями. Поэтому изучение факторов личностного становления играет огромную роль.

Для проверки того, насколько обучение в лицее влияет на личностный аспект подростка мы провели социологическое исследование. Эмпирическим объектом исследования стали учащиеся лицейских классов при техническом университете.

За время обучения в лицее у большинства лицеистов произошли следующие позитивные изменения личности: ориентация на конечный результат, много новых друзей, лучше узнал себя (69-70%); у каждого второго появились навыки самоорганизации расширения кругозора. В то же время только четверть лицеистов отмечает включенность в научное и художественное творчество; более трети (37%) не имеют никаких результатов в конкурсах и олимпиадах; почти треть (30%) испытывает трудности в общении и взаимопонимании; каждый четвертый лицеист испытывает значительные трудности в учебе и негативные эмоции.

Анализируя влияние обучения в лицее на планы учеников после обучения в лицее, мы пришли к таким результатам. Подавляющее большинство учащихся лицея (85%) собирается после окончания учебы поступать в вуз, руководствуясь потребностью в качественном образовании (74%) и желанием начать самостоятельную жизнь (39%, см. таблицу).

Выбор места будущего обучения тоже характеризует учащегося как личность. Респонденты, которые выбирали обучение в вузах своего региона, нацелены на преобразование и улучшение ситуации в своём городе. В выборе места будущей учебы лицеисты разделились на 3 группы: 1) планирующие продолжить образование в УлГТУ – треть учащихся лицейских; 2) планирующие учиться в других вузах, в т.ч. Москвы и Санкт-Петербурга – треть лицеистов (чаще среди отличников); 3) не имеющие пока определенного мнения – третья часть.

**Ценность высшего образования в оценках лицеистов
(в % от числа опрошенных, n = 312)**

| Что для тебя важно при получении высшего образования? | Всего | Успехи в учёбе | | | |
|---|-----------|----------------|-----------|-------------|-----------|
| | | Отл. | Хор | Удов. летв. | Пло-хо |
| Само высшее образование | 17 | 31 | 9 | 20 | 0 |
| Качественное образование по выбранному направлению | 74 | 64 | 83 | 68 | 45 |
| Образование в престижном вузе | 12 | 24 | 10 | 8 | 10 |
| Начать самостоятельную жизнь | 39 | 33 | 36 | 44 | 46 |
| Общение с друзьями | 16 | 13 | 18 | 14 | 17 |

Таким образом, изменения в личностном аспекте учащихся после поступления в лицей противоречивые. Лицеисты стали успешнее в учёбе и расширили свой кругозор, нашли новых друзей, научились организовывать своё время. Но из-за большой учебной нагрузки лицеисты мало уделяют внимания научному и художественному творчеству, а творчество — это неотъемлемая часть становления личности.

Анализ условий и результатов учебной и внеучебной деятельности в лицейских классах показал, что есть факторы и анти-факторы.

К первой группе относятся: 1) устойчивая мотивация учащихся на получение начальных профессиональных знаний; 2) высокая приверженность учеников учебному заведению, которая включает механизм «обратной пирамиды» в рекламировании лицея усилиями самих лицеистов; 3) благоприятный микроклимат, ориентированный на самопознание и взаимопомощь учеников; 4) достаточно высокое качество учебных занятий.

К группе анти-факторов, снижающих результаты личностного и профессионального развития лицеистов, относятся: 1) отсутствие у учителей системы поощрения учебных и научных успехов; 2) низкий уровень амбициозных притязаний учеников (только у седьмой части); 3) отсутствие научно-обоснованной диагностики профессиональных ориентаций учащихся, неуверенность части из них в правильности выбора профиля и профессии; 4) слабая психологическая поддержка учеников в новых условиях — каждый четвертый постоянно испытывает отрицательные эмоции.

Список литературы

1. Сериков В. В. Образование и личность. Теория и практика проектирования образовательных систем / В. В. Сериков. — М. : ИК «Логос». — 190 с.
2. Божович Л. И. Проблемы формирования личности / Л. И. Божович. — М. : Ин-т практической психологии, 2012. — 232 с.

УДК 37.041

А. И. Идиятуллова

Ульяновск, Ульяновский Государственный Технический университет

ПРЕДПОЧТЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ САМООБРАЗОВАНИЯ

В данный период уровень образования в России низок как никогда. Молодежь, ссылаясь на непрофессионализм преподавателей и некачественное обучение в своих учебных заведениях, старается не утруждать себя и просто сидят, и ждут, когда им просто так выдадут документ об окончании учебных заведений. Они не видят проблемы в самих себе, не считают чем-то плохим свою лень, а когда указываешь им на нее – они просто смеются. У современных молодых людей не развита тяга к знаниям, у них не сформированы моральные и духовные ценности, а уровень девиантного поведения растет. Общество деградирует. А ведь эти молодые люди – будущее нашей страны. Не значит ли это, что, если не решить эту проблему, если не сформировать определенные ценности, тем самым снизив уровень девиантности в стране, наше общество, возможно, потеряет всякую надежду на процветающее будущее. Именно в этом и состоит актуальность данной проблемы и ее нужно решить. Что же является фактором, который способствует формированию ценностей? Конечно это воспитание, но есть и еще один важный элемент. Это образование. Все дети в школе вместе со знаниями получают и какие-либо стандартные уроки морали, из которых потом и формируется пласт, начальная ступень формирования своего собственного набора ценностей. Остальные ценности строятся, когда человек входит во взрослую жизнь. В этот момент он должен понять, чем хочет заниматься и выстроит свой метод по достижению цели. Тут-то ему и понадобится самообразование.

Цель статьи: изучить отношение молодежи к самообразованию на современном этапе.

Самообразование – систематическая учебная деятельность, построенная на самостоятельном изучении какого-либо вопроса или проблемы с периодическими консультациями у специалиста или без них [3]. Условия развития современного общества и становление информационной эпохи по-новому определяют социальный смысл самообразования, стратегии и технологии его реализации. Самообразование обладает высокой индивидуальной и общественной ценностью, так как является важным фактором самоконструирования, самосовершенствования личности в профессиональной и вне профессиональной сферах, воспроизводства и изменения социального запаса знания, развития социума в целом [1].

С чем же в первую очередь связано положение самообразования в наше время? Новая модель развития образования во многом связана со сменой образовательных парадигм, переносящих акценты с образовательной деятельности на самообразовательную. Основными условиями такой смены являются: нормально функционирующая экономика, построенная на непрерывной реализации новых, в первую очередь компьютерных и информационных, технологий; активно поддерживаемый обществом и эффективно работающий социальный институт образования, решающий свои задачи через различные системы и подсистемы до-профессионального и профессионального образования; наличие развитых демократических институтов; действенность правовых норм. Без этого может иметь место лишь простое прагматическое приспособление прежней системы образования к новым потребностям общества, к такому процессу ее функционирования, в котором самообразование призвано осуществлять узкую роль дополнительного средства обучения, и не более того [1].

Данной проблемой не занимаются всерьез. Многие вообще и не догадываются о том, что отсутствие тяги к самообразованию является проблемой. В современных реалиях создан стереотип о том, что если человек просто занимается в каком-то учебном заведении, то он уже приобретает все необходимые знания. Да, возможно, он и получит то основное, установленную норму, но человек также должен вбирать в себя то, что может стать дополнительными «кирпичиками» в построении его социального образования и мировоззрения.

О современном состоянии проблемы можно судить по выводам, сделанным в ходе исследований проведенным командой сайта «Анкетолог».

Команда «Анкетолога» решила узнать у своих молодых пользователей, чем же они занимаются в свободное время и как предпочитают отдыхать. Опрос проводился на сайте anketolog.ru в режиме онлайн. В анкетировании приняли участие молодые люди в возрасте от 15 до 30 лет. Всего опрошено 1120 человек. В итоге выяснилось, что такая категория как школьники совершенно не занимаются самообразованием, хотя у них больше свободного времени, чем у других категорий, так же лучше память и информация быстрее усваивается. Они предпочитают сидеть в интернете и развлекаться. Следующая категория это учащиеся колледжей и техникумов. Из них 52% ответили «читаю учебную литературу», 40% ответили «читаю художественные книги, газеты, журналы». Это показывает, что, несмотря на то, что в колледжах и техникумах обычно учатся люди с не совсем высокими способностями, тем не менее, они стремятся к знаниям. Следующая категория – это Студенты ВУЗов. Из них 39% ответили «читаю художественные книги, газеты, журналы» и 21% «читаю учебную литературу». Странно, что студенты ВУЗов читают меньше чем студенты колледжей и техникумов, ведь по идее высшее образование требует больше усилий [4].

Вывод: На основе данного опроса, можно сделать вывод, что на самом деле, молодежь больше сидит в интернете, общаясь со своими сверстниками, чем занимается самообразованием. Молодые люди относятся к самообразованию с неким пренебрежением. Сейчас интернет зависимость является большой проблемой, а также главным фактором, мешающим современной молодежи читать книги и осваивать мир. Их кругозор ограничивается экраном их гаджетов, в то время как они могут узнавать гораздо больше из книг. Современные технологии слишком упрощают нам жизнь, что мешает саморазвитию. Ведь саморазвитие – это преодоление трудностей, и самая главная трудность состоит в процессе обучения. Помимо зависимости от интернета серьезным барьером для занятий самообразованием является лень. Лень делает нас рабами наших тел. Под нашей физической тяжестью мы забываем о духовных ценностях, познании мира, его красоты.

Список литературы

1. Зборовский, Г. Е., Шуклина, Е. А. Самообразование – парадигма XXI века / Г. Е. Зборовский, Е. А. Шуклина // Высшее образование в России. – 2003. – № 5.
2. Личность в информационно-инновационном обществе : монография / под ред. проф. В. Н. Стегния. – Пермь : Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2015. – 448 с.

3. Профессиональное образование. Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика. – М. : НМЦ СПО С. М. Вишнякова, 1999.

4. 58% русской молодежи не привыкли бить баклуши [Электронный ресурс] // Анкетолог. Институт общественного мнения. – Режим доступа: <https://iom.anketolog.ru/2013/06/10/dosug-molodegi>

УДК 338.924

А. М. Павлова, Т. В. Клюева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К СПЕЦИАЛЬНЫМ МЕРОПРИЯТИЯМ В КОНТЕКСТЕ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В ГОРОДЕ УЛЬЯНОВСКЕ

В настоящий момент в городах активно развивается сфера креативных индустрий и основным способом повышения популярности данной сферы является проведение специальных событий.

Креативная индустрия – деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности [1]. Одним из способов популяризации креативной сферы является событийный менеджмент, заключающийся в проведении специальных мероприятий. Исследователь Хашковский Алексей Васильевич в статье «События, которые мы создаем» определил специальное событие как форму вовлечения человека в культуру бренда, а также как средство формирования имиджа бренда, компании, корпоративной или иной социальной общности, основанное на событийной коммуникации [2]. Автор описывает данное понятие, как способ привлечь аудиторию непосредственно к участию в жизни организации, что намного вероятнее сформирует положительное мнение у населения.

Поддержкой креативной индустрии в Ульяновской области занимается Кластер Творческих Индустрий, сформированный на базе фонда «Ульяновск – культурная столица». Целью формирования Кластера поддержание и развитие творческой индустрии, в том числе пропаганда идеи «творческого предпринимательства». Однако молодежь Ульяновска редко посещает мероприятия Кластера и не осведомлена об их существовании.

Таким образом, существует проблема: в городах активно проводятся специальные мероприятия по популяризации сферы творческих индустрий, с другой стороны, неизвестно отношение молодежи к данным мероприятиям.

На базе Ульяновского государственного технического университета было проведено исследование на тему «Креатив и креативные коммуникации в жизни молодежи» с целью выявить факторы, влияющие на общественное мнение молодежи о творческих индустриях в Ульяновской области. Выборочная совокупность анкетного опроса составляла 400 человек.

Респондентам было предложено определить уровень развития креативной индустрии в Ульяновске. (Рисунок 1.).

На высоком уровне развитие креативной индустрии в Ульяновске оценило меньшинство (10%). Половина респондентов определила качество проводимых мероприятий как среднее, что показывает безразличное отношение аудитории и необходимость улучшения уровня организации и проведения специальных мероприятий, а также их популяризации. Результаты данного исследования были дополнены ответами респондентов на глубинное интервью. Отвечающие отметили тот факт, что на их отношение к специальным мероприятиям влияют коммуникационные проблемы организаторов.



Рисунок 1. Уровень развития креативной индустрии в Ульяновске

Также в ходе исследования молодежь выделила среди причин негативного отношения к творческим мероприятиям неудовлетворительное качество организации и проведения данных мероприятий, отсутствие разнообразия при выборе тем и форматов событий, а также личное мнение респондентов, определяющее саму креативную индустрию в качестве отдельной сферы как бесполезные для развития общества.

Респондентам было предложено оценить является ли творческая индустрия, по их мнению: интересной, скучной, разнообразной и доступной. Большая часть респондентов определила творческую индустрию как интересную (57%) и доступную (52%), но не разнообразную (29%), что указывает на среднее развитие самой сферы, но отсутствие интересных решений и вариантов для всех целевых групп. Также наличие молодежи, ответившей «Затрудняюсь ответить», показывает, что они не осведомлены о сфере достаточно, чтобы сформировать точку зрения о ней.

Респонденты отметили, что творческая индустрия не является скучной для них, а, следовательно, данную сферу следует развивать.

Таким образом, молодежь относится к специальным мероприятиям в креативной сфере положительно и поддерживает развитие творческой индустрии, но указывает на наличие коммуникационных проблем и необходимость увеличения количества тематик и форматов проведения мероприятий. Рекомендуются улучшение коммуникационных технологий, например, проведение специальных мероприятий, направленных на информирование населения о самой индустрии. Также важно усовершенствовать работу официальных каналов креативных организаций и привлечь внимание представителей не творческих направлений. Кроме того, необходимо проводить опросы и интервьюирование молодежи для оценки эффективности мероприятий и выявления пожеланий аудитории относительно тематик и форматов специальных событий.

Сфера креативных индустрий является новой для многих городов и требует усилий для ее успешного функционирования. Несмотря на положительное отношение молодежи к данной области, существуют проблемы, которые необходимо решить. В особенности, важно наладить контакт с аудиторией и учитывать ее пожелания относительно проведения мероприятий.

Список литературы

1. Зеленцова Е. В. От творческих индустрий к творческой экономике / Е. В. Зеленцова // Управленческое консультирование. – 2009. – № 3. – С. 193.
2. Хашковский А. События, которые мы создаем / А. Хашковский // The Chief. – 2005. – № 10. – С. 156.

УДК 374.3

Д. А. Пастун, А. М. Хаертдинов

Казань, Казанский (Приволжский) федеральный университет

НЕЦЕНЗУРНАЯ ЛЕКСИКА В ПОВСЕДНЕВНОЙ РЕЧИ МОЛОДЕЖИ

Порой мы оказываемся в определенных ситуациях и вынуждены сталкиваться с людьми, которые нередко в своей речи употребляют ненормативную лексику. По какой причине люди употребляют нецензурные слова и выражения? Что это – крик души, бедность словарного запаса, невоспитанность или же плохое влияние со стороны окружающих? Все это порождает в современном обществе установившуюся в сознании носителей языка своеобразную моду на обценную лексику, за которой люди, к сожалению, слепо следуют. Несомненно, нас заинтересовала данная проблема, и появилось желание детально разобраться в ней.

В рамках нашей исследовательской деятельности хотелось бы обратиться к труду В. Жельвиса [1], в котором он особое внимание уделяет функциям обценной лексики. Автор считает, что речь с использованием ненормативной лексики помогает человеку привлечь к себе внимание, показать свое превосходство и «унизить» адресата или же с помощью такой лексики можно наладить контакт с кем-либо, «подтрунить» над другом (имеется в виду близкие отношения). Иногда группы употребляющие данную речь хотят показать себя «без предрассудков», демонстрируя свою независимость от мнения окружающих.

Так же хотелось бы сказать о В. И. Левине [2], он внес весомый вклад в разработку данной темы. Все ненормативные выражения он подразделяет на два основополагающих класса. В первом блоке мы увидим ругательства, под ними подразумеваются самостоятельные акты речевого действия. Во второй же блок автор включил выраже-

ния для придания экспрессии, они не способны употребляться как обособленные речевые акты. Как считает Левин, использование нецензурной лексики можно рассматривать как поступок либо действие, что носят весьма не поверхностный характер.

В России проводилось множество исследований учеными – социологами, посвященных теме ненормативной лексики. Они дают основания говорить, что нецензурные выражения, безусловно, являются значимой частью российской повседневности и культуры.

В авторском разведывательном исследовании 2016 года мы хотели определить насколько часто молодежь употребляет ненормативную лексику в культурно-развлекательных центрах. Нашими респондентами были мужчины и женщины от 18 до 24, более половины наших участников имеют среднее общее образование и около 40% высшее (n = 151).

Меньше всего опрошенных вовсе не употребляют такие выражения (5%). Одинаковое количество респондентов отметили, что употребляют, но либо часто, либо редко. В общественном месте же транспорте мы можем чаще услышать бранные выражения, и только 4% опрошенных не слышали нецензурную лексику в этом месте. В ситуации с образовательными учреждениями дело состоит иначе. 62% опрошенных отметили, что действительно часто слышат такую речь, и лишь 1% не сталкивались с тем, чтобы услышать эти выражения. В зоне личного пространства (квартира, дача, машина) респонденты слышат чаще нецензурные выражения, чем в публичных сферах. Трое из четырёх респондентов сталкивались с употреблением нецензурных выражений на улице. 85% опрошенных хоть раз слышали употребление мата в барах и ночных клубах.

Отвечая на следующий вопрос, большинство опрошенных молодых людей ответило, что стоит бороться с употреблением нецензурных выражений. Даже те, кто не употребляют такие выражения считают так же: «Я сама не употребляю бранные слова, но считаю, что нужно избавлять всех людей от этого. Я думаю, что социальные рекламы могут помочь, так как всегда привлекают внимание человека, также всяческие билборды» (Информант 1).

Другие же считают иначе, их основная мысль, что насильственные преобразования не повлияют на сокращение употребления мата: «Мне кажется, что если хочешь изменить мир – начни с себя. Я не считаю, что говорю плохие слова через слово, поэтому себя исправлять не вижу смысла» (Информант 2). Другой молодой человек указал: «Наверное, стоило бы избавиться. У меня просто нет желания, скорее всего я продержусь неделю, но потом, все будет так же» (Информант 3).

Большинство опрошенных знают, что употребление нецензурных выражений в общественных местах налагает определенную ответственность.

При этом 60% опрошенных знают, что данный закон регламентируется Кодексом РФ об административных правонарушениях. При этом, многие ответили, что не важно из какой «книжки» этот закон, а важно лишь содержание.

Выяснилось, что для большинства людей употребление ненормативной лексики есть эмоциональная разгрузка, позволяющая отвлечься. Еще использование такой лексики случается в ситуациях непроизвольных, безысходных.

Нужно отметить, что большинству опрошиваемых несложно избавиться от «привычки» употребления мата. В основном, влияние друзей оказывает наибольшее воздействие на человека на употребление нецензурных выражений, ведь именно от дружеской компании большинство респондентов слышат брань.

И конечно, абсолютное большинство не хочет, чтобы будущее поколение использовало ненормативную лексику.

Изучив обсценную лексику в повседневной жизни молодежи, мы можем сделать следующие выводы:

- большинство людей нейтрально относятся к обсценной лексике;

- тем не менее, среди жителей Казани, большинство молодежи считает, что допускать в своей речи нецензурные выражения вполне допустимо;

- большинство людей хотят избавиться от сквернословия и считают, что было бы правильным искоренить обсценную лексику из речи людей;

- преобладающее число опрошенных знают о том, что за употребление нецензурных выражений в общественных местах налагается штраф. Часть опрошенных относятся вполне положительно к закону, запрещающему употреблять обсценную лексику в людных местах, другая часть относится к этому нейтрально и считает, что данный закон бесполезен и он не действует на большую часть нашего общества, так как нужно использовать другие способы,

Можно с уверенностью сказать, что мат является неотъемлемой частью нашей речевой культуры. Доказательства тому результаты нашего опроса по данной проблеме, в которых четко видно, что молодые люди используют мат в обыденной жизни для придания своей речи «красного словца».

Список литературы

1. Жельвис В. Поле брани. Сквернословие как социальная проблема / В. Жельвис. – М. : Научно-издательский центр «Ладомир», 2001 – 352 с.
2. Левин Ю. И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика / Ю. И. Левин. – М. : Просвещение, 1998. – С. 809-819.

УДК 373.1.013

Я. А. Полушкина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

РОЛЬ ПРОФИЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ УЧАЩИХСЯ ЛИЦЕЯ ПРИ УЛГТУ

Современное российское общество рассматривает образование как главный, ведущий фактор социального и экономического прогресса. Образование выступает частью процесса социализации человеческой индивидуальности, поскольку оно обеспечивает усвоение опыта, воспитание адекватных требованию общества качеств поведения, физическое и умственное развитие. Добиться этого трудно без опоры на индивидуальные способности человека [1, с. 235].

Профильное обучение является той самой опорой в самоопределении старшеклассников, так как учитывает интересы и способности, а также готовит их к продолжению образования в высшем учебном заведении. Готовность школьников к образовательному процессу вуза – это интегральное понятие, включающее профессиональное самоопределение, а также компетенции, качества и свойства личности, обеспечивающие выпускнику школы успешное учение в вузе. Подготовка или формирование готовности школьников к продолжению образования в вузе средствами профильного обучения означает динамичный и целостный процесс установления соответствия между наличными и требуемыми уровнями обучения, стилями общения, профессиональными и нравственными установками.

Цель статьи – определить уровень профориентации учащихся Лицея при УлГТУ. Для проведения исследования мы выбрали Лицей Ульяновского государственного технического университета (школа № 4, ул. Радищева) и все его филиалы (IT-лицей, лицей на бульваре Фестивальный). В качестве метода исследования мы использовали

анкетный опрос. Учитывая, что в лицее учатся только старшеклассники (10-11 классы), мы провели сплошной опрос. В итоге в исследовании приняли участие 312 учащихся лицея.

Профориентация – это подготовка к выбору профессии и с ее помощью – к самоопределению. Она осуществляется на всех ступенях среднего образования, что помогает старшеклассникам сделать выбор в пользу профильного образования. Многие зависят от успешного вхождения учащихся в мир профессионального труда, предполагающего умение свободно ориентироваться и осознанно принимать решения относительно выбора профессионального будущего, с учетом постоянно меняющихся социально-экономических условий [2, с. 256].

Для того чтобы определить уровень профориентации учеников, нами было проведено социологическое исследование «Влияние обучения в лицее на личностное и учебно-профессиональное развитие учащихся». Мы опросили учащихся лицея при УлГТУ и получили следующие результаты: в выборе будущей профессии половина учащихся имеет определенное решение (52%); четверть сомневается в своем выборе (24%); еще столько же – не имеет никакого представления о своей сфере профессиональной реализации. В предпочтениях относительно профессии преобладает технический профиль (60%), остальные в порядке убывания выглядят следующим образом: социально-гуманитарный (13%), естественно-научный (6%), экономический (4%). Две трети лицеистов считают, что знают, какие профессии востребованы. Однако, отвечая на конкретный открытый вопрос, лицеисты называют только распространенные массовые профессии – врачи, учителя, инженеры, программисты, архитекторы. Данный факт свидетельствует, что выбор профессии затруднен слабой осведомленностью лицеистов в мире профессий.

Полученные результаты показывают средний уровень профориентации учащихся, поэтому стоит обратить внимание на знакомство ребят с современным состоянием рынка труда. Однако, преобладание технического профиля в предпочтениях относительно профессии – хороший показатель, так как обучение в Лицее при УлГТУ направлено именно на него. Это значит, что большинство ребят, обучающихся в лицее, осознанно выбрали профильное обучение.

Список литературы

1. Глушенко Н. С. Образование как ведущий фактор развития индивидуальности человека в процессе социализации / Н. С. Глушенко // Интеграция образования. – 2006. – № 4. – С. 234-236.
2. Головаха Е. И. Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодежи. – Киев : Наукова думка, 2002. – С. 256.

М. Д. Сенотрусова, Л. Н. Козловская, Н. А. Сенная, Я. Д. Попович
Краснодар, Кубанский государственный университет

ЦЕНТР НАУЧНОГО ТВОРЧЕСТВА СТУДЕНТОВ

В статье представлено теоретическое и эмпирическое обоснование инициативного проекта студентов по организации центра поддержки научного творчества студентов. Исходя из исследования, проведенного на факультете управления и психологии, студенты нуждаются в поддержке своей научной и учебной деятельности. Именно поэтому нами было решено создать специальную студенческую организацию на факультете, которая могла бы курировать такую деятельность студентов.

Теоретической основой нашего исследования является теория деятельности А. Н. Леонтьева [2], в которой главным принципом является единство сознания и деятельности человека. Структура деятельности по А. Н. Леонтьеву состоит из следующих структурных единиц: Деятельность – Действие – Операция. Деятельность определяется мотивом, действие определяется целью, а операция определяется конкретными условиями ее протекания. Основа нашего исследования – учебная деятельность студентов, которая может направляться мотивом профессиональной подготовки или мотивом приобщения к высшей школе и научной деятельности, или мотивом самосовершенствования, или мотивом общения и т. д. В реальности каждой деятельности обычно присутствуют несколько мотивов. Например, на уровне действия в рамках учебной деятельности студент может готовиться к научной конференции, т. е. реализовывать конкретную осознанную цель – получить знания или опубликовать свой научный труд. Цель представляет собой образ определенного будущего, для достижения которого требуется осуществить действие, в свою очередь заключающее в себе ряд операций. Операцией в рамках действия подготовки к научной конференции может быть просматривание информации по теме, написание статьи и т. д.

В современном мире к будущим специалистам предъявляют ряд требований. Такие требования можно назвать компетенциями современного специалиста [1]. В нашем исследовании главной компетенцией является способность к непрерывному образованию. К ней относится способность к самостоятельному образованию, способность работать с различными источниками информации, способность заниматься учебно-исследовательской деятельностью. Показателями

такой компетенции являются: сознание важности и значимости самостоятельной работы, склонность к анализу собственной деятельности, самокритичность, рефлексивность, умение пользоваться различными источниками информации, умение перерабатывать и хранить информацию, участие в работе научных обществ, семинарах, конференциях, проектах и т. д.

Таким образом, мы видим, что для совершенствования своих профессиональных компетенций будущим специалистам необходимо активное развитие в учебной и научной деятельности. Ниже будут изложены зарубежные и отечественные практики реализации данного вида деятельности.

Одним из отечественных примеров по развитию учебной и научной деятельности является опыт системы кураторства, реализуемой в СПбГУ [4], где кураторами студентов в университете выступают как преподаватели, так и сами студенты. При этом работа кураторов-преподавателей и кураторов-студентов оценивается каждый семестр путем анкетирования. Если студенты по объективным причинам не довольны работой наставника, то его функции передаются другому куратору. Цель данного проекта была сформулирована по аналогии с принятой в США в 2002 г. государственной программой No Child Left Behind (NCLB), что в переводе «Ни одного отстающего ученика», которая была нацелена на повышение уровня образованности. Суть проекта заключалась в том, что с начала учебного года за каждым студентом-куратором была закреплена академическая группа первокурсников, с которыми в течение семестра проводилась активная работа (проведение встреч со студентами старших курсов и деканом, проведение анкетирований, контроль успеваемости и посещаемости, налаживание контактов с родителями студентов первого курса, ознакомительные беседы, помощь в решении возникших проблем и т.д.). За группой студентов-кураторов с целью повышения результативности и эффективности закреплялся старший куратор (преподаватель), который осуществлял контроль их деятельности. Совместная работа кураторов-студентов и куратора-преподавателя позволяла более точно составлять план работы с первокурсниками, принимая во внимание специфику взглядов на студенческое самоуправление, как со стороны профессорско-преподавательского состава, так и со стороны студентов.

Аналогичный опыт используется в Московских вузах и в регионах. Так, в Московском физико-техническом институте [3] освоиться первокурсникам помогают кураторы в лице студентов старших курсов, по 2-3 человека на академическую группу. Старшекурсники делятся с новыми студентами полезной информацией, помогают раз-

решить возникающие вопросы, организуют посвящения первокурсников. Весной на многих факультетах проводятся школы актива – набор тренингов и мастер-классов для развития личностных качеств и организаторских способностей, что позволяет каждый год подготавливать новую команду кураторов для будущих первокурсников.

В Энергетическом институте Томского политехнического [5] кураторами студентов младших курсов, выступают также студенты старших курсов. Так называемое, Студенческое кураторство, которое имеет место дополнения к кураторам-преподавателям. Студенческое кураторство – молодежное общественное движение, которое развивается благодаря работе и поддержке активных студентов ЭНИН ТПУ. Инициаторами создания данного проекта стали кураторы Энергетического института, представляющие собой одно из важных звеньев воспитательной работы в ТПУ. Их проект «Компас первокурсника», в основу которого положена идея студенческого кураторства, стал лауреатом конкурса Потанинского фонда, реализуется в университете с 2012 года.

Мы видим, насколько богат отечественный и зарубежный опыт помощи в научной и учебной деятельности, но, к сожалению, подобные проекты, на данный момент, существуют не во всех университетах. На нашем факультете практика кураторства существует лишь в виде ознакомительных тренингов «Старт ФУП», которые помогают адаптироваться первокурсникам. Если говорить об учебной или научной деятельности для всех студентов то, к сожалению, таких проектов не существует. «СтудКафедра» является такой студенческой организацией, в рамках своего проекта, которая может исправить сложившуюся ситуацию отсутствия кураторства в научной и учебной деятельности на факультете управления и психологии Кубанского государственного университета.

Главной целью проекта «СтудКафедра» является повышение уровня заинтересованности студентов ФУП в учебной и научной деятельности, а основными задачами – диагностика уровня заинтересованности студентов ФУП в учебной и научной деятельности, ознакомление с деятельностью проекта «СтудКафедра», раскрытие особенностей написания курсовых и научных работ, обеспечение взаимодействия с преподавателями, в рамках проекта, привлечение к участию в научных конференциях. При реализации данного проекта нам необходимо провести подготовительный этап: собрать информацию о приоритетных направлениях в образовательной и научной деятельности для студентов ФУП, наладить взаимодействие с преподавательским составом, выявить наиболее эффективные методы передачи образовательного и научного опыта, разработать рабочую

программу на 2017-2018 учебный год, осуществить поиск необходимой аудитории для проведения мастер-классов. На следующем этапе необходимо: распространить информацию о центре поддержки научного творчества студентов с помощью сети Интернет, личных встреч, объявлений на информационных досках ФУП; набрать необходимое количество человек для первого «мастер-класса» о научной деятельности в университете, провести второй «мастер-класс» по написанию курсовой работы. Мы ставим перед собой цель – реализовать рабочую программу в течение 2017-2018 учебного года, провести анкетирование, а также продумать дальнейшую стратегию развития путем опроса студентов. Ожидаемые результаты проекта: популяризация научной деятельности среди студентов факультета, улучшение результатов учебной деятельности студентов факультета, создание пространства для знакомств и научного взаимодействия, повышение учебной культуры студентов, создание базы кураторов, ориентированных на продвижение данного вида деятельности. Социальным эффектом проекта будет являться повышение, как общего, так и научного уровня грамотности студентов ФУП; появление новых идей по решению вопросов научной проблематики, их возможное применение на практике; создание благоприятного фона для более эффективного взаимодействия студентов и преподавателей.

Список литературы

1. Булкина Н. А. Требования к современному специалисту: компетенции, критерии, показатели / Н. А. Булкина // Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный агроинженерный университет им. В. П. Горячкина». – 2011. – № 3. – С. 48.
2. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / А. Н. Леонтьев. – М. : Смысл, Академия, 2005. – 352 с.
3. Московский физико-технический институт (государственный университет) [Электронный ресурс] // Официальный сайт. – Режим доступа: <https://mipt.ru/> (дата обращения 02.04.2017).
4. Санкт-Петербургский государственный университет [Электронный ресурс] // Официальный сайт. – Режим доступа: <http://spbu.ru/> (дата обращения 02.04.2017).
5. Энергетический институт (Томский политехнический университет) [Электронный ресурс] // Официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.enin.tpu.ru/> (дата обращения 02.04.2017).

А. Ю. Уфандеева, О. В. Шиняева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

МУЗЫКАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ МОЛОДЁЖИ

Изменения, произошедшие за последние десятилетия, отразились на всех сферах жизни общества, как экономической, так и культурной. Они существенно сказались на сознании групп и слоёв молодежи российского общества. В культурной сфере важную роль в развитии будущего поколения играет музыкальная культура. В настоящее время изучение этого явления приобрело особую актуальность, так как музыка не только формирует эстетические и нравственные потребности личности, но и образует для каждого свое пространство.

В молодёжной среде личностные ценности стали высшим смыслом жизни. Идёт развитие идей эгоцентризма и гедонизма, которые несут с собой стагнацию и упадок в социуме. Стремление к наслаждению противоположно стремлению к труду, к воплощению в деятельности творческого потенциала, и поэтому неизбежно ведет к деградации воли и сознания [3, с. 77].

Проблема влияния музыки на молодых людей приобрела особую значимость, так как музыка, с одной стороны, выполняет ряд важнейших функций (эвристическая, информационная, познавательная, коммуникативная, организаторская, эстетическая), а с другой, из-за своей односторонности, современная развлекательная музыка, пропагандирует аморальные ценности. *Целью статьи* является определение предпочтений молодежи в музыкальной сфере и возможностей их использования в повышении культурного потенциала.

Научных представлений о музыке было множество, философы и культурологи пытались структурировать её значение по нескольким направлениям. Сегодня можно выделить социальные, психологические, физиологические, воспитательные, коммуникативные, энергетические концепции определения музыки. Изучение влияния музыки на человека представлено в работах таких учёных как Аристотель, Конфуций, Платон, Пифагор, Демокрит, Гераклит, а также современных исследователей – П. Анохина и А. Догеля. Несмотря на то, что есть публикации, посвященные влиянию музыки на развитие личности, явно не хватает работ, которые восполнят комплексные исследования развития социокультурных потребностей молодёжи в этой сфере.

Цель нашей работы – разработать эффективные рекомендации для формирования музыкальных предпочтений, направленные на развитие социокультурных потребностей в молодежной среде. Для достижения цели, было взято готовое социологическое исследование маркетингового агентства FDFgroup, которое было проведено в Москве по заказу «Независимой газеты» [2].

Анализируя отношения молодых людей к музыке можно сделать вывод, что развлекательная музыка занимает ведущее место среди музыкальных жанров: танцевальная музыка (56%), зарубежная поп-музыка (48%), русская поп-музыка (41%), русская рэп и хип-хоп музыка (39%), русская рок-музыка (38%).

Исходя из проанализированных нами данных, можно определить следующие тенденции: в современном мире музыка является неотъемлемой частью жизни среди молодых людей, с возрастом их музыкальные приоритеты меняются в сторону музыки развлекательного характера. Музыка для молодёжи – это прослушивание мелодий для поднятия настроения, она служит фоном для повседневной жизни (57%).

Музыка — искусство, средством воплощения художественных образов для которого являются звук и тишина, особым образом устроенные во времени. По данным социологических исследований, именно музыка занимает первое место в досуговых предпочтениях общества, среди молодежной аудитории этот показатель составляет 60%. В то же время, развлекательное музыкальное творчество несет деструктивное начало, поскольку не развивает тонкость чувственного восприятия музыки, а наоборот, заглушает ростки творческого начала в молодом человеке.

Современные музыкальные группы являются приверженцами оккультных наук, особенно со стороны рок-музыки. Также наблюдается пропаганда свободной любви, которые, вдобавок, можно наблюдать не только в тексте песен, но и в клипах. А ведь с развитием новых технологий эти видеоролики доступны любому пользователю в Интернете (используют 70% опрошенных). Отсюда можно сделать вывод: молодёжь не стремится развивать свои культурные предпочтения в сфере музыки.

Музыкальная культура выполняет ряд функций (информационная, эстетическая, познавательная, эвристическая, коммуникативная, организаторская и др.). К направлениям, в полной мере реализующих перечисленные функции, относятся классические произведения, традиционно называемые «серьезной» музыкой. Продвижением этой музыки занимаются филармонии, дома музыки, дворцы культуры и иные концертные организации. В реальности, из-за одно-

сторонних интересов среди молодёжи, является музыкой, пропагандирующей аморальные ценности.

На основе исследования мы сформулировали следующие рекомендации, для развития социокультурных потребностей в молодежной среде, через их музыкальные предпочтения.

1. Необходимо попытаться изменить односторонность музыкальных предпочтений молодёжи, т. е. «коэффициент однообразия». Главным инструментом решения этой проблемы может служить разнообразие музыкальных направлений, воплощающих гуманистические ценности, которые будут влиять на формирование духовной личности молодых людей.

2. Чтобы повысить интерес к предлагаемой музыке, нужно использовать «статусность» исполнителей, современность и уникальность атмосферы. Так как важным фактором, привлекающим внимание, для современной молодёжи, является необычная подача и узнаваемость имени исполнителя.

3. Для большего охвата предполагаемой целевой аудитории использовать освещение «хитов» в социальных сетях и СМИ.

4. Учитывая все эти рекомендации, государство существенно сможет повысить популярность музыки, направленной на развитие социокультурных потребностей в молодежной среде.

Список литературы

1. Долгушина М. Ю. Музыка как феномен художественной культуры [Электронный ресурс] / М. Ю. Долгушина. – Аналитика культурологии. – 2009. – Режим доступа: <http://www.fdfgroup.ru/?id=561>.

2. Официальный сайт FDFgroup. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fdfgroup.ru/?id=237>.

3. Формирование общечеловеческих ценностей как проблема социологической науки // Актуальные проблемы педагогики, психологии и частных дидактик. Часть 9. – Набережные Челны, 2002. – С. 70-78.

Ю. А. Хвостова

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ВЫБОР МОЛОДЕЖЬЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ФОРМЫ ЗАНЯТОСТИ

Молодежь рассматривается как активный субъект преобразования социума, как объект социализации и главный кадровый ресурс развития экономики. Именно она привносит новое в развитие всех сфер деятельности общества и государства, стремительно реагирует на изменения во внешней среде, более склонно к поиску новых способов управления бизнесом, реализации новаторских решений.

На данный момент одной из приоритетных форм занятости для молодежи является предпринимательство. Развитие молодежного предпринимательства в России является одной из главных задач, об этом свидетельствуют положения концепции Стратегии развития молодежного предпринимательства в РФ на период до 2025 г. [5].

Молодое поколение сформировалось в таких реалиях, где деятельность предпринимателя воспринимается, как основа финансового благополучия.

Ценностные установки молодых людей формируются под непосредственным воздействием факторов внешней среды, они также оказывают влияние на формирование предпринимательской культуры молодежи [4, с.15].

Отечественные авторы в качестве факторов, определяющих выбор молодежью предпринимательства как формы трудовой занятости, выделяют социальное и культурное отношение молодежи к предпринимательской деятельности. [1, с.12]

Отсутствие стартового капитала является одним из основных препятствий для молодых людей, желающих основать свой собственный бизнес. Также они сталкиваются с определенными административными препятствиями и коррупционными барьерами. К факторам, которые препятствуют существованию и развитию молодежного предпринимательства, также относятся: неблагоприятные налоговые режимы, неэффективные законы о конкуренции, сложная процедура регистрации своего бизнеса, четкое определение права собственности и защиты.

Главными недостатками и ограничениями, влияющие на молодых людей в области бизнес-помощи и поддержки являются: отсутствие деловых связей, недостаток знаний, доступных услуг по поддержке бизнеса, отсутствие консультантов в области развития предпринимательской деятельности, которые могут оказать поддержку.

Влияние на вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность оказывают внутренние факторы. К ним относится мотивация, предпринимательский опыт семьи, имеющиеся у человека способности, знания и навыки, требующиеся для ведения бизнеса.

Согласно содержанию мотива, которое дается Г. Б. Кошарной, мотивационные установки оказывают непосредственное влияние на формирование предпринимательской культуры и тесно связаны с ценностями и ценностными установками [3, с. 250]. Отмечается также, что среди молодых предпринимателей мотивация может быть как внешней (деньги), так и внутренней. Наибольшей мотивационной способностью обладает стремление к получению результата и одержимость идеей.

Социологи считают, что на формирование культурного опыта оказывает влияние эмоциональный информационно-исторический фон. Он складывается под воздействием семейного или личного предпринимательского опыта. При этом последний можно рассматривать как активный, а первый – как пассивный (наблюдательный).

Непосредственное влияние на развитие предпринимательства оказывают нравственные и религиозные ценности, ценностные ориентации и традиции. В работе немецкого социолога В. Зомбарта [2, с. 48] отмечается прямое воздействие ценностных факторов на формирование и развитие предпринимательской культуры.

К эндогенным факторам также относятся: способность к адаптации в новых условиях, стремление к новаторству, готовность к риску, способности к конкуренции и руководству, а также уверенность в собственных силах.

Бизнес-инкубаторы, форумы и конференции по вопросам предпринимательства дают возможность приобрести необходимые социальные связи и знакомства. Ещё одним ресурсом для этого на данный момент является Интернет. Он стал одной из самых доступных площадок для поиска партнёров, набора сотрудников, а также как средство обмена опытом.

На данный момент «Корпорацией развития предпринимательства», единой инфраструктурой поддержки бизнеса Ульяновской области, осуществляются проекты: «Лига студенческого предпринимательства», «Школа начинающего предпринимателя» и др.

В рамках курсовой работы было проведено пилотажное социологическое исследование в городе Ульяновске методом анкетного интернет-опроса. Целью, которого являлось выявление отношения молодежи города Ульяновска к предпринимательской деятельности.

Характеризуя предпринимателей, респонденты наиболее часто упоминали такие важные стороны их личности, как «трудолюбие, целеустремленность» (70%), «умение договариваться» (54%), «лидерские качества, активность» (50%).

По результатам опроса, 54% респондентов считают, что предпринимателю не обязательно иметь диплом о высшем образовании.

В качестве главных проблем, стоящих на пути развития молодежного бизнеса в г. Ульяновске, респонденты называли, в первую очередь, отсутствие стартового капитала (64%), «внутренние» факторы (недостаточно знаний и опыта) – 46%, и только затем «внешние» факторы (бюрократизм (28%), недостаточная поддержка со стороны властей (38%), высокие налоги (38%)). 88% опрошенных уверены, что доступ в интернет способствует развитию предпринимательства.

Респонденты также отметили, что государство прилагает недостаточно усилий для стимулирования развития малого бизнеса в России (62%). Подтверждением этого является незнание респондентами о каких-либо организациях в г. Ульяновске, содействующих молодежному бизнесу (64%).

Таким образом, в качестве главных факторов, определяющих выбор молодежью предпринимательства как формы занятости, выступают, общество, государство, его социальные институты, СМИ, интернет, личностные характеристики человека и социальное окружение. Важную роль в развитии молодежного предпринимательства играет и создание представления о предпринимательстве как о достойной, общественно-полезной и престижной деятельности.

Список литературы

1. Власов Г. Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе / Г. Ю. Власов // Журнал «Российское предпринимательство». – 2011. – № 10. – С. 11-16.
2. Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В. Зомбарт; пер. с нем. Ю. Н. Давыдова. – М. : Наука, 1994. – 443 с.
3. Кошарная Г. Б. Формирование культуры предпринимательства в переходном обществе : дис. на соиск. учен. степ. д-ра социол. наук: 22.00.03 / Г. Б. Кошарная. – Днепропетровск, 1999. – 352 с.

4. Левина А. А. Семья в системе ценностей современной молодежи: социологический аспект [Электронный ресурс] / А. А. Левина // Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации». – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2013/10/28016>.

5. Стратегия развития молодежи Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vmo.rgub.ru/files/project-937-2.pdf>.

УДК 069.316

Е. К. Шехирева, Г. М. Шигабетдинова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

МУЗЕЙ КАК МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ ДОСУГА МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ

Свободное время – значимая и неотъемлемая часть жизни молодого поколения. Свое свободное время они тратят на СМИ, посещение учреждений культуры и зрелищ, чтение, межличностные коммуникации, занятия спортом, пассивный отдых и т. д. Свободное время для любого человека является временем, которое он посвящает самому себе, выражает себя наиболее полно. Досуговые формы деятельности способствуют не только усвоению норм социального поведения, но и формируют, закрепляют их в этих нормах. В связи с этим свободное время представляет собой ценность не только для молодежи, но и для общества в целом. [4, с. 55]

Целью данной работы является выявить наиболее эффективный способ взаимодействия музеев с молодежью.

Музей это явление культуры, он обогащает город, хранит его историю, передает информацию от поколения к поколению. За последнее время их стало больше, чем за последние полвека. Продолжается выставочный бум, извлекаются из запасников и хранилищ уникальные музейные предметы, которые становятся экспонатами. [3, с. 212]. В музейной среде посетитель вступает в диалог культур, круг общения личностных ценностных представлений. Молодое поколение по-разному воспринимает музейные ценности посредством понимания, сопереживания, объяснения и созерцания. Погружение в самобытный мир музея требует определенной самоотдачи, душев-

ных усилий, а порой преодоления стереотипов и внутренних барьеров. Если взгляды посетителей соответствуют культурным и научным нормам музейных специалистов, то между ними возникает взаимопонимание, и смысл, вкладываемый в собрание или в отдельные предметы, будет точно воспринят. В этом и заключается элементарный акт коммуникации в музее [1, с. 409].

Для изучения предпочтительных способов проведения досуга молодого поколения, а также, для того чтобы определить какое место музеи занимают у населения города Ульяновска в иерархии потребностей, нами было проведено авторское исследование на тему: «Музей как центр науки и творчества – идеалы и реалии». В исследовании приняли участие молодые жители города Ульяновска в возрасте от 18 до 26 лет. Выборочная совокупность исследования составила 400 человек.

Результаты проведенного опроса молодого поколения Ульяновска свидетельствует, что досуговая активность для них – это активные формы внедомашнего времяпровождения. Молодежь посещают кинотеатры, музеи, выставки и другие культурные учреждения (см. Таблицу 1).

Таблица 1

Способы проведения досуга молодежи
(в % от числа опрошенных; n = 400)

| Способ проведения досуга | Всего | От 18 до 26 лет | |
|---------------------------------|-------|-----------------|-----|
| | | Да | Нет |
| Встреча с друзьями | 7 | 8 | 5 |
| Чтение книг | 15 | 17 | 11 |
| Активный отдых | 26 | 26 | 26 |
| Посещение культурных учреждений | 34 | 34 | 34 |
| Компьютерные игры | 15 | 13 | 20 |
| Пол | | | |
| Мужской | 66 | 65 | 35 |
| Женский | 34 | 66 | 34 |

В тоже время следует отметить, что посещение музеев входит в число приоритетных форм проведения досуга молодых людей.

Развить любовь и интерес к музейной деятельности почти невозможно. Но необходимо сделать все, чтобы это исправить. Посещение музеев помогает пробудить чувство «прекрасного» и бережное отношение к своей истории. А для этого стоит обратить внимание на создание такой атмосферы, чтобы мероприятие в музеях не превратилось в формальность, или не сопровождалось насмешками, которые в большой моде у циничного нынешнего поколения. Для

этого необходимо определить наиболее привлекательный способ подачи информации в музеях [2, с. 245].

Посетители музеев предпочитают не просто смотреть экспонаты и выставки, а участвовать в интерактивных шоу. Молодежь отдает предпочтение новым способам коммуникации-геймификация (квесты, шоу), специальные события (мероприятия) и др. Но в музеях Ульяновска обычно используются только классические приемы продвижения информации и привлечения аудитории, такие как: выставки, презентации и мастер-классы и др. Поэтому расширив спектр предлагаемых услуг, музей станет одним из рядовых заведений, где молодое поколение сможет не только получать новые знания и информацию, но и с удовольствием проводить свое свободное время в культурном пространстве.

Итак, Молодые люди считают, что музеи все еще играют важную роль в культурной среде общества, это связано с почитанием и изучением традиций истории. Использование новых технологий продвижения музейной деятельности, таких как специальные мероприятия, квесты, шоу, геймификация и т. д., поможет выстроить правильное взаимодействие музеев с молодым поколением. Необходимо внедрить в музеи такой способ подачи информации, чтобы культурное достояние было понятно и входило в личные переживания каждого из посетителей.

Список литературы

1. Акулич Е. В. Музей как социокультурный институт : дис. д-р соц. – СПб, 2004. – 409 с.
2. Камерон Д. Д. Камерон точки зрения: Музей как коммуникационная система и значение для музейного преобразования / Д. Камерон. – 3 изд. – М. : РОСМЭН, 2002. – 245 с
3. Рябков В. М. Историография функций культурно–досуговых учреждений : учебное пособие / В. М. Рябков. – М. : Изд-во МГУКИ, 2010. – 212 с.
4. Сукиасян Э. Р. Новые подходы, иные решения / Э. Р. Сукиасян // Научные и технические библиотеки. – 2004. – № 6. – С. 54-63.

Раздел 3: Участие молодежи в решении социальных и коммуникативных проблем, развитии инновационного бизнеса и предпринимательства

УДК 93.23

Д. А. Абрамова, Е. Р. Ахметшина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

МОДЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ИННОВАЦИЙ СРЕДИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

В современном мире крайне недостаточен приток талантливой молодежи в науку, решением проблемы может служить активная коммуникационная деятельность, направленная на популяризацию науки и инноваций. Научной или инновационной деятельностью всего 7% современной молодёжи, в частности студентов и школьников. Если иметь в виду, что в эти 7% входят люди, которые занимаются научной деятельностью или близкой к научной, исключительно ради оценки и с отсутствием заинтересованности в получении какого-либо результата, то перспективных деятелей науки или инновационной деятельности остаётся не более 3-4%. [2] Эта цифра является самым наглядным показателем привлекательности науки для современной молодёжи. Чтобы вступать с молодежью в научные коммуникации необходимо выяснить интересна ли им в целом сфера инноваций, насколько они открыты к новшествам, новым продуктам и технологиям, а также выделить мотивы для возможного участия в инновационном творчестве.

Цель данной статьи – построить модель эффективной коммуникации в сфере инноваций среди учащейся молодежи.

В статье мы опираемся на данные авторского исследования «Коммуникации в сфере инноваций среди учащейся молодежи», проведенного на базе кафедры «Политология, социология и связи с общественностью» Ульяновского государственного технического университета в 2016 году, эмпирической базой исследования являются две фокус-групповые дискуссии со студентами вузов и учащимися 10-11 классов г. Ульяновска (n = 19). Размер выборки определяется темой и задачами исследования, выделена по квотам в соответствии с местом обучения респондентов.

В ходе исследования было выяснено, что все респонденты, независимо от их места обучения и возраста открыты к инновациям, они интересуются новыми продуктами, технологиями, а соответственно должны быть открыты к участию в коммуникациях в инновационной сфере. Молодежь хорошо информирована о популярных брендах, которые занимаются внедрением и созданием инноваций и хотела бы даже в будущем работать в данных организациях.

Самыми часто упоминаемыми мотивами на участие в инновационном творчестве стали деньги, воплощение интересной идеи, работа в высококвалифицированной команде и возможность помогать людям. Также в процессе фокус-группы со школьниками выяснилось, что важна поддержка со стороны государства: *«Поддержка со стороны различных организаций (государства или бизнеса, НКО), если я буду понимать и видеть, что результаты моей работы кому-то нужны, кто-то ценит их».*

Главными критериями интересности инновационных мероприятий стали их интерактивность, выступление известных ораторов и возможность «дотронуться» до новых технологий и продуктов своими руками:

– *«Запомнилось большое количество представленных инновационных проектов, понравилось, что все можно опробовать на себе, потрогать и послушать интересные факты об этих экспонатах»;*

– *«Было много полезной интересной информации, понравилась возможность контактировать с ТОПовыми специалистами, узнаю о мероприятиях из почтовой рассылки и от преподавателей».*

Понятно, что некоторым молодым людям не интересна инновационная сфера, у них другие интересы, но есть и вторая группа, которых, с одной стороны, тяга к новым знаниям и общение с интересными людьми мотивируют посещать инновационные мероприятия, с другой, для них существуют барьеры, главными из которых являются – низкая информированность о существующих проектах и отсутствие свободного времени:

– *«Мешает нехватка времени и высокая плата за билет, мотивирует тяга к новым знаниям»;*

– *«Проблема еще в том, что редко когда поступает информация о подобных мероприятиях, а некоторые мероприятия могут быть платными, и не всегда есть возможность на них пойти. Иногда времени не хватает просто».*

Также был проанализирован важный код «предпочтительные каналы коммуникации». Сохраняют свою актуальность и значимость

и традиционные, зарекомендовавшие себя форматы научных коммуникаций, такие как, организация выставок, проведение циклов лекций и мастер-классов, проведение экскурсий. Однако, и они трансформируются в русле развития отрасли научных коммуникаций – респонденты отмечают важность использования понятного им популярного языка и элемента интерактивности, при котором участники из зрителей и слушателей переходят непосредственно в разряд «исследователей»:

– *«Мастер-классы, выставки, проще воспринимать информацию если задействовать интерактивные площадки.»;*

– *«Конференции, мастер-классы. Проще и интереснее воспринимать конечно интерактивным способом, когда можно все потрогать и испытать.»*

В таких формах взаимодействия, как мастер-классы, выставки, конференции, молодежь имеет возможность активно взаимодействовать между собой, а также с научным сообществом. Данные формы коммуникаций не только повышают степень информированности молодежи о инновационной сфере, но стимулируют далее развиваться и вовлекают в процесс создания и внедрения новаций. Важно отметить, что место обучения не влияет на мотивацию участия школьников и студентов в данных проектах, они интересны всем, так как используются различные формы взаимодействия. Также, выделим следующие проявления развлекательного начала в популяризации науки: зрелищность и интерактивность.

Эффективным станет общение с молодежью в социальных сетях посредством постов с картинками, видео и текстовой информацией. Эти посты должны быть наполнены интересной информацией не только об мероприятиях, но и известных людях в инновационной сфере, новых продуктах и технологиях. Вот некоторые ответы респондентов:

– *«Ютуб и рассылки на электронной почте, боты в телеграме – наиболее удобные и те, которые чаще всего мной используются»;*

– *«Из социальных сетей конечно же и получаю, и хочу получать. Для меня более чем, если мне будет мало – я всегда задам вопросы организаторам».*

Итогом данного качественного исследования стало составление модели эффективной коммуникации в сфере инноваций среди учащейся молодежи, где учитывались следующие мотивы на участие учащейся молодежи в инновационных мероприятиях: различные поощрения; хорошие условия с перспективой на будущее; саморазвитие; рекреативные мотивы (отдых, развлечение) и предпочтитель-

ные формы коммуникации: личные коммуникации (встречи с организаторами, стенды с информацией и возможностью пообщаться с организаторами/волонтерами); лекторы-студенты; интерактивность взаимодействия (мастер-классы, выставки); рекреативность мероприятий; игровая форма взаимодействия; социальные сети (Вконтакте, официальные сайты); видео форма подачи информации.

Список литературы

1. Лапшов А. Б. Коммуникации в сфере инноваций. К вопросу концептуализации мировой и российской практики // Медиаскоп. – 2011. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/719> (дата обращения 20.05.2017).

2. Мельников М. В., Рагозина М. А. Популяризация научной и инновационной деятельности среди молодёжи / М. В. Мельников, М. А. Рагозина // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2012. – № 8. – С. 25-27.

УДК 001.1

К. Аглиулова, Е. Р. Ахметшина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ИТ-КЛАСТЕРА В СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В последние годы развитие информационных технологий (далее – ИТ) является одним из главных направлений модернизации региональных экономик. В Послании Президента РФ Федеральному Собранию 2016 года В. В. Путин объявил, что ИТ-индустрия является сегодня одной из самых быстроразвивающихся отраслей в стране: «Объем экспорта отечественных компаний за пять лет вырос вдвое... Совсем недавно ИТ-технологии составляли цифру, которая приближалась к нулю, сейчас – 7 миллиардов долларов. Увеличились и другие показатели: выручка, налоговые поступления ... в начале пути, в 2010 году их налоговые отчисления составляли 28 с небольшим миллиардов рублей, а через два года – уже 54 миллиарда рублей...» [1]. Также Президент РФ поставил недвусмысленную задачу – в ближайшее десятилетие сделать ИТ-индустрию одной из ключевых экспортных отраслей России. Следовательно, воз-

растает потребность в качественных, квалифицированных кадрах, в том числе для обслуживания предприятий других отраслей: для успешного развития экономики и удовлетворения спроса отрасли на ИТ-кадры к 2020 году потребуется создать более 350 тысяч новых высококвалифицированных рабочих мест. Для решения этой задачи, согласно стратегии научно-технического развития Российской Федерации, необходимо создание специализированных площадок для активного взаимодействия участников отрасли.

Исследование ИТ-кластера Ульяновской области, проведенное в Ульяновском государственном техническом университете по заказу и при непосредственном участии ИТ-сообщества, подтверждает необходимость активного взаимодействия профессионального и студенческого ИТ-сообщества на более глубоком уровне [2, с. 137]. При рассмотрении изменения доли рынка, занимаемой ульяновскими ИТ-компаниями в России, прослеживается положительная динамика. На этом основании можно предположить, что в течение следующих лет в связи с увеличением количества компаний ИТ-рынок будет расширяться. Ежегодный рост количества сотрудников в ИТ-компаниях составляет в среднем около 20%, наблюдается устойчивая тенденция к дальнейшему увеличению.

Проблема, рассматриваемая в нашей статье, заключается в том, что, с одной стороны, в сфере ИТ Ульяновской области применяются разные формы поддержания благоприятного имиджа сферы ИТ среди молодежи: активно проводятся курсы, проекты, семинары, олимпиады, форумы и другие. А с другой стороны, молодежь не считает сферу информационных технологий в Ульяновской области перспективной для себя. Целью статьи является изучение отношения к сфере ИТ со стороны молодых людей Ульяновской области.

Необходимо отметить, что важнейшей объективной составляющей имиджа кластера является совокупность конкурентных преимуществ и недостатков. Региональный кластер – это совокупность фирм, университетов и других организаций, связанных в определенной производственной области в определенном регионе, где синергия достигается при помощи конкуренции и кооперации между участниками. Имидж кластера региона – это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков кластера и территории, собственного опыта людей и слухов, влияющих на создание определенного образа.

Обеспечение конкурентоспособности обусловлено совершенно новой степенью развития общества, когда вопросы образа, имиджа, бренда становятся факторами изменения восприятия реальности [3, с. 22].

В 2017 году на базе кафедры «Политология, социология и связи с общественностью» УлГТУ было проведено прикладное социологическое исследование (выборка квотная, репрезентативная, n = 390 человек). Цель исследования – описать текущий имидж IT-кластера региона среди представителей молодежи профильных направлений подготовки ульяновских ссузов и вузов, молодых IT-специалистов в возрасте до 35 лет. Приведем лишь некоторые результаты исследования.

Информированность на уровне региона о сфере IT довольно высока (78%). Она существенно отличается у учащихся ссузов – лишь 55% студентов знают о своей профильной сфере деятельности. Возможно, это объясняется тем, что выбор своей профессии после 9 класса осуществлялся не осознано. Учащиеся руководствовались советами родителей, мнением учителей, стереотипами (см. Табл. 1).

Отношение школьников, студентов и уже работающих молодых специалистов к проводимым в регионе специальным мероприятиям в сфере IT в целом положительное (62% опрошенных полностью положительно оценивают их проведение, 24% хотели бы, чтобы их выводили на новый уровень). Но 14% опрошенных считают, что данные мероприятия не нужны. Такой ответ может быть связан с недостаточной удовлетворенностью уровнем мероприятий. Каждый четвертый отметил, что хочет видеть крупные и известные IT-компании, которые смогут поделиться своим опытом.

Таблица 1

**Информированность в сфере IT на уровне региона
(в % от числа опрошенных, n = 390)**

| Информированы ли Вы о развитии информационных технологий в России? | Всего | Обучение и работа | | | Уровень должности | | | |
|--|-------|-------------------|-----|--------|-------------------|-------------------|----------|------------|
| | | Ссуз | Вуз | Работа | Директор | Рук. средн. звена | Менеджер | Специалист |
| Да | 78 | 55 | 84 | 86 | 83 | 71 | 100 | 91 |
| Нет | 22 | 45 | 17 | 14 | 17 | 29 | 0 | 9 |

Интересно рассмотреть мотивы участия молодежи в специально организованных мероприятиях IT-сферы. Такой фактор как финансирование проекта значим только для 9% респондентов.

Большая доля респондентов приняли бы участие в мероприятиях для того, чтобы приобрести знания и опыт (43%). Мероприятие для молодежи – это, прежде всего, одна из форм показать, «кто есть я», продемонстрировать свои навыки, в будущем – устроиться на хорошую работу. Работающая молодежь идет на такие мероприятия за приобретением опыта (69%).



Рисунок 1. Мотивы молодежи на участие в специальных ИТ-мероприятиях (в % от числа опрошенных, n = 390)

У студентов ссузов и вузов главным мотивом для участия в специальном мероприятии в сфере ИТ служит накопление знаний в данной отрасли: 60% учащихся ссузов и 57% учащихся вузов. На втором месте в рейтинге мотивов у учащейся молодежи стоит возможность увидеть новые передовые разработки и зарекомендовать себя для будущего трудоустройства, так как на мероприятиях часто принимают участие компании, хорошо зарекомендовавшие себя на региональном рынке ИТ. Главный мотив у работающей молодежи – общение с новыми интересными людьми (73%). Для таких респондентов это единственная возможность обменяться опытом, мнением и знанием со своими коллегами.

Результаты исследования привели к следующим выводам.

1. Несмотря на то, что процент информированной молодежи о развитии информационных технологий высок, остаётся довольно высокий процент молодежи, которая не знает о трендах отрасли.
2. Молодёжь ощущает недостаток взаимодействия с представителями ведущих ИТ-компаний.

3. При высокой заинтересованности и мотивации молодёжи к получению новых знаний и навыков, данный процесс приобретает для них высокую значимость только при возможности получения новых компетенций от практикующих специалистов.

Выявленные противоречия требуют создания новой площадки для развития системы непрерывного ИТ-образования в связке: вуз – компании ИТ-кластера. В таком случае профессиональное сообщество включается в процесс обучения потенциальных сотрудников ещё во время их обучения в школе и в университете.

Список литературы

1. Послание Президента России Владимира Путина Федеральному собранию РФ. Полная версия [Электронный ресурс] // Официальный сайт 1-го канала, 01 декабря 2016 г. – Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2016-12-01/315183poslanie_prezidenta_rossii_vladimira_putina_federalnomu_sobraniyu_rf_polnaya_versiya.

2. Ярушкина Н. Г. Исследование ИТ-кластера Ульяновской области / Н. Г. Ярушкина, Т. В. Афанасьева, О. В. Шиняева и др., отв. ред. Т. В. Афанасьева. – Ульяновск : УлГТУ, 2013. – 137 с.

3. Зязина В. А. Принципы территориального брендинга / В. А. Зязина // Науч. ведомости Белгор. гос. ун-та. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика. – 2010. – Вып. 14. – № 7. – С. 22-33.

УДК 304.069

А. М. Анисимова, О. В. Шиняева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

РЕКЛАМА В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ: ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ

Современную жизнь сложно представить без рекламы. Она настолько глубоко внедрилась в повседневность, что воспринимается как обязательный компонент социокультурной среды – уникальный, оригинальный, но необходимый. В эпоху информационной глобализации реклама отвечает запросам массовых коммуникаций, постоянно заполняя информационное поле молодых людей. Но в настоящее время наблюдается перенасыщение рекламными коммуникациями. Они становятся более однотипными и не вызывают интереса у молодежи. Это отражает актуальность темы данной статьи.

Целью статьи является выявление места рекламы в жизни молодежи и ее влияния на данную социальную группу.

В современных условиях отмечается рост интереса к рекламным взаимодействиям в рамках социокультурного подхода. Актуальность этого подхода связана с потребностями в формировании нового общественного сознания, основанного на выделении индивидуализма и реализации личных амбиций. Представителями этого научного направления в российской социологии являются Б. Л. Борисова, Е. Кара-Мурза, И. Я. Рожков, Л. Н. Федотова, рассматривающие рекламу как «эскалатор культурных ценностей» в обществе [2, с. 76]. Особое значение данный подход имеет в привлечении внимания к рекламе молодежной аудитории.

Современная реклама – это креативное средство представления идеи рекламного обращения в яркой и эмоционально окрашенной форме. Именно такая реклама позволяет привлекательно и убедительно донести информацию до целевой аудитории, состоящей из молодых людей [1, с. 65]. При этом под креативом мы понимаем творческий процесс, итогом которого является создание уникальной идеи рекламы и самого рекламного обращения. Креативность в рекламе многогранна, она объединяет знания о человеческом поведении и умение создавать незабываемый эффект.

Для рассмотрения влияния рекламы на молодых людей мы провели социологическое исследование на тему: «Рекламная способность современной рекламы в оценках потребителей» (2016 г.). Выборочная совокупность составила 360 молодых людей города Ульяновска.

По результатам опроса мы выявили эмоциональное отношение респондентов к каналам и средствам рекламы. Самым эффективным каналом среди молодых людей от 17 до 22 лет стала Интернет реклама, а самым неэффективным – радиореклама.

В ходе опроса мы выяснили, какому виду рекламы респонденты доверяют больше всего. 40% респондентов вообще не доверяют рекламе, 39% доверяют социальной рекламе, так как она часто затрагивает действительно важные проблемы и вопросы современного общества, 20% доверяют коммерческой рекламе и всего лишь 1% респондентов доверяют политической рекламе.

Население меньше всего доверяет политической сфере, что подтвердил данный вопрос. А полное отсутствие доверия к рекламе вызывает противоречие, ведь несмотря на данный факт, люди следуют рекламным сообщениям.

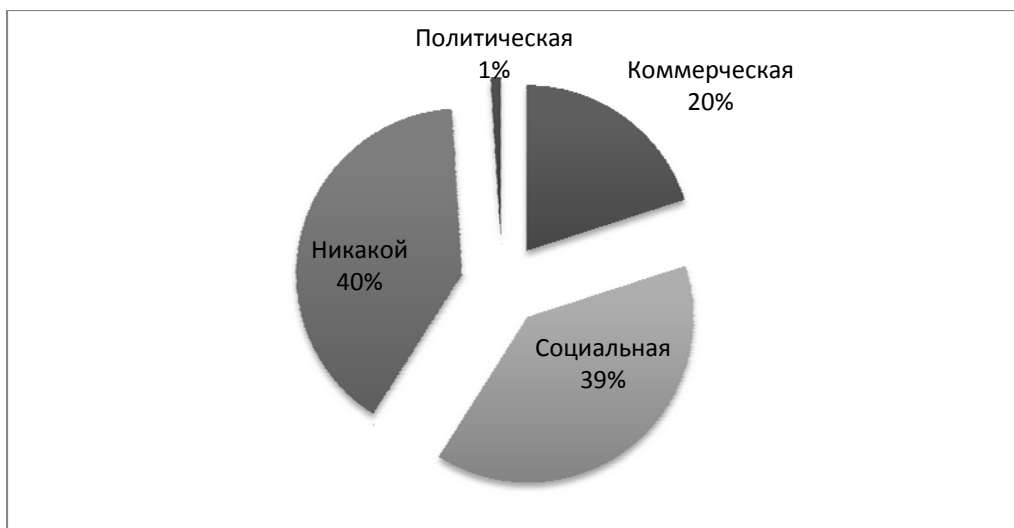


Рисунок 1. Доверие видам рекламы (в % от числа опрошенных, n = 360)

Важным условием эффективности рекламного послания является его информативность. Мы выяснили, какие из рекламных приемов наиболее информативные и несут наибольшую эффективность среди молодых людей.

На первом месте – мнения обычных людей (33%), на втором – видеоролик игровой (28%) и на третьем – мнения о товаре известных людей (27%). Мнения обычных людей создают доверительный контакт, будь то рекламный ролик или небольшой рассказ. Мы привыкли полагаться и доверять мнению своих друзей, коллег и близких. Этот эффект переходит и на действие рекламы. Слушая мнение обычных людей мы сами создаем полноценную информированность.

Включение в рекламу элементов геймификации создает дополнительный эффект, который благоприятно влияет на принятие информации. Мнения о товаре известных людей чаще всего используют крупные бренды, прежде всего потому, что у них есть достаточный капитал. Наблюдая такую рекламу человек, ассоциирует товар с данной известной персоной, и дорисовывает качества товара, опираясь на его характеристики.

В рамках нашего исследования мы выявили ценностное восприятие рекламы. Больше половины респондентов (54%) считают, что реклама это в первую очередь «способ воздействия на сознание в интересах производителей». Это связано с тем, что в настоящее время ни для кого не секрет, что реклама призвана продавать товар потребителю и извлекать из этого экономическую выгоду. Каждый третий относится к рекламе как к каналу получения информации. И только 17% респондентов отнесли рекламу к части информационной среды, в которую также входят СМИ и Интернет-коммуникации.

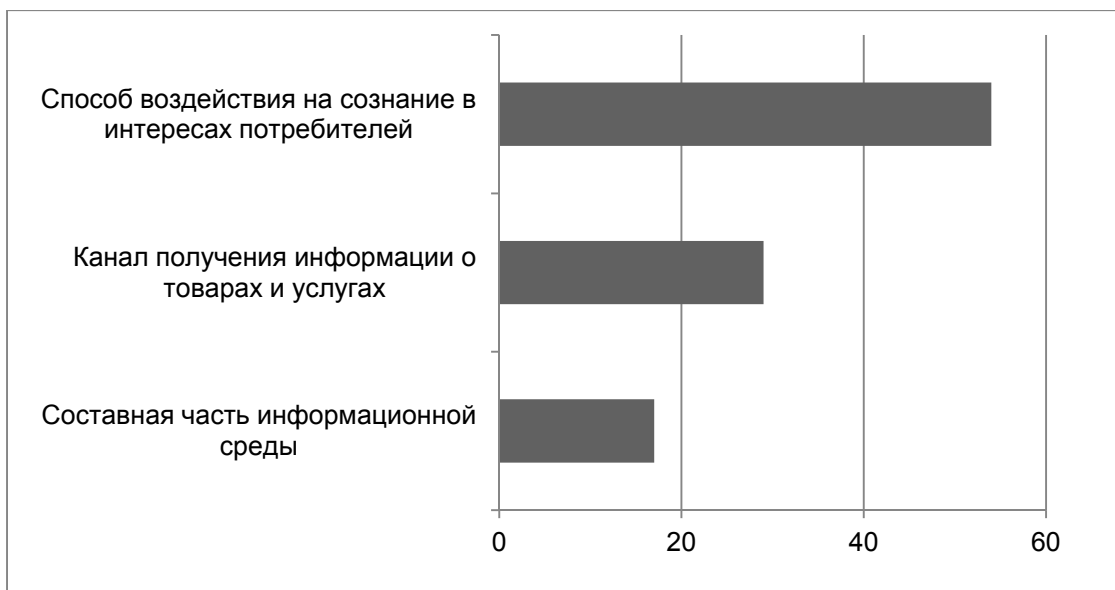


Рисунок 2. Ценностное восприятие рекламы (в % от числа опрошенных, n=360)

Итак, мы выяснили, что реклама занимает большое место в жизни молодых людей, особенно в Интернет пространстве. Несмотря на назойливость, молодежь доверяет коммерческой рекламе, но основное предпочтение отдает социальной, которая затрагивает существующие проблемы в обществе. Воспринимаются рекламные коммуникации молодыми людьми как способ воздействия на их потребительские установки. Поднять уровень заинтересованности можно с помощью мнений обычных людей и известных личностей, игровых приемов, рекламных роликов.

Список литературы

1. Галашова Н. Б. Нестандартные формы рекламного воздействия: маркетинговый эффект / Н. Б. Галашова, Н. А. Камарова, Е. И. Черных // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2015. – № 5 (158). – С. 63-68;
2. Федотова Л. Н. Социология рекламной деятельности. – М., 2007. – 560 с.

В. И. Астахова

Апатиты, филиал Мурманского арктического
государственного университета

ТРУДНОСТИ ПРИ ПОИСКЕ РАБОТЫ У МОЛОДЕЖИ В ГОРОДЕ АПАТИТЫ

Рынок труда играет важную роль в современном развитии экономических отношений. В наиболее трудном положении находится молодежь на рынке труда, ведь именно ей труднее всего с нуля вникнуть в этот огромный механизм трудовой деятельности [1]. Каждому работодателю гораздо удобнее трудоустроить к себе человека, который обладает большим опытом по сравнению с молодыми специалистами. Трудности при поиске работы является актуальной темой в связи с кризисом социально-экономического положения молодежи в современном обществе. Во-первых, молодежь не в силах конкурировать с другими категориями людей, вследствие отсутствия профессионального опыта. Во-вторых, пока молодой специалист находится в процессе поиска работы, то проходит большое количество времени, что приводит к обесцениванию ранее полученных знаний. В-третьих, на этом рынке существенна дискриминация по половому признаку, работодатели при приеме на работу предпочтение отдают женщинам, хоть и выпускников высших учебных заведений среди женщин гораздо больше [2]. В-четвертых, в связи с быстро меняющимся рейтингом востребованных специальностей, молодой специалист может оказаться не востребованным после окончания ВУЗа.

В настоящее время молодежь оценивается как наиболее социально-экономически незащищенный сектор рынка труда в вопросах труда и занятости. Впервые появившиеся на рынке труда с небольшим опытом, или его с отсутствием, без наличия необходимых навыков, молодые люди сталкиваются с серьезными трудностями при попытке устроиться на работу. Таким образом, столкновение с «рабочей реальностью» часто приводит к изменению трудовых ценностей, которые непосредственно ведут к возникновению безработицы, что негативно сказывается на социально-психологическом развитии молодых людей и часто приводит к исчезновению мотива к труду как средства личной самореализации, тем самым нарушая процесс адаптации.

Занятость молодежи является злободневной проблемой как во времена кризиса, так и в условиях экономической стабильности. Молодежь сталкивается с различными трудностями на рынке труда. Вследствие недостаточного уровня профессионализма, отсутствия опыта работы, навыков, умений, молодежь уступает другим категориям населения, обладая высоким уровнем уязвимости. Базовым барьером к трудоустройству молодежи является диссонанс между трудоустройством по желаемой специальности/профессии и ту, на которую готовы их трудоустроить.

Цель исследования – изучить трудности молодежи города Апатиты при поиске работы.

Объект исследования – молодежь (от 14 до 30 лет) г. Апатиты.

Предмет исследования – трудности молодежи города Апатиты при поиске работы.

На вопрос: «С какими трудностями Вы столкнулись в период поиска работы?» лишь 1,0% – ответили, что трудностей не возникло. По диаграмме 1 выясняем, что низкая заработная плата (24,1%) и отсутствие опыта (20,6%) часто встречались среди ответов респондентов. Менее значимые трудности по мнению респондентов: недостаточный уровень профессиональной подготовки (12,6%), удаленность предприятия (9,5%), высокая конкуренция при отборе (6,0%).

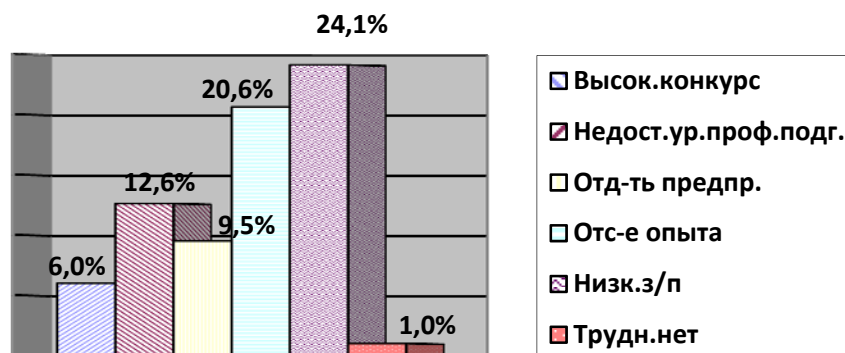


Рисунок 1. Трудности, с которыми столкнулись респонденты в период поиска работы, % от общего числа опрошенных

По мнению респондентов, работодатель в первую очередь обращает внимание на навыки, умения (28,4%) и потом уже (17,4%) на имеющуюся специальность у соискателя работы (рис. 2).

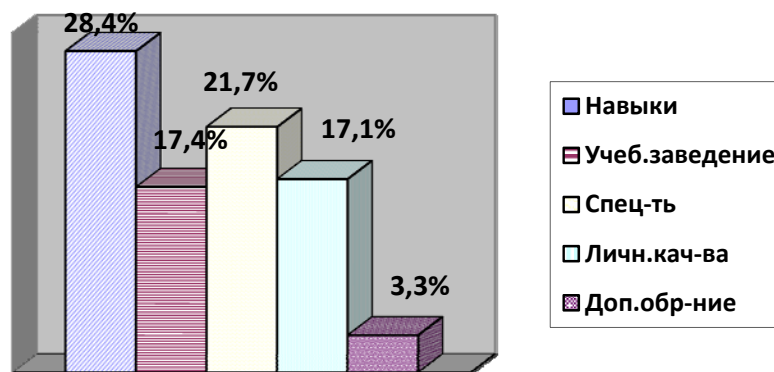


Рисунок 2. Аспекты, на которые работодатель обращает внимание в первую очередь, % от общего числа опрошенных

2,0% опрошенным не отказывали при трудоустройстве, 31,0% – отказали в связи с отсутствием опыта; 29,0% – причиной послужило не профильное образование и 25,0% – отсутствие вакантных мест (рис. 3).

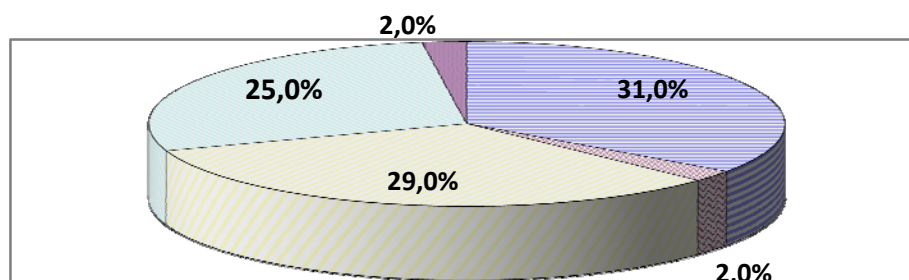


Рисунок 3. Причины отказа при трудоустройстве, % от общего числа опрошенных

Три часто встречающихся условия, по мнению респондентов, гарантирующие получение работы: наличие «связей» (22,6%), деньги (20,1%) и опыт (19,8%) (рис. 4).

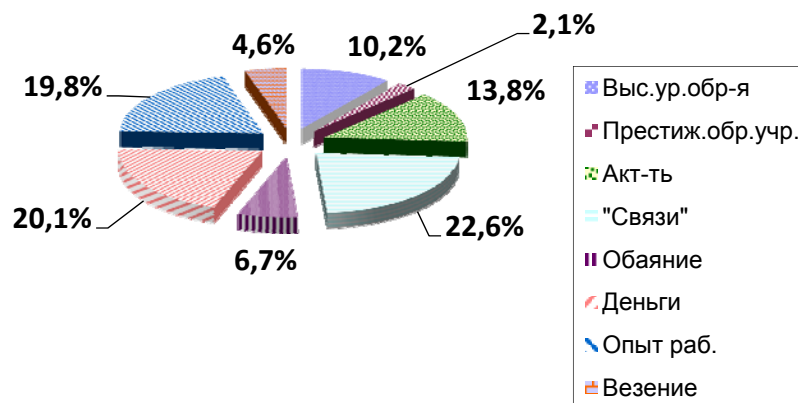


Рисунок 4. Условия, гарантирующие получение работы, % от общего числа опрошенных

В большинстве случаев для компаний трудоустроить молодежь является бесполезной тратой времени, и не говоря уже о низких заработных платах, молодежь вообще не может найти работу. Сталкиваемся с безвыходной ситуацией: как получить опыт работы, когда без опыта не берут. Когда опрошенным был задан вопрос, в связи с чем им отказали в работе, то 31,0% ответили, что причиной послужило отсутствие опыта, в первую очередь. А потом уже были названы такие причины, как: наличие непрофильного образования у соискателя работы, отсутствие вакантных мест, личные качества респондента. И лишь 2,0% – не сталкивались с отказом при трудоустройстве.

На основе всего выше изложенного пришли к тому, что на данный момент действительно превалирует проблема трудоустройства молодежи. При поиске работы у молодежи возникают, по мнению респондентов, две основные трудности: низкая заработная плата (24,1%) и отсутствие опыта работы (20,6%). Но ведь по сути одно – отсутствие опыта, порождает другое – неконкурентоспособность молодежи, а значит низкие заработные платы. Решить эту проблему реально лишь вопросом времени, приобретая год за годом опыт работы, лишь тогда трудоустроенный может рассчитывать на более высокий уровень оплаты труда.

Список литературы

1. Кипятков, С. Ю. Проблемы трудоустройства молодежи / С. Ю. Кипятков // Инновационная наука. – 2017. – № 1. – С. 55-56.
2. Михайловская, Г. Н. Выпускник ВУЗа и проблемы трудоустройства / Г. Н. Михайловская, А. Н. Занин // Территория науки. – 2012. – № 1. – С. 96-99.

Т. В. Березенко, И. Г. Гоношилина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ФАКТОРЫ ВЫБОРА ЗАВЕДЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ Г. УЛЬЯНОВСКА

В настоящее время практически все сферы жизни связаны с потреблением товаров и услуг. Знание особенностей поведения потребителя на рынке, его мотивации и факторов, привлекающих внимание и влияющих на лояльность, является основой для построения успешной коммуникаций бренда с потребителем [1].

Актуальность данной темы подтверждается тем, на сегодняшний день открыт вопрос о неизвестности мотивов и целей посещения заведений общественного питания, а также критериев его выбора, так как вполне очевидно, что потребители приходят в заведение не только с целью удовлетворения потребности в еде или же из-за нежелания готовить ужин дома.

Рынок кафе и ресторанов рассчитан на различные целевые аудитории, отличающиеся по возрасту, полу, доходу и другим параметрам. Поэтому он настолько разнообразен и имеет большое количество различных ниш, направленных на удовлетворение потребностей потребителя. Таким образом, потребитель сталкивается с огромным выбором кафе и ресторанов, отличающихся друг от друга по разным характеристикам. Поэтому целью данного исследования стало выявление факторов и мотивов выбора заведения досугового питания в городе Ульяновске среди молодежи.

По мнению Г. А. Васильева, А. А. Романова и В. А. Полякова, потребительское поведение направляется множеством мотивов, то есть совокупностью мотивов, соображений, интересов, которыми руководствуется потребитель, принимая решение о предпочтительности товара и целесообразности его приобретения [2]. Согласно модели потребительского поведения, в индустрии гостеприимства, предложенной Р. Э. Тиром, существуют факторы, которые влияют на процесс принятия решения потребителем о приобретении продукта или услуги индустрии общественного питания. Наиболее сильное воздействие на решение потребителя оказывают: советы ближнего окружения (семьи или друзей), полученный предшествующий опыт и впечатления, предпочтения и привычки, а также уровень риска. Комплекс этих факторов, создает определенный уровень вовлеченности потребителя в процесс принятия решения покупки товара или услуги [3].

Чтобы узнать внутренние мотивы и факторы выбора заведения для посещения, нам нужно было опросить реальных потребителей данных услуг, поэтому нами было проведено авторское исследование которое состоит из результатов 20 глубинных интервью с жителями г. Ульяновска в возрасте 18-30 лет.

Половина опрошенных респондентов – это активные горожане, с культурой питания «вне дома», они посещают заведения общественного питания чаще одного раза в неделю и предпочитают формат «кафе» и «ресторан».

– Хожу достаточно часто минимум раз в неделю, иногда три (Анна, 21).

Результаты исследования показали, что наиболее важными характеристиками при выборе ресторанов и кафе для жителей Ульяновска являются: качество блюд, цена, наличие развлекательной программы. В современном мире, где каждый день люди уделяют большое количество времени на работу, граждане стремятся на выходные или вечером после рабочего дня отдохнуть от суматохи дня. Сейчас молодежь ходят в заведения общественного питания не только что бы утолить свой голод, но и развлечься. Чаще всего это совмещается с танцами, дискотеками и другими шоу-программами. Так же это отметили практически все респонденты.

– В выборе заведения руководствуюсь как правило качеством еды, ценой, контингентом и приятной атмосферой. Пытаюсь, чтобы все эти критерии были максимально удовлетворены (Александр, 22).

Особый фактор выбора заведения является наличие особой атмосферы заведения. Но у каждого респондента свои понятия и предпочтения об этой особой атмосфере.

– Нравятся уютные кофейни, где не много народа. И стиль должен быть такой теплый, почти домашний. Ну не знаю... люблю такую атмосферу... Покоя и удовлетворения (Юлия, 27).

Анализ мнений позволяет проследить то, как меняются приоритеты в выборе заведения в зависимости от конкретной ситуации.

В основном, респонденты, которые часто посещают такие сегменты досугового питания, как ночные клубы и кафе ходят для того, чтобы встретиться с друзьями и весело провести время. Те, кто выбрал данные сегменты заведений, главным мотивом будет действительно общение с друзьями, которое сопровождается недорогой, но вкусной едой, выпивкой и, скорее всего, обязательной развлекательной программой.

– Очень часто отмечаю праздники в заведении, особенно если этот праздник пятница. Я люблю вкусно поесть вне дома и заодно пообщаться с друзьями, поэтому мы довольно часто ходим в заведения вместе (Анна, 21).

Стоит отметить, что культура обедать вне дома, начинает формироваться молодого поколения. Подсознательно респонденты поняли, что утолить голод в заведениях не так уж и дорого, тем более, сегодняшнее положение у заведений общественного питания непростое: они любыми способами мотивируют гостей на обед или ужин различными акциями или скидками.

Семейное посещение – это следующий мотив для посещения заведений досугового питания. Родители с детьми, как правило, ходят в детские кафетерии как минимум, один раз в неделю. Семейные люди с детьми выбирают в основном тихие заведения, где будет развлекательная программа для детей, чтобы занять их внимание.

– В большей степени привлекают заведения, где есть меню для детей, и место развлечения для них, потому что посещаю чаще всего заведение с ребенком (Роза, 30).

Так же, некоторые респонденты отметили, что очень редко ходят всей семьей в заведения. Это бывает только в особые праздничные дни. Мероприятие довольно долго планируется, и выбирается, чаще всего, с высоким сервисом, качественными блюдами. За такое обслуживание респонденты готовы заплатить довольно большую сумму, так как понимают, что очень редко собираются всей семьей.

Следующий мотив – это посещение праздничных мероприятий, банкетов, свадеб, юбилеев и корпоративов. Большое количество респондентов отметили, что ходят в кафе и рестораны только на значимые события. Для потребителя значимыми факторами являются сервис и обслуживание, цены на меню, алкогольную продукцию и наличие развлекательной программы.

– Чаще всего я отмечаю дни рождения и корпоративные вечера (Татьяна, 25).

Таким образом, критерии, влияющие на конечный выбор заведения общественного питания, отличаются в зависимости от того, с какой целью потребитель планирует посетить кафе или ресторан. При выборе кафе, в котором планируется провести место с друзьями, респонденты отметили важность качества подаваемых блюд и атмосферу заведения. При выборе кафе или ресторана, в котором планируется провести какое-либо мероприятие или отметить праздник, большинство респондентов ответили, что самыми важными факторами будут являться ценовая политика заведения и ассортимент кухни и бара. Также мы поняли, что существует повышенный спрос среди молодежи в возрасте 16-25 лет на небольшие демократичные кафе, отличающиеся негромкой музыкой и хорошим персоналом, еще для современной молодежи наиболее важным фактором при выборе является атмосфера ресторана.

Список литературы

1. Маныч И. С. Рынок кафе и ресторанов: поведение потребителей / И. С. Маныч // Экономическая социология. – 2015. – № 3. – С. 157-168.
2. Русина К. А. Модели поведения потребителей / К. А. Русина // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. – 2014. – № 3. – С.164-169.
3. Попова И. В. Особенности принятия решения потребителем в индустрии гостеприимства / И. В. Попова // Интернет-журнал «Науковедение». – 2013. – № 3. – С. 1-4.

УДК 316.33

Н. Р. Вяселева

Пенза, Пензенский государственный университет

ВОЗМОЖНОСТИ МОЛОДЕЖИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА

Одной из последних тенденций современной экономики выделение молодежного предпринимательства из понятия малого бизнеса. Привлечение молодежи к предпринимательству является не только повышением доли малого и среднего бизнеса, но и решением проблемы занятости молодых людей.

В развитых европейских странах именно малый и средний бизнес приобрели значительную роль в развитии экономики государств и росте конкурентоспособности в стране. Но в России предпринимательский потенциал молодежи в настоящее время задействован слабо.

По данным Федеральной службы государственной статистики, количество занятых в сфере предпринимательской деятельности по Российской Федерации в 2014 г. по сравнению с 2008 г. снизилось с 8314000 человек до 5645700 [7]. Поэтому органам государственной власти следует создавать условия, благоприятствующие привлечению в сферу бизнеса всех заинтересованных субъектов, в том числе молодых людей [4], поскольку молодёжное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития бизнеса в Российской Федерации [3].

Можно сказать, что это происходит из-за того, что молодые люди выбирают пассивную позицию, избегая трудностей, связанных с организацией собственного бизнеса. Согласно социологическим исследованиям, приведенными В. А. Касамара на всероссийском молодежном форуме «Территория смыслов на Клязьме» всего 75% резидентов в возрасте от 18 до 30 лет хотят сделать карьеру, но без риска, сохраняя при этом государственные гарантии [2].

Это говорит о том, что должны быть сконцентрированы все инструменты поддержки малого и среднего бизнеса: информационная, финансирование, маркетинговая, юридическая помощь, которые должны действовать во всех регионах России.

Одним из причин того, что молодые люди не хотят открывать свое дело является отсутствие первоначального капитала. Государство пытается решить данную проблему, посредством предоставления грантов талантливым выпускникам и студентам учебных заведений для своего стартапа. Кроме этого по всей России ежегодно проводятся молодежные форумы, на которых начинающие предприниматели могут заинтересовать спонсоров или представителей государственного сектора своей идеей. Таким примером может послужить программа «Ты – предприниматель», которая реализуется в 30 регионах страны. Целью данной программы является развитие молодежного предпринимательства в России [3].

Каждый регион по-своему пытается обеспечить качественное обучение будущих предпринимателей, посредством проведения различных тренингов и лекций на актуальные темы. Например, в рамках форума предпринимателей в Пензенской области состоялась дискуссия «Молодёжь – кадровый ресурс будущего: поддержка молодежного предпринимательства». В ходе встречи участники дискуссии обсудили роль молодежного предпринимательства в структуре бизнеса в России и Пензенской области сегодня, тренды в сфере развития молодежного бизнеса, инфраструктуру поддержки молодежного предпринимательства.

Кроме этого, активно ведется деятельность бизнес-инкубаторов, помогающих молодым предпринимателям начать свое дело. Для этого со стороны молодых людей необходима бизнес-идея и желание начать предпринимательскую деятельность. Для реализации своих бизнес-проектов у молодежи есть возможность размещения предприятия в бизнес-инкубаторах.

Необходимо уделять особое внимание проведению мероприятий для молодых людей, предоставляя финансовую поддержку, наставничество, техническую подготовку и навыки для ведения собственных предприятий. Обучение предпринимательству воспитывает

предпринимательский настрой у молодых людей, они начинают думать и действовать как предприниматели во всех аспектах своей жизни. Наиболее эффективным механизмом повышения интереса молодежи к ведению собственного бизнеса является организация встреч с конкретными предпринимателями, в которых молодые люди могут получить консультации и задать свои интересующие вопросы о создании малого бизнеса [6].

Ведущую роль в реализации государственной политики по поддержке молодежного предпринимательства играют органы и структуры федерального, регионального и местного уровней. Эффективность данной системы обеспечивается постановкой единой цели, решением общих задач, а также налаживанием организационно-правовых отношений. основополагающей целью по поддержке молодежного предпринимательства является подготовка для страны поколения молодых предпринимателей, совершенствование предпринимательской и личностной компетенции молодых предпринимателей при их взаимодействии в плане обмена опытом.

Таким образом, для реализации потенциала молодежного предпринимательства следует следовать трем основным приоритетам:

- вовлечение молодежи в социальную практику и его информирования о потенциальных возможностях развития;
- развитие созидательной активности молодежи;
- интеграция молодых людей, оказавшихся в трудных жизненных ситуациях.

«Мы обязаны сделать всё необходимое, чтобы наши предприниматели смогли в полной мере реализовать свой потенциал. Это жизненно важно для развития страны, всех её регионов, для того, чтобы российские компании заняли достойное место и на своём собственном рынке, и на международных рынках», – считает Президент РФ [1].

Список литературы

1. Владимир Путин о важности развития малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] // ЮСИ.рф. – Режим доступа: <http://usirf.ru/news/vladimir-putin-o-vazhnosti-razvitiya-malogo-i-srednego%20-biznesa.html>.

2. Выступление В. А. Касамара по теме «Теория поколений» [Электронный ресурс] // ТЛТТУГ. – Режим доступа: <https://www.tltsu.ru/sveden/news/detail.php?ID=45490>.

3. Гречина А. И., Басова Н. В. Особенности реализации малого и среднего бизнеса в Российской Федерации, проблемы и пути их

минимизации на современном этапе развития / А. И. Гречина, Н. В. Басова // Молодой ученый. — 2017. — № 26. — С. 105-110.

4. Дыльнова З. М. Молодёжный сегмент предпринимательства в современной России: состояние и перспективы / З. М. Дыльнова // Известия Саратовского университета. Новая серия. — Саратов, 2011. — № 2. — С. 15-16.

5. Иноземцева А. В. Молодёжь и малое предпринимательство: результаты социологического исследования / А. В. Иноземцева // Теория и практика общественного развития. — Краснодар, 2014. — № 19. — С. 34-37.

6. Милославский В. Г. Молодежное предпринимательство как фундамент развития среднего класса в России / В. Г. Милославский // Молодой ученый. — 2016. — № 8. — С. 594-597.

7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 29.10.2016).

УДК 331.53

Д. О. Домкина

Пенза, Пензенский государственный университет

АДАПТАЦИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РЫНКЕ ТРУДА

Ключевые слова: адаптация, выпускники вузов, рынок труда, содействие трудоустройству, проблема трудоустройства.

Аннотация: Статья посвящена анализу и оценке возможностей молодых специалистов в удачном трудоустройстве, требованиям к ним со стороны работодателя. Проведен анализ мер по содействию в трудоустройстве молодых специалистов при вузах и на базе потенциальных работодателей. Предложены меры по совершенствованию и упрощению процесса трудоустройства выпускников вузов.

На современном этапе поиск достойной и высокооплачиваемой работы – это достаточно, долгий и сложный процесс. И особенно в данный момент весьма актуален вопрос трудоустройства молодых специалистов, недавно окончивших вуз.

Рынок труда в настоящее время диктует достаточно жесткие условия и не всегда из этих условий студент выходит победителем. По данным статистики процент молодых специалистов, которые на-

ходятся в поисках работы, составляет около 32%. И если взять общее количество безработной молодежи, то выпускники вузов составляют 26-29%. Социологи отмечают, что молодые люди очень долго находятся в состоянии «безмятежности» и не серьезно относятся к учебным дисциплинам и учебным практикам. Пожалуй, данный факт обусловлен «советскими» стереотипами, когда выпускник был уверен, что после окончания вуза он будет обеспечен работой, поскольку существовало «распределение» [3].

Сейчас одной из главных проблем при устройстве на работу выпускника учебного заведения является отсутствие опыта работы. Как известно, сегодня работодатель предъявляет достаточно высокие требования для соискателей. Это касается и выпускников. У этих требований достаточно большой список. Практически для всех компаний основными требованиями являются следующие: присутствие опыта работы, умение применить теоретические знания на практике, умение принимать решения в условиях неопределенности, а также компетентность и профессионализм. Весьма ясен мотив работодателя, который хочет пополнить в свои ряды профессионала. Но возникают противоречия, выпускнику неоткуда взять профессиональный опыт. Получается замкнутый круг. Не ясно, где этот самый опыт бывшему студенту возможно наработать. Многими руководителями отмечено, что бывшие студенты получили достаточно глубокую теоретическую базу, но не могут ее применить на практике. Данная проблема является общей, и не относится к какой-то конкретной специальности или вузу [2].

Необходимо отметить, что на современном этапе кроме профессиональных знаний огромную роль играют индивидуальные качества. Молодой специалист должен уметь себя презентовать, грамотно составить резюме и занимать активную позицию на рынке труда. То, что бывший студент не умеет себя преподнести и у него отсутствует навык саморекламы, достаточно сильно влияет на результаты собеседования.

Также следует учесть, что молодые специалисты плохо информированы о том, какие варианты поиска работы есть для них. К сожалению, со стороны работодателей присутствуют некоторые негативные стереотипы по отношению к студентам старших курсов и выпускникам. Данный факт обусловлен психологической неподготовленностью и социальной незрелостью выпускников.

При многих российских вузах созданы, так называемые службы содействия трудоустройству. Деятельность данных центров направлена на подготовку к профессиональной деятельности молодых специалистов. Выпускники вузов являются субъектами деятельности

таких служб. Данные организации проводят встречи с кадровыми службами предприятий, где специалисты рассказывают, как грамотно составить резюме и как вести себя на собеседовании. Достаточно популярным форматом диалога между студентом и предпринимателями стали мастер-классы, на которые приглашаются крупные компании. Такие мероприятия проходят в виде «Дня карьеры» или «Ярмарки вакансий» [4].

Вуз создает площадку, на которой будущие молодые специалисты имеют возможность познакомиться не с одним работодателем, а сразу несколькими. Так же соискатели могут узнать о требованиях современного рынка труда, а также принять участие в различных семинарах по трудоустройству.

На базе таких отделов вуза, которые предлагают молодым специалистам помощь на рынке труда, проводится составление кадровых банков. В так называемые банки входят выпускники, успешно закончившие учебное заведение, либо студенты с высоким баллом. Некоторые вузы шагнули в данном деле дальше и создали портал вакансий в сети Интернет, где студенты и выпускники имеют возможность разместить свое резюме, а компании – информацию о своих стажировках, вакансиях и практиках [5].

Центры содействия должны сотрудничать с такими порталами как SuperJob и HeadHunter, другая информация по вакансиям может поступать от бывших выпускников вуза. Нередко бывшие студенты вузов сами занимают руководящие должности в крупных организациях либо руководят своими собственными компаниями, и готовы к сотрудничеству с молодыми специалистами.

Центры по трудоустройству молодых специалистов на базе российских вузов, не должны работать в формате филиала биржи труда или формате советской традиции «распределения». Система помощи таких центров – это, прежде всего, долгосрочный проект. То есть по сути, уже с первого курса обучения студента необходимо приучать к мыслям о будущей карьере. Для того, чтобы будущий выпускник понял, какая специализация или направление в его будущей профессии ему интересны. Чтобы студент накопил некий социальный опыт для трудоустройства ему необходимо посещать мастер-классы, стажировки и встречи с руководителями компаний или HR-службами потенциальных работодателей. Идеальный результат центра содействия трудоустройству при вузах – это полная адаптация молодого специалиста на рынке труда [1].

Итак, в отношениях «молодой специалист – работодатель» нужно выстраивать отношения компаний с самим вузом, заранее создавать места для будущих выпускников для того, чтобы они

получили информацию о перспективах своей занятости на рынке труда, основывать банки рабочих мест с частичной занятостью или гибким рабочим графиком.

Помимо адаптации молодых специалистов на рынке труда, особое значение имеет проблема профессиональной мотивации, так как именно в ней характерным образом выявляются важнейшие моменты взаимодействия индивида и общества, в котором адаптационный процесс приобретает приоритетное значение.

Список литературы

1. Корж Н. В., Каримова, Л. Ф. Трудовая стратегия как способ преодоления низкого уровня жизни / Н. В. Корж, Л. Ф. Каримова // Социокультурные факторы консолидации современного Российского общества: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза : Приволжский дом знаний, 2017. – С. 13-16.

2. Кошарная Г. Б., Корж Н. В. Ценностные предпочтения студенческой молодежи в сфере труда / Г. Б. Кошарная, Н. В. Корж // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Технические науки. – 2010. – № 2. – С. 64.

3. Лялина И. Ю. Технология поиска работы и построение индивидуальной траектории профессиональной карьеры (УМП) / И. Ю. Лялина, А. О. Максимов. – Спб., 2013. – С. 61-62.

4. Сулейманов Т. Д. Социальные интересы молодежи на рынке труда / Т. Д. Сулейманов, Л. М. Сафина // Вопросы экономики и права. – 2013. – № 12. – С. 85-89.

5. Чуланова В. А. Российская молодежь на рынке труда / В. А. Чуланова, К. М. Богомазова. – М. : ВЕСТНИК, 2015. – С.140-148.

А. В. Заволокина

Тамбов, Тамбовский государственный технический университет

СПЕЦИАЛЬНО ОРГАНИЗОВАННЫЕ СОБЫТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЭМОЦИЯМИ МОЛОДЕЖНОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Во все времена главными рычагами манипулирования сознанием людей остаются хлеб и зрелища. Специально организованное событие обладает сильным эмоциональным воздействием на любую целевую аудиторию, а особенно на молодежную, так как она более мобильна и эмоциональна. Зависимость человеческого организма от ярких и позитивных эмоций связана с выработкой гормонов счастья эндорфинами «естественными наркотиками», которые пробуждаются, например, в ходе участия в веселых активностях, прослушивания музыки, танцев.

Специально организованное событие или Event – это инструмент управления мнением аудитории, метод формирования имиджа и повышения лояльности, привлечения целевых клиентов к продукту, услуге бренду.

Event – это многоступенчатый инструмент, которые включает в себя постановку целей и задач, планирование, определение целевой аудитории (ЦА) мероприятия, составление программы согласно интересам ЦА, проработка уникальной идеи и тематики, освещение, работа со СМИ и многое другое. Но ключевым моментом, который в ряде случаев упускают многие организаторы, PR-специалисты и маркетологи остается предоставление качественного сервиса.

Специально организованные события помогают формировать имидж компании, как для клиентов, так и для сотрудников. Организуемая Event важно транслировать основные ценности компании.

Основным фактором эффективности специально организованного мероприятия является предоставление качественного сервиса. Вся структура хорошо продуманного специально организованного события может рухнуть как карточный домик, если нет качественной работы с аудиторией.

Для молодежи важны эмоции и важен личностный подход. Удивленный и счастливый молодой человек скорее станет постоянным потребителем конкретного бренда. Именно поэтому здесь так значимы детали, будь то форма одежды координаторов и организаторов события, качество работы, оказываемого сервиса клиентам

и стиль речи. Такими деталями, которые позволяют управлять эмоциями ЦА в положительном ключе, стоит пользоваться активнее и не упускать из виду.

Качественный сервис на специально организованных событиях позволяет устанавливать доверительные отношения с молодежью и управляет эмоциями. А, следовательно, управляет их мотивами, побуждает их совершить покупку. [3]

Управление эмоциями молодежной аудитории повышает как коммуникативную, так и маркетинговую эффективность. Во-первых, расширяется база постоянных клиентов. Во-вторых, повышается лояльность покупателей к бренду, и, в-третьих, укрепляется имидж компании на рынке, что позволяет отстроиться от конкурентов.

Своим позитивным эмоциональным отношением к той или марке они формируют моду и спрос у сверстников, подобно цепной реакции. Молодежь – прямые участники продвижения бренда.

А главное, именно молодежная аудитория является поклонниками брендов. Только покупка бренда удовлетворяет их мотивы и дает им престиж, статус и моду. Таким образом, самая мобильная аудитория не просто покупает телефон или футболку она покупает iPhone-Apple, Nike, Gucci.

Тиражируемость марки среди молодежной аудитории позволяет еще больше повышать ее ценность.

Именно социально-психологические особенности молодежи делают ее одним из привлекательных сегментов ЦА на рынке. Знание этих особенностей молодежной аудитории помогает управлять спросом, правильно позиционировать бренд и выстраивать эффективные коммуникации.

Молодежь является специфической социальной, демографической, динамической, социально-психологической группой.

К социально-психологическим особенностям молодежи можно отнести новаторство. Молодежь, часто выступает новатором в области покупки и легко принимает и применяет новые товарные категории, и новые торговые марки. Кроме того, приверженность к определенной торговой марке, сформированная под управлением эмоционального восприятия в молодости, остается у потребителя на всю жизнь.

А также, молодежь можно классифицировать по типам потребителей: новаторы, благополучные, оптимисты, рассудительные, ориентированные на фирменные, качественные товары, западники, молодые, фаталисты, не вписавшиеся в рыночные условия – аутсайдеры.

Существуют общие для всех целевых аудиторий социально-психологические критерии. Такие как, отношению к жизни (исполни-

тели, сориентированные на успех, приверженцы традиций и др); покупательские привычки (какие марки покупают, какие телепередачи смотрят, каких лидеров мнений слушают); мотивы (мечты, надежды, страхи и потребности) [2].

Грамотное использование этих критериев позволяет более конкретно понять нужный слой молодежной целевой аудитории. А, следовательно, эффективно реализовать маркетинговую стратегию, управляя уже выявленными психологическими особенностями: потребностями, эмоциями и мотивами ЦА, закрепляя прочную связь с потребителями высоким уровнем сервиса и личностным подходом.

Лучший способ выстроить коммуникацию с молодежью это вовлечь их в мероприятие. Так как, молодежь чаще участвует в различных мероприятиях, акциях, промо, более гибкая и открытая новому, любит веселиться и активно проводить свободное время, чем любая другая возрастная группа.

Миссия специально организованного события в том и состоит, чтобы создать образ и устойчивую позитивную эмоциональную связь, которая останется у клиентов в памяти, чтобы впечатление контакта с брендом было только превосходным. Они не вспомнят шикарную программу и популярную музыкальную группу на мероприятии, если им не было оказано достойной встречи, внимания и помощи в решении их проблем. Поэтому сервис играет здесь ключевую роль.

Специально организованное событие – это метод деликатной работы с эмоциями ЦА.

Зачем изобретать велосипед, если можно улучшить его? Лучшее и эффективное специально организованное событие, то где результативно была проведена работа с эмоциями целевой аудитории.

Для того чтобы оценить эффективность эмоциональной удовлетворенности необходимо проводить анкетирование клиентов компании при совершении ими покупки или визита.

Например, сеть быстрого питания Макдоналдс были произведены замеры удовлетворенности маркой и потребительского отношения к марке молодежной ЦА. Исследования цели улучшить восприятие бренда на эмоциональном уровне.

После ряда мероприятий и маркетинговой стратегии Макдоналдс увеличил эмоциональную удовлетворенность и узнаваемости бренда с 87% до 93%. Что повлияло на рост постоянные покупателей в сети Макдоналдс [1].

Список литературы

1. Количественное маркетинговое исследование (Fast Track), первый этап, 2002 год. [Электронный ресурс] // Состав.ру. – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/columns/brand/2003/>
2. Никоненко А. В. Социально-психологический аспект брендинга торговых марок одежды / А. В. Никоненко // Материалы к международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы управления – 2006». Выпуск 5. – М. : ГУУ, 2006.
3. Сьюэл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь / К. Сьюэл, П. Браун ; пер. с англ. М. Иванова и М. Фербера. – 11-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 232 с.

УДК 316.346

У. М. Козлова, О. В. Шиняева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ОБРАЗ УСПЕШНОЙ СЕМЬИ В СОЗНАНИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Молодежь определяет будущее общества, поэтому перспективы и тенденции изменения сознания молодежи, перемена особенностей ее самоопределения представляют для общества большой интерес и практическое значение. Особенно актуальным является отношение молодежи к браку и семье. Крепкая семья – гарантия здорового общества и крепкого государства. В современном мире особое значение приобретает устойчивость брачно-семейных отношений. Поэтому необходимо создавать у молодых людей образ успешной семьи.

Объектом нашего анализа является образ успешной семьи в представлениях российской молодежи. Цель статьи заключается в определении образа успешной семьи в сознании российских молодых людей, обучающихся в разных учебных заведениях.

В современных условиях семейные отношения затронул кризис, который выразился в деформации семейных ценностей у большей части населения, в том числе у молодёжи. Старшее поколение не всегда может дать подрастающему поколению пример позитивного семейного взаимодействия, который можно использовать для формирования модели поведения в отношении будущей семьи. В российской семье, по мнению ученых, главной функцией стано-

вится не ведение совместного хозяйства, а поддержание отношений между супругами. В связи с указанными изменениями возрастает потребность в оказании поддержки членам семьи, это приобретает особую актуальность в условиях, когда жизнь насыщена изменениями, стрессами и волнениями. Семья представляет собой более сложную систему отношений, чем брак: не объединяет не только супругов, но и их детей, других родственников.

Современные российские исследователи свидетельствуют о недостаточной подготовке молодых людей к семейному образу жизни. А. Г. Здравомыслов видит в ценностных ориентациях молодежи «важные элементы внутренней структуры личности, закрепленные опытом, приобретённым в процессе жизнедеятельности». По его мнению, именно ценностные ориентации создают ось сознания, которая обеспечивает устойчивость представлений об объекте.

Анализируя результаты прикладного эмпирического исследования на тему «Семья как ценность в сознании студенческой молодежи», проведенного в 2015 г. А. В. Ковалевой, можно сказать, что семья, как ценность, у молодежи находится на одном из первых мест. Влияние других ценностей (карьера, образование) на ценность семьи велико: большинство студентов собираются создавать семью только после окончания вуза и приобретения материальных благ; совмещать карьеру и семейные отношения сложно [2, с. 29].

По данным исследования, семья воспринимается молодыми людьми в первую очередь, как союз людей, которые имеют крепкие отношения, построенные на уважении, любви, взаимопонимании и поддержке (52,6% опрошенных). Во вторую очередь, понятие семья у молодых людей ассоциируется со взаимоотношениями людей, связанными кровным узом (родители и дети, люди разных поколений; 34,5%).

Смыслом жизни семью считает только каждый десятый молодой человек. Четкий план относительно создания и развития семьи есть только у каждого десятого студента (10%) – это, как правило, девушки со специальностями гуманитарного и педагогического профилей. Еще 11% лишь в общих чертах представляют себе, что бы они хотели получить от брака; в основном это девушки и юноши старших курсов высших учебных заведений. 59% вообще не думали о планировании семьи (чаще юноши технических и экономических специальностей). Пятая часть студентов отметила, что создание семьи вызывает у них страх и негативные эмоции. Это связано с отсутствием конкретных знаний, как решить проблемы с жильем, распределением труда, строительством карьеры и планированием бюджета (частично владеют такими сведениями лишь 17% студентов).

По данным опроса ВЦИОМ, в качестве желаемых материальных условий для вступления в брак российская молодежь отмечает наличие жилья – 40,7% опрошенных (41,9% – юноши, 58,1% – девушки) и стабильную работу 45,5% респондентов (41,8% – юноши, 58,2% – девушки) [1]. А. А. Левиной был проведён опрос среди молодежи г. Сургута Тюменской области, в результате которого автор констатировал: ценность семьи в структуре ориентаций молодежи недостаточно велика, на первое место выходит осуществление благоприятной карьеры [3, с. 27].

Очевидно, это связано с неблагополучием родительских семей. По результатам исследования среди молодежи Ульяновской области [4, с. 118], каждый третий опрошенный молодой человек (32%) живет в неполной семье. Кроме того, свою собственную семью половина студентов высших учебных заведений и почти 40% студентов техникумов не хотели бы строить по образцу семьи родителей. Причина в том, что почти каждый второй молодой человек считает брак родителей не совсем удачным (таблица).

Потребности в медицинском, психологическом, юридическом, бизнес-организационном консультировании испытывают около 40% студентов в разных городах и учебных заведениях. Наиболее предпочтительные источники – телевидение (64%); социальные сети, блоги, информационные порталы (81%); специальные печатные издания (52%) и обучающие мероприятия (44%). Эти результаты говорят о том, что учебные заведения должны учить не только профессии, но и тому, как достичь успеха в создании своей семьи.

Таблица 1

**Отношение студентов вузов и ссузов к родительской семье
(в % от числа опрошенных, n =1510)**

| Как Вы оцениваете брак своих родителей? | | |
|--|----------------|-----------------|
| Варианты ответов | Студенты вузов | Студенты ссузов |
| 1. идеальный | 5 | 12 |
| 2. нормальный | 47 | 51 |
| 3. неудачный | 15 | 8 |
| 4. родители разведены | 33 | 29 |
| Хотели бы Вы строить свою семью по образу семьи своих родителей? | | |
| 1. да | 7 | 10 |
| 2. в некоторых аспектах | 43 | 52 |
| 3. нет | 45 | 30 |
| 4. затрудняюсь ответить | 5 | 8 |

Итак, не смотря на изменение функций семьи, ценность крепкой семьи сохраняется в сознании молодого поколения. Учащаяся молодежь разделяет в качестве идеального образа семьи следую-

щий комплекс характеристик: семья с крепкими взаимоотношениями, при создании семьи в приоритете – материальное благополучие, наличие жилья и стабильной работы; родительская семья не является образцом в создании собственной семьи.

Сохранение и укрепление ценности семьи в сознании молодежи является важной задачей для современного российского общества, которая может быть реализована через формирование фамилистической культуры в рамках специальных курсов учебных заведений разного уровня.

Список литературы

1. Друзья, семья, честная жизнь: жизненные приоритеты россиян. Прессвыпуск ВЦИОМ № 1973 от 11.03.2014 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112593>

2. Ковалева А. В. Интерпретация системы семейных ценностей и её компонентов в современном обществе / А. В. Ковалева // Ученые заметки ТОГУ, 2011. – Т. 2, № 1. – С. 28-42

3. Левина А. А. Семья в системе ценностей современной молодежи: социологический аспект / А. А. Левина // Современные научные исследования и инновации. – 2013. – № 10. – С. 21-32.

4. Шиняева О. В., Падиарова А. Б. Социальное неравенство и здоровье молодого поколения / О. В. Шиняева, А. Б. Падиарова. – Ульяновск, 2010. – 168 с.

УДК 316.35

Е. И. Комиссарова

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ОБЩЕСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕРЕЗ РАБОТУ НКО

Некоммерческие организации являются одним из институтов гражданского общества. В ряде случаев они эффективнее и экономичнее органов государственной власти могут решать социальные вопросы. НКО способствуют привлечению самих индивидов к решению возникающих проблем, превращая их в активных субъектов социальной деятельности. Данный факт имеет особую актуальность

для молодежи, так как дает практический опыт и впоследствии позволяет самостоятельно решать возникающие проблемы. Некоммерческие организации часто готовы предоставить всю имеющуюся информацию по специфике своей деятельности, что определенно способствует расширению кругозора молодого поколения.

Некоммерческие организации в основном занимаются просветительской, образовательной, благотворительной деятельностью. Немаловажное место в сфере деятельности НКО занимает работа с молодежью. Самыми частыми клиентами некоммерческих организаций являются: молодежь, дети, семьи, инвалиды, пенсионеры и пожилые люди. Распространены следующие организационно-правовые формы НКО: общественная организация, фонд, автономная некоммерческая организация, некоммерческое партнерство. Некоммерческие организации оказывают услуги в виде информационной поддержки, организации массовых мероприятий, консультирования по различным вопросам, защите прав граждан. Финансирование производится через пожертвования частных лиц или предприятий, гранты российских организаций, членских взносов, местного и областного бюджета, приносящая доход деятельность. В настоящее время в Ульяновской области насчитывается порядка 60 некоммерческих организаций.

Проанализируем деятельность крупных некоммерческих организаций, работающих с молодежью Ульяновской области.

Ульяновская местная молодежная общественная организация «Ульяновские студенческие отряды». Основными целями организации являются: развитие волонтерского движения, поддержка студенческих отрядов, поддержка органов студенческого самоуправления.

К основным задачам организации относится: деятельность, способствующая решению общественных задач и проблем; деятельность в защиту и за улучшение положения особых групп населения, в том числе социально незащищенных (пожилых, инвалидов, сирот, малоимущих, безработных и т. д.); деятельность ассоциаций молодежи, детских и юношеских организаций, студенческих организаций, клубов, обществ.

Организация предоставляет услуги по трудоустройству граждан в возрасте от 14 лет.

Организация активно реализует свои программы: Городской конкурс проектов по организации трудовых отрядов в рамках реализации муниципальной программы «Содействие самореализации молодежи в муниципальном образовании «город Ульяновск» на 2015-2018 годы». Проект «Дорога к храму» (Пора летних каникул – не только пора активного отдыха, но и время, когда подросток может

подработать без ущерба учебе, возможность помочь семье материально. Задача педагогов – помочь студентам правильно организовать свою деятельность. Одной из форм работы – это приобщение подростков к работе в трудовых отрядах.

В сфере спорта можно выделить Ульяновскую региональную общественную организацию «Федерация волейбола».

Целями организации являются: привлечение молодежи к занятию спортом, содействие развитию здорового образа жизни.

К её задачам относится: проведение спортивных мероприятий, способствующих продвижению волейбола, организация соревнований, учебно-тренировочных сборов. Проводятся мероприятия как для профессионалов, так и для любителей. Организация имеет свою программу: «Развитие волейбола в г. Ульяновске и Ульяновской области».

В политической сфере – это Некоммерческое партнерство содействия развитию молодежной политики «Твоя инициатива».

Организация содействует развитию молодежной политики в Ульяновской области. Проводит исследования в области общественных и гуманитарных наук, конференции по ключевым молодежным проблемам.

Направления работы: участие в различных государственных программах, направленных на совершенствование и развитие молодежной политики в стране; привлечение материальных и финансовых ресурсов для реализации уставных целей; сотрудничество с общественными политическими российскими и международными организациями.

Таким образом, некоммерческие организации в Ульяновской области имеют разную направленность. Но общей проблемой всех организаций является проблема финансирования. В апреле 2017 года администрация города Ульяновска выразила готовность финансирования социально ориентированные некоммерческие организации.

Можно сделать вывод о том, что в Ульяновской области сфера НКО достаточно развита. Большое внимание уделяется работе с молодежью и молодежной политике. Но вместе с тем существует ряд проблем, который еще предстоит решить. Главная проблема финансирования НКО частично решается органами власти различных уровней. Еще одна важная проблема состоит в том, что большинство некоммерческих организаций являются городскими. В сельской местности, как правило, таких организаций очень мало. Единственная местная общественная организация ветеранов боевых действий и локальных войн «Солдаты России» находится в Барышском районе.

Таким образом, перспектива создания молодежных некоммерческих организаций за чертой города очень актуальна. Возможной мерой для создания таких организаций будет являться дополнительное финансирование.

Список литературы

1. База данных НКО. [Электронный ресурс] // Каталог НКО. – Режим доступа: <http://so-nko.ru> (дата обращения: 20.09.2017).
2. Каталог НКО. Общественная палата Ульяновской области. [Электронный ресурс] // Общественная палата Ульяновской области. – Режим доступа: https://opuo.ru/list_nko/ (дата обращения: 20.09.2017).
3. Якимова Т. Б. Институциональные преобразования в социальной сфере и экономическое развитие России / Т. Б. Якимова. – Томск : РГ Графика, 2012. – 188 с.

УДК 316.752

Э. А. Коннова

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ЦЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ КАК ОСНОВА РЕАЛИЗАЦИИ ЖИЗНЕННЫХ ПЛАНОВ

Образование для современной молодежи является одним из самых важных жизненных этапов, так как его олучение влияет на дальнейшие планы на реализацию себя в будущем. В каждой сфере знания образованный человек ориентируется легко и непринужденно, понимая, что единичная точность абсолютно во всем невозможна. При помощи образования индивид достигает поставленных целей, самосовершенствуется и реализует свои способности. Благодаря образованию эрудированный человек прислушивается к своему внутреннему миру, находит важные ответы, тонко чувствует мир, становится мудрым, эрудированным.

Однако стоит отметить, что за последние годы произошли глобальные перемены в интересах и приоритетах молодежи, соответственно и отношение к образованию кардинально меняется – так называемая «революция предпочтений». Появляется проблема: с одной стороны, каждый понимает, что образование является важным аспектом в жизни любого человека, с другой стороны, неизвестны ценности образования молодежи как основа реализации их жизненных планов.

Любой молодой человек, в том числе потенциальный абитуриент, на протяжении своей жизни проходит этапы социализации, на результаты которой влияли институты социализации [1]. Семья и школа, а также неформальные группы, в которые включен человек, средства массовой информации оказывают большое влияние на становление его личности – при подобных факторах у школьника появляются мечты, планы на жизнь, которые позже воплощаются в реальность при достижении тех или иных целей [2]. На протяжении всего обучения они строят планы на будущее, связанные именно со спецификой выбранного образования.

На базе Ульяновского государственного технического университета было проведено социологическое исследование на тему «Эффективность и эффекты каналов коммуникаций ВУЗа с целевыми группами внешней общественности» с целью определить показатели эффективности и направления совершенствования каналов коммуникаций ВУЗов с учетом предпочтений целевых групп внешней общественности. Выборка составила 303 школьника, целевой аудиторией являлись старшеклассники (10-11 классы).

Респондентам было предложено определить, на какие факторы может повлиять образование в будущем.

Заметили факт, гарантия материального благополучия наиболее волнует учащихся гимназий и лицеев – также их волнует возможность развития интеллектуальных ресурсов и получение современной профессии. Эти параметры составляют по отдельности более 40%, что показывает небезразличное отношение аудитории к собственному успеху и увлеченности будущей профессией.

Интересный факт, что учащиеся специализированных школ среди остальных респондентов составляют наиболее большое количество уверенных людей, что последующее обучение не даст никаких результатов. В целом по городу их количество составляет примерно 2%.

В целом из выше приведенной таблицы можно выделить такие зависимости: самый высокий выбор будущих перспектив получения образования среди старшеклассников составляют четыре показателя: гарантия материального благополучия; получение современной профессии; высокий социальный статус; возможность легко найти работу.

Это доказывает, что в первую очередь индивиды преследуют собственное благополучие, достойный статус в социуме. Из вышеперечисленных показателей можно сделать вывод, что для абитуриентов образование – это осознанный, серьезный выбор, который основан на приоритетах самих учащихся, на становлении их личности.

Результаты данного исследования были дополнены ответами респондентов на глубинное интервью, в котором отвечающие отметили факт, что на их приоритеты, кроме интересов, способностей и ценностных ориентаций, имеет существенное влияние оценка своих объективных возможностей – материальных условий семьи, уровня учебной подготовки, состояния здоровья.

Анализируя выбор старшеклассников, можно обнаружить большое разнообразие мотивов, влияющих на эффективность процесса профессионального самоопределения. Как отметили респонденты, их мотивы получения высшего образования являются преимущественно внешними, такими как: престиж профессии (18%), востребованность на рынке труда (14%), а также высокий заработок (24%). Однако, немногие старшеклассники полностью определились с профессией, их меньше 50%. Это обуславливается тем, что многие не уверены в своих силах, и своем потенциале для развития и дальнейшего построения своей жизни.

Итак, для реализации жизненных планов старшеклассников образование играет одну из самых значимых ролей, но не каждый понимает это, что указывает на необходимость акцентировать внимание потенциальных абитуриентов на образовании.

Рекомендуется организовывать совместно с университетами интересные мероприятия для абитуриентов: не только дни открытых дверей, но и мастер-классы для различных профилей, круглые столы, кинопоказы о профессиях. Старшеклассники должны сами выбрать, какой профиль профессии им ближе. Необходимо увеличить количество профилей классов, чтобы учащиеся могли попробовать себя в любой сфере деятельности и найти успешную для себя область знаний.

Ценности образования являются неотъемлемыми ценностями в жизни каждого человека. Однако, несмотря на преимущественно большое количество старшеклассников, которые строят планы на будущее, до сих пор некоторые учащиеся задаются вопросом, есть ли смысл в получении образования. Существуют проблемы, которые необходимо решать: надо показывать, что образование непосредственно влияет на приоритеты в будущем.

Список литературы

1. Пономарёва Е. П. Ценностное отношение молодежи к образованию как педагогическое понятие / Е. П. Пономарёва // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2011. – № 24. – С. 90-102.

2. Кулешов Д. В. Каналы коммуникации, вызывающие доверие абитуриентов ВУЗа. / Д. В. Кулешов. // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2009. – № 11. – С. 221-234

УДК 378.115

А. В. Коробейникова

Екатеринбург, Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

ИССЛЕДОВАНИЕ ПИЩЕВЫХ ПРАКТИК СТУДЕНТОВ УРФУ

Питание является одним из важнейших факторов, определяющих связь человека с внешней средой и оказывающих решающее влияние на здоровье, работоспособность, устойчивость организма человека к воздействию экологически вредных факторов производства и среды обитания. Вместе с тем, большое количество исследований показывает, что наши современники, даже имея достаточно информации о правилах здорового образа жизни, в том числе и о правилах рационального питания, все же часто не соблюдают их.

С целью изучения проблем питания студентов в 2016 г. в Уральском федеральном университете кафедрой «Технологии органического синтеза» был проведен опрос старшеклассников и студентов. Выборка составила 115 человек, в том числе школьников 10-11 классов – 26 человек (22,6%); студентов 2 курса – 51 человек (44,4%); студентов 4 курса и магистрантов – 38 человек (33,1%). В опросе приняли участие молодые люди обоих полов в возрасте от 15 до 23 лет.

В ходе анкетирования был выявлен достаточно высокий уровень информированности респондентов об основах рационального питания.

Анализ анкет показал, что респонденты уделяют соблюдению рационального режима питания достаточно большое внимание. Очевидно, что это связано с высокой ценностью здоровья и здорового образа жизни как основного инструмента его достижения и поддержания.

Как показало исследование, ценность здоровья – на первом месте в рейтинге жизненных ценностей респондентов (60,5%). Каждый 4-й опрошенный (24,6%) считает здоровый образ жизни необходимым условием для достижения жизненного успеха.

Конкретные результаты исследования режима питания показали, что больше половины опрошенных считают полезнее питаться часто небольшими порциями (65,5%), 17,7% – что нужны полноценные завтрак, обед и ужин без перекусов; 16,8% – что необходимо употреблять пищу по желанию, когда возникает потребность. Однако реально бóльшая часть опрошенных обедает и ужинает полноценно, при этом «обедающие» по мере взросления уменьшаются, а «ужинающие» – увеличиваются. По мере увеличения стажа учёбы возрастает доля «перекусывающих» в течение дня.

По возможности учащиеся стараются ответственно подходить к выбору места питания. Результаты опроса показали, что:

- Бóльшая часть опрошенных (41%) в учебные дни предпочитает питаться в столовых (буфетах) учебных заведений; примерно каждый пятый старается приносить еду с собой из дома (21,1%); 16,9% покупает еду в автоматах.

- Приверженность столовым образовательного учреждения растёт с увеличением стажа учебной деятельности. Вероятно, это связано с уменьшением учебной нагрузки и, соответственно, высвобождением времени на посещение столовых, а также с повышением уровня контроля за своим здоровьем.

- Основными причинами непосещения столовых и буфетов УрФУ студенты чаще всего называют большие очереди (43%) и отсутствие времени (21,5%). Кроме того, от младших к старшим курсам у студентов причины непосещения столовых значительно изменяются: 2-курсники менее требовательны к меню, чаще недовольны объёмом порций и в качестве главной причины называют большие очереди. Старшекурсники, видимо по мере взросления теряя материальные связи с родительской семьёй, жалуются на дороговизну пищи.

Как показал опрос учащиеся демонстрируют высокую информированность о пищевой ценности продуктов: 36,5% опрошенных считают, что знают об этом достаточно; 13% – хорошо разбираются в пищевой ценности продуктов; 27% о – знают мало; 16,5% – что-то слышали об этом; 7% опрошенных ответили, что их данная тема не волнует.

С целью выявления статистически популярного набора продуктов опрошенными был проведен анализ частоты употребления ими в пищу определенных групп продуктов.

Сортировка ответов позволила выделить 3 группы продуктов по показателю «частота употребления»:

– 1-я группа предпочтений – «употребляю часто, почти ежедневно» – молочные продукты; фрукты; овощи (кроме картофеля); мясо птицы; крупы.

– 2-я группа предпочтений – «употребляю время от времени» – хлеб; куриные яйца; сыр; картофель; макаронные изделия; кондитерские изделия.

– 3-я группа предпочтений – «употребляю редко, никогда» – растительное масло; орехи; рыба; сливочное масло; мясо свинины; мясо говядины; ягоды; сухофрукты; грибы; морепродукты.

Наиболее предпочитаемые к употреблению напитки оказались традиционными – чай и вода.

Анализируя своё пищевое поведение, в ряду факторов, его определяющих, на первое место опрошенные ставят условия жизни (46,5%), на второе – традиции семьи (40,4%); на третье – самостоятельное мнение (29,8%). Финансовые возможности – на четвертом месте (18,4%). К советам врача прислушиваются 12,3%.

В итоге, несмотря на достаточно высокий уровень информированности о правилах рационального питания, только 60% опрошенных оценивают своё питание как правильное с исключениями в силу разных обстоятельств; 1/3 студентов считает, что питается неправильно; только 7% однозначно оценили свой режим питания как правильный безоговорочно.

Для решения проблемы неправильного питания студентов администрация университета проводит ряд мероприятий, направленных на поддержание здоровья и высокой степени обучаемости молодежи. В частности, принимаются следующие меры:

1. Вводятся специальные предметы, призванные расширить информированность студентов в вопросах здорового образа жизни, в том числе в вопросах рационального питания, например, «Валеология».

2. Выделяется специальный перерыв в занятиях для полноценного обеда, продолжительностью в 45 минут.

3. Обеспечивается хорошая оснащенности столовых и буфетов техникой и персоналом, чтобы минимизировать продолжительность ожидания в очередях.

4. В столовых обеспечивается разнообразие меню и хорошее качество продукции с постоянным внешним и внутренним контролем.

5. Пунктами питания университета проводится информационно-просветительская деятельность, направленная на привлечение внимания студентов к вопросам самостоятельного следования принципам здорового питания.

6. В столовых обеспечиваются доступные цены на весь ассортимент продукции.

7. Для студентов первых 3-х курсов проводятся обязательные занятия физкультурой.

8. В вузе имеется большой выбор спортивных секций на бесплатной основе.

В заключение можно сказать, что проблема неправильного питания действительно существует и ее актуальность растет. Безусловно, меры борьбы с ее причинами и последствиями должны проводиться на всех уровнях, однако, в конечном счете, основную ответственность за свое здоровье и питание несет сам человек. И даже в нынешних условиях современного мира можно следовать ряду несложных правил, чтобы оставаться здоровыми и радоваться жизни.

Борьба с проблемой неправильного питания – это борьба человека со своей безответственностью по отношению к себе и окружающим его людям.

УДК 372.8

В. О. Корунова

Казань, Казанский (Приволжский) федеральный университет

ЗАДАЧИ И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация: В статье рассматриваются сущность, назначение и формы экологического образования в современной России, указываются его проблемные области, а также направление необходимых преобразований.

Ключевые слова: экологическое образование, экологическая культура, экологическая компетентность, проэкологические практики.

Гуманитарная стратегия решения столь актуальных сегодня экологических проблем диктует человеку начинать с себя, а именно – перекраивать свои мировоззрение и стиль поведения [2], воспитывать у себя и, в первую очередь, у молодого поколения высокий уровень экологической культуры. Главным средством достижения этой цели служит формирование эффективной системы экологического образования, истоки которой в нашей стране были заложены в 50-60 гг. XX в., а собственно становление началось в 80-е годы [3, с. 20].

Под экологическим образованием мы, вслед за Л. Ю. Чуйковой, понимаем процесс и результат усвоения систематизированных экологических знаний, умений и навыков, как один из аспектов общего образования, который является необходимым условием подготовки человека к жизни и труду в соответствии с экологическими законами [2, с. 22]. Экологические знания, умения и навыки в общем виде представляют собой экологическую культуру, которую В. В. Мисенжников, один из разработчиков «Стратегии развития экологического образования в Российской Федерации» (1992 г.), называет совокупным опытом взаимодействия людей с окружающей средой, выраженным множеством теоретических знаний, нравственных норм, ценностей и традиций [3, с. 25]. Способность воспроизводить этот опыт на практике – суть экологической компетенции индивида, характеристики, задающей тон реальным социальным и экологическим преобразованиям. Так, В. А. Алексеев демонстрирует следующее понимание экологической компетентности – это интегративное качество личности, определяющее её способность действовать в системе «человек – общество – природа» в соответствии с усвоенными ею образцами экологической культуры. В положительном своём ключе (в условиях высокой экологической культуры) экологическая компетентность означает наличие готовности выбрать экологически целесообразную линию социального поведения и прогнозировать его последствия [3, с. 205].

Воспитание экологической культуры и формирование на её базе экологической компетенции – цель всей российской образовательной системы в целом и каждого её уровня в частности. Особая задача дошкольного образования заключается во возвращении любви к природе, элементарного исследовательского интереса в её отношении, а также в формировании навыков ведения здорового образа жизни. Задачей начального общего образования является закладка фундамента теоретических знаний о природе, основного общего – формирование понимания о характере взаимоотношений человека с окружающей средой, среднего общего – понимания экологических последствий антропогенной деятельности и опытного механизма решения экологических проблем. Задачи среднего и высшего профессионального образования – в углублении знаний об окружающей среде и её процессах, в привлечении к новаторской научно-исследовательской работе [1].

Выработанная система, впрочем, подвергается критике, так, к примеру, результаты опроса, осуществлённого ещё в 2001-2002 гг. Д. С. Ермаковым и Ю. П. Петровым, показали, что ряд экспертов считают необходимым понижение возраста «столкновения» с эколо-

гическими проблемами и практиками их решения среди школьников [2]. И эта критика вполне обоснована: последовавший за экспертным опрос школьников Тульской области (8-11 классы) выявил гораздо большую заинтересованность более младших респондентов в получении как экологических знаний, так и опыта природоохранной деятельности. В целом же, несмотря на достаточно высокий уровень понимания экологических процессов, степень правильности своего поведения по отношению к окружающей среде школьники оценивают весьма низко (15,25% – среднее значение по выборке), потому что помочь природе хотят (87,5% – среднее), но не знают как (56% – среднее) [2]. Показательна также ситуация в высшем образовании. Результаты опроса, проведённого в 2016 г. Д. С. Головских, свидетельствуют о среднем уровне экологических знаний у студентов Уральского государственного экономического университета (57%), однако сами они считают эти знания для себя недостаточными и хотели бы их углубить, сделать намного более практикоориентированными посредством посещения лекций со специалистами соответствующего профиля и проэкологических мероприятий [4]. Иными словами, и школьникам, и студентам из приведённых исследований не хватает именно экологической компетентности, тогда как показатели экологической культуры в целом весьма высоки.

Российская система экологического образования, таким образом, имеет сегодня ряд недостатков, существенно затрудняющих выполнение ею своих прямых функций. При этом центральная проблема заключается в отсутствии связи между теоретическими знаниями о проблемах окружающей среды и практическими навыками их предупреждения, решения, устранения их последствий. Помимо того, что соответствующие теоретические занятия следует вводить с первого класса школы, когда ученики совсем недавно научились любить природу, интересоваться ею и ещё не растеряли этого интереса, с первого же класса нужно обучать их прикладным аспектам охраны окружающей среды и экологически рационального природопользования. Известно, что наибольшее конструирующее воздействие на личность индивида оказывает опыт, полученный на начальных ступенях социализации. Следовательно, постоянным поддержанием и повышением экологической заинтересованности детей, их привлечением к практике решения экологических проблем должны заниматься организации дошкольного образования и начальная школа при активном участии семей. Дальнейшая хабиитуализация (введение в привычку) данных практик обеспечит естественное воспроизводство высоких уровней экологической культуры и экологиче-

ской компетентности россиян в последующих поколениях, а также снижение остроты целого ряда экологических проблем в нашей стране.

Список литературы

1. Головских, Д. С. Формирование экологической грамотности на ступени высшего образования [Электронный ресурс] / Д. С. Головских. – Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 3. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2016/03/64928> (дата обращения: 18.10.2017).

2. Ермаков, Д. С. Экологическое образование: мнение экспертов и школьников [Электронный ресурс] / Д. С. Ермаков, Ю. П. Петров. – Социологические исследования. – 2004. – № 9. – Режим доступа: http://www.isras.ru/files/File/Socis/2004-09/ermakov_petrov.pdf (дата обращения: 18.10.2017).

3. Моисеева, Л. В. Формирование экологической компетентности младших школьников / Л. В. Моисеева, Ю. Г. Никитина // Педагогическое образование в России. – 2011. – № 2. – С. 203-210.

4. Чуйкова, Л. Ю. Анализ моделей экологического образования, использующихся в системе школьного образования / Л. Ю. Чуйкова // Астраханский вестник экологического образования. – 2011. – № 1 (17). – С. 20-32.

УДК 159.9

А. Р. Мингалиева

Казань, Казанский федеральный университет

СОЦИАЛЬНАЯ ЭКСКЛЮЗИЯ СЕМЕЙ, ИМЕЮЩИХ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рождение ребенка – долгожданное и радостное событие для каждой семьи. Поскольку, у родителей с детьми связаны мечты о счастливом и прекрасном будущем, также на детей возлагаются огромные надежды. Однако абсолютно иначе обстоит дело, когда в семье появляется ребенок с ограниченными возможностями жизнедеятельности.

Количество детей с ограниченными возможностями здоровья с каждым годом становится все выше и выше. По данным Минис-

терства Здравоохранения РФ, в России на 2014 год детей с особенностями развития – 540 тысяч человек. Это плюс 3,7% к 2013 году и плюс 9,2% к 2010 году [1]. Дети с ограниченными возможностями здоровья, а также их семьи часто сталкиваются как с физическими, так и социальными барьерами, которые исключают и изолируют их из жизни общества и препятствуют их адаптации в социуме. В социогуманитарных науках такие барьеры обозначаются термином «социальная эксклюзия».

Уровень цивилизованности общества во многом оценивается его отношением к детям с умственными и физическими особенностями. Создание оптимальных условий для успешной коррекции нарушений в развитии ребенка с ограниченными возможностями жизнедеятельности, его воспитания, обучения, его социальной адаптации и интеграции в общество относится к числу важнейших задач.

Как говорилось ранее, рождение в семье ребенка с ограниченными возможностями здоровья – весьма травмирующий фактор для всех членов семьи, что, несомненно, связано с изменением семейного уклада. Депрессии, внутрисемейные конфликты, искажение родительских установок – все это также свидетельствует о нарушении адаптации к сложившейся ситуации.

К сожалению, в современном российском обществе существует тенденция на изъятие ребенка с ограниченными возможностями здоровья из социума. Родители ребенка с явным отклонением уже в роддоме подвергаются уговорам отказаться от ребенка. Так, по данным Министерства Здравоохранения РФ, треть всех детей с ограниченными возможностями здоровья оказываются в Доме ребенка. По данным Уполномоченного по правам человека в РФ ситуация усугубляется с нестабильностью семейных взаимоотношений, связанных с рождением ребенка с ограниченными возможностями здоровья. В 50% случаев отцы оставляют семью, в которой появился ребенок с особенностями развития, при этом лишь 4% из них в дальнейшем оказывают какую-либо помощь в воспитании ребенка, 32% отцов никогда не встречаются со своими детьми [2]. Следовательно, матери детей с ограниченными возможностями жизнедеятельности вынуждены в одиночестве решать возникающие проблемы. В результате довольно значительное количество трудоспособных, квалифицированных и перспективных в плане профессионального роста женщин оказываются в состоянии социального иждивенчества, что является доказательством отсутствия в обществе механизмов включения данной категории женщин в полноценную социальную и трудовую жизнь.

В нашей стране социальная жизнь семьи, имеющей ребенка с ограниченными возможностями здоровья не защищена. Вместе с ребенком родители имеют права, определенные законом – но без профессиональной юридической поддержки реализовать их очень сложно. Помимо этого, в России достаточно случаев, когда дети с ограниченными возможностями здоровья, а также их семьи ущемлялись в правах.

К примеру, в 2015 году в одном из крупных городов Республики Татарстан, в Набережных Челнах, произошел инцидент. Ребенку с детским церебральным параличом запретили выступать на утреннике в детском саду, аргументировав это тем, что праздник предназначен для «нормальных детей», а не для детей с ограниченными возможностями здоровья.

В одной из московских школ в конце 2015 года произошел скандал. Родители требовали изолировать своих детей от девочки с синдромом Дауна, несмотря на то, что школа, в которой произошел инцидент, является инклюзивной, т. е. в данной школе были созданы все условия для обучения детей с ограниченными возможностями здоровья. Кульминацией противостояния стала история с выпускным альбомом, на одной из фотографий которого оказалась эта девочка. Родители других школьников заявили, что на общем снимке нет места ребенку с синдромом Дауна. Таким образом, на родительском совете было принято решение – коллективный снимок переделать и убрать с него портрет девочки с ограниченными возможностями жизнедеятельности.

Так, исследование, проведенное в октябре-сентябре 2010 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения, показало: существование изоляции детей с ограниченными возможностями здоровья в современном российском обществе является результатом не только слаборазвитой инфраструктуры для данной категории населения, наличием специализированных, инклюзивных образовательных учреждений, но и отношения со стороны общества к детям с ограничениями жизнедеятельности.

Согласно опросу населения 62% людей в своем окружении не имеют людей с видимым ограничением здоровья, лишь 37% имеют. Важным следствием изолированности является тот факт, что отношение населения к детям с ограниченными возможностями формируется, в первую очередь, на основе стереотипов, мифов, которые закрепились в массовом сознании, а не на основе личного опыта взаимодействия с ними [3].

По результатам качественного этапа исследования, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения, были

определены стереотипы, которые, по мнению экспертов и родителей детей с ограниченными возможностями, широко распространены в обществе по отношению к таким детям. А именно:

- «Дети, которые имеют врожденную инвалидность, рождаются в неблагополучных семьях» (26%) [4, с.10];
- «Дети-инвалиды не могут быть полноправными членами общества, так как ничего не понимают, не могут полноценно общаться с окружающими» (19%) [4, с.10];
- «Дети-инвалиды – бесперспективные, бесполезные для общества люди, на которых не следует тратить время и средства» (16%);
- «Дети-инвалиды опасны, могут быть заразны и должны быть изолированы от общества» (8%) [4, с.10].

Результаты опроса населения также подтвердили, что основными чувствами, которые россияне испытывают по отношению к детям с ограниченными возможностями здоровья, являются жалость, сочувствие и сострадание (87%). Тем самым, в обществе распространено или, во всяком случае, декларируется уважение к инвалидам, отношение к ним как к людям, преодолевающим свои физические недостатки (66%). Среди негативных эмоций по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья ключевую роль играют страх за себя, что такое может произойти в их семье (44%), а также неловкость (47%) [2].

Помимо этого, одной из важнейших социальных проблем детей с ограниченными возможностями жизнедеятельности является обучение и получение образования. Основным барьером, в данном случае, выступает, то, что образовательные учреждения чаще всего неприспособлены к особым нуждам детей с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время в нашей стране всего около 147 тысяч таких детей получают образование в инклюзивных образовательных учреждениях, но далеко не все из них приспособлены для благоприятного обучения учеников с ограниченными возможностями жизнедеятельности. На сегодняшний день в России всего около 3,5 тысяч образовательных учреждений полностью приспособлены для учеников с ограниченными возможностями здоровья, хотя к 2015 году планировалось увеличить эту цифру в четыре раза. Таким образом, во-первых, важно создать комфортную среду для благоприятного обучения детей с ограниченными возможностями в образовательных учреждениях. Во-вторых, как можно активнее использовать методики дистанционного обучения детей.

Принятие мер для решения социальных проблем, с которыми сталкиваются дети с ограниченными возможностями здоровья, требует не только дифференцированного государственного подхода

с выявлением всех индивидуальных потребностей, но и улучшения материального положения семей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями жизнедеятельности с учетом оценки бытовых условий их проживания, социальной, медицинской и профессиональной реабилитации.

Таким образом, очевидно, что в силу особенного положения детей с ограниченными возможностями и их семей в обществе, специфики их нужд и потребностей, им необходима профессиональная помощь специалистов, которая должна носить не только медицинский характер, а затрагивать все стороны жизни такого ребенка и его семьи.

Список литературы

1. В России возросло число детей-инвалидов [Электронный ресурс] // Интерфакс. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/russia/436880> (дата обращения 15.10.2017).
2. Изменение социальных функций и ролевых отношений в семьях с детьми с ограниченными возможностями здоровья [Электронный ресурс] / О. Ю. Андриенко // Человек и наука. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/izmenenie-sotsialnyh-funktsiy-i-rolevyh-otnosheniy-v-semyah-s-detmi-s-ogranichennymi-vozmozhnostyami> (дата обращения 22.10.17)
3. Социум, дружелюбный детям-сиротам и детям с ограниченными возможностями. [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – Режим доступа: <http://wciom.ru> (дата обращения 15.10.2017).
4. Социум, дружелюбный детям-сиротам и детям с ограниченными возможностями: отчет о результатах исследования: Фонд поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации. – М., 2011. – С. 10.

А. М. Миннигалеева

Уфа, Башкирский государственный университет

ПРОФИЛАКТИКА ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Актуальность. В наши дни очень трудно представить себе жизнь без интернета. Это изобретение человечества, казавшееся только недавно необъяснимым чудом, теперь тесно вошло в жизнь. Мобильные телефоны, планшеты, ноутбуки – все это дает молодому поколению огромные возможности в виде неограниченного доступа к информации, общению и знакомству с людьми, находящимися на расстоянии более 1000 км., кроме того, это возможность наиболее быстро находить нужные файлы, музыку, видео, книги!

Число россиян, пользующихся интернетом, растет с каждым годом. Если в 2006 г. доля пользователей составляла около 23% [3], то на 2014 год этот показатель соответствует двум третям, а именно, сегодня более 68% [3]. Ежедневно пользуются интернетом, в первую очередь, молодые люди (78% 18-24-летних и 73% 24-35-летних).

Многим интернет заменяет реальную жизнь, более того, это приводит к тому, что люди становятся интернет – зависимыми, не понимая, что их увлечение виртуальным миром может принести реальную угрозу.

Объектом данной работы является молодежь.

Предметом работы является проблема Интернет-зависимости молодых людей.

Целью работы является изучение проблемы Интернет-зависимости и разработка мер, направленных на профилактику Интернет-зависимости среди молодых людей.

Явление Интернет-зависимости начало изучаться за рубежом с 1994 года. Интернет-зависимость можно определить, как постоянное желание выйти в Интернет, находясь офлайн, и неспособность выйти из Интернета, будучи онлайн [4]. Доктор Кимберли Янг, директор Центра изучения Интернет-зависимости, проанализировавшая более 400 случаев данной проблемы, считает, что каждый человек, обладающий доступом к модему и выходу в Интернет, может стать Интернет-зависимым.

Кроме того, за рубежом изучал проблему интернет-зависимости И. Голдберг, [5] предложивший термин «интернет-аддикция» и набор критериев для определения интернет – зависимости. Так же изучали данную проблему Д. Гринфилд, М. Гриффиттс, К. Суррат [5]

В России данной проблеме были посвящены работы Н. А. Цой, [7] в которых автор рассматривает взаимосвязь интернет-зависимости с таким социальным явлением как одиночество. Оказалось, что более неумеренные интернет-пользователи более одиноки, имеют больше негативных эмоций и наиболее заниженную самооценку.

Кроме того, Н. А. Цой выявляет зависимость между низким самоконтролем и долгим проведением времени в интернете [8]. Чем ниже самоконтроль, тем меньше способность сопротивляться импульсу продолжать пользоваться интернетом; С. Варламова представляет вниманию различные типологии интернет – зависимости молодежи [6]

Т. В. Владимирова рассматривает сетевые коммуникации как новую структуру общества, которая влияет на развитие общества как позитивно, так и негативно, что касается последнего, то не обходиться без деструкции личности, общества и государства [1]

Известны случаи, когда молодые люди, проведя много времени за онлайн играми, становились агрессивными и неуправляемыми, терялись во времени и пространстве, кроме того, набрасывались на родных и близких, если они запрещали им играть или ограничивали часы, проводимые за компьютером. Интернет влияет не только на психику, но и на коммуникационные навыки, которые терпят изменения в связи с новой возможностью общения посредством моментальных сообщений, смайликов, стикеров, а также сокращений слов. Компьютер позволяет не обдумывать правописание каждого слова и если что-то не так, то оповестит пользователя. Кроме того, долгое нахождение в интернете влияет на самочувствие человека: появляется сухость в глазах, снижается зрение, возникают боли в спине, более того, проявляются такие признаки как раздражительность и заторможенность.

Появление возможности общаться «онлайн» в социальных сетях не дает возможности развивать навыки общения с реальными людьми, с которыми нельзя обдумывать свой ответ длительное время или скрыть эмоцию как при помощи сообщений в сети. [10] Особенно сильно это сказывается на юношах и девушках, которые порой не уверены в себе, скрытны и трудно идут на контакт в реальном мире. Такие молодые люди более подвержены влиянию интернета и восполняют нехватку реального общения общением в сети, где можно представиться кем угодно и вести себя более уверенно, не боясь осуждения.

Интернет в наши дни стал оружием, с помощью которого можно управлять людьми, опять же, наиболее уязвимой группой в этом случае является молодежь, в особенности подростки. Известны

случаи, когда с помощью социальных сетей молодых людей довели до суицида, не говоря о преступлениях, хищениях и клевете, встречающихся на просторах интернета. [9]

В рамках профилактики решения проблемы интернет-зависимости мною был разработан проект «Жизнь офф-лайн»

Цель проекта: осуществление профилактики интернет-зависимости посредством формирования коммуникативных навыков, повышения уровня самооценки, развитие творческих способностей школьников.

Проект реализуется: Администрацией Советского района, отделом культуры и молодежной политики

Ресурсное обеспечение проекта:

1. Сбор команды, которая будет организовывать проект
2. Организовать учащихся школы
3. База реализации проекта – средняя школа №26
4. Финансирование – администрация Советского района

Описание проекта. Проект «Жизнь офф-лайн» будет реализован в течение месяца. Проект будут включены такие составляющие:

1. Изучение степени интернет-зависимости среди учащихся школы (8-10 классы средней школы №26) – проведение тестирования на интернет-зависимости, выявление результатов.

2. Проведение ознакомительных лекций среди школьников на тему: «Интернет – новая угроза».

3. Проведение среди школьников круглого стола на тему: «Интернет: за или против»

4. Проведение среди школьников конкурса творческих работ (эссе) на тему: «Мир без интернета»

5. Проведение мастер-классов, тренингов по развитию коммуникационных навыков среди школьников

6. Проведение мастер-классов по различным творческим направлениям как альтернативная деятельность: рисование, пение, танцы (в качестве мастеров будут выступать профессионалы в своей области). В дальнейшем, планируется развитие на базе школы кружков в перечисленных направлениях с учетом того, что администрация и директор школы дадут разрешения и организуют ставки на этот вид деятельности.

7. Проведение эксперимент «3 дня без интернета». Среди учащихся школы выбираются добровольцы, которые будут под присмотром родителей, учителей и друзей находиться без интернета в течение 3-х дней.

Список литературы

1. Варламова С. Н., Гончарова Е. Р., Соколова И. В. Интернет-зависимость молодежи мегаполисов: критерии и типология / С. Н. Варламова, Е. Р. Гончарова, И. В. Соколова // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2015. – № 2. – С. 46-50.
2. Владимирова Т. В. Сетевые коммуникации как источник информационных угроз [Электронный ресурс] / Т. В. Владимирова // ЭСМ – федеральный образовательный портал. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/09/20/1267451215/Vladimirova.pdf> (дата обращения: 15.10.2017).
3. Дети в Интернете: поощрять или ограничивать? Пресс-выпуск №2553 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=114772> (дата обращения: 16.10.2017)
4. Жичкина А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете [Электронный ресурс] / А. Жичкина // Пиши и продавай! – Режим доступа: http://www.textfighter.org/raznoe/Psihol/Article/psihologa_jichkina_a_sotsialnopsihologicheskie_aspekty_obscheniya_v_internete.php (дата обращения: 17.10.2017).
5. Иванушкин И. А. Интернет-зависимость: Социокультурный контекст / И. А. Иванушкин // Российский педагогический журнал. – 2013. – № 3.
6. Новая газета // Группы смерти. – 2016. – Выпуск № 51.
7. Цой Н. А. Низкий самоконтроль как один из детерминирующих социальных факторов феномена интернет-зависимости / Н. А. Цой // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – Том XIV, № 4 (57). – С. 72-85.
8. Цой Н. А. Феномен интернет-зависимости и одиночества / Н. А. Цой // Социологические исследования. – 2011. – № 12. – С. 98-107.
9. Чередниченко И. Тяжелый случай. Интернет-зависимость [Электронный ресурс] / И. Чередниченко // SocialShow – Социальная сеть. – Режим доступа: <http://socialshow.ru/kompyutery-internet-i-veb/tjzhelyi-sluchai-internet-zavisimost.html> (дата обращения: 17.10.2017)
10. Чудова И. В. Особенности образа «Я» «Жителя Интернета» / И. В. Чудова // Психологический журнал. – 2012. – Т. 22, № 1. – С.113-117.

М. О. Назюкова, О. В. Шиняева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ВУЗА КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В современных условиях в социально-культурную деятельность общества органично вписываются корпоративные социально-культурные мероприятия. Формой закрепления корпоративных ценностей этих организаций являются корпоративные мероприятия. Именно корпоративные мероприятия для студентов при определенных условиях могут способствовать развитию и повышению культурного уровня, повышению качества работы ВУЗа, что является одним из условий успешной деятельности и сплоченности университета в конкурентной рыночной среде [1, с. 20].

Значимость корпоративной культуры студенческого сообщества вуза состоит в том, что она позволяет без административного нажима отбирать наиболее эффективные модели поведения студентов, способствует развитию творческого и активного студента, ориентированного в своей жизнедеятельности не только на собственные достижения, но и на общий успех окружающих его людей и сообществ.

Цель статьи — определить влияние корпоративных мероприятий вуза на потенциал студенческой молодежи. Методом сбора эмпирической информации был выбран анкетный опрос. В современных условиях нестабильного развития России важную роль в объединении граждан, создании атмосферы психологического комфорта играют корпоративные культурные мероприятия, которые являются средством закрепления корпоративных ценностей организаций. Корпоративные мероприятия в вузе при определенных условиях могут способствовать развитию социальной активности студентов, повышению их коммуникабельности и креативности, что является важным условием успешной деятельности университета в конкурентной среде [2, с. 145].

Исследователи, изучающие корпоративные мероприятия, называют эту форму совместной деятельности моментом жизни, когда человек сильнее всего ощущает свое единство и общность с окружающими его людьми. Положительное влияние яркого мероприятия связано, прежде всего, с потребностью и стремлением принадлежать к какой-либо группе. Студенческое мероприятие строится на

акцентировании того, что празднуют вместе именно «свои», члены студенческого сообщества [3].

Для того чтобы выяснить, как относятся студенты к корпоративной культуре и корпоративным мероприятиям нами было проведено социологическое исследование «Успешные корпоративные мероприятия в оценках студентов вузов: содержание, формы участия, результаты» (2017 г.). Мы опросили студентов всех профилей обучения Ульяновского государственного технического университета, выборка составила 360 человек.

Нам необходимо было выяснить, какую роль в формировании корпоративной культуры играют корпоративные мероприятия: 40% опрошенных считают, что корпоративные мероприятия играют очень важную роль в деятельности вуза и формировании социальной активности. Корпоративные мероприятия занимают такое же место в вузе, как и другие условия – так считают 37% респондентов. Остальные 23% считают, что корпоративные мероприятия особой роли не играют, а выполняют развлекательную задачу.

Мы решили определить отношение студентов к конкретным корпоративным мероприятиям: Студенческая осень/весна, День факультета, День открытых дверей, Дебют первокурсника, Татьянин день, Посвящение в первокурсники, Молодежный инновационный форум. Мы выяснили, что в целом активными посетителями этих мероприятий являются около 46% респондентов, и они с удовольствием посещают университетские праздники; 11% студентов не видят смысла в перечисленных корпоративных мероприятиях; оставшиеся 43% относятся к мероприятиям ситуативно – отдельные посещают, другие – игнорируют.

Мы выяснили, какие меры могли повысить посещаемость студентов на корпоративных мероприятиях. Так треть студентов считает, что необходимо увеличить количество рекламы и информации о мероприятиях; важно учитывать предпочтения студентов при подготовке корпоративных мероприятий, так считают более 40% опрошенных. Возможность участвовать и выступать на площадках города, наличие единомышленников среди организаторов также помогут повысить посещаемость студентов на мероприятиях в ВУЗе.

Таким образом, именно корпоративные мероприятия при определенных условиях могут способствовать повышению культуры студентов, развитию их творческого и организационного потенциала. Участие в организации мероприятий является условием сплоченности студенческой молодежи и основанием для поддержания партнерства.

Список литературы

1. Викторов, О. Н. Ценностные ориентации студенческой молодежи: опыт работы. – Чебоксары : Чуваш, гос. ун-т, 2002. – 159 с.
2. Чижикова Е. С. О формировании корпоративной культуры студенческого сообщества / Е. С. Чижикова // Высшее образование в России. – 2009. – № 10. – С. 144-148.
3. Шibaева, Л. М. Содержательные аспекты корпоративной культуры современного университета. [Электронный ресурс] / Л. М. Шibaева // Руснаука. – Режим доступа: www.rusnauka.com.

УДК 338.262.4

М. О. Назюкова, Т. В. Ключева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ МОЛОДЕЖИ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Важнейшим ориентиром кризисного и посткризисного развития в российском обществе сегодня становится модернизация. Причем для эффективного преодоления последствий кризиса, модернизация не должна ограничиваться уровнем общества и региональных сообществ, а должна плотно войти в ткань повседневного поведения людей. Особенно это актуально для молодежи: именно поколение реформ и пореформенное поколение будут во многом формировать социальный, политический и экономический ландшафт России двадцать первого века. Основной любой социальной стратегии является ее финансовая составляющая, связанная с вопросами заработка, накопления, сохранения и расходования средств, включая вопросы принятия решений о денежных тратах и сбережениях, накопления средств для приобретения дорогостоящих товаров, получения образования, обеспечения благополучной старости. Можно утверждать, что социальное самочувствие человека будет во многом определяться степенью удовлетворения его социальных потребностей, которые во многом связаны с решением имущественных и материальных вопросов. При этом, выбор стратегии связан не только с индивидуальными установками представителей молодежи, но и с особенностями территории: в столичных регионах и провинции выбор средств и практик для построения своей цели может существенно различаться, мы остановим свое внимание на молодежи

регионов России, взяв для примера Ульяновск – крупный город, относящийся к региону «середины» – Ульяновской области, в этой области большое количество социально-экономических параметров соответствует общероссийскому уровню, что позволяет экстраполировать результаты на Россию в целом.

Цель статьи – определить экономические стратегии молодежи региона в условиях кризиса. Для того чтобы достигнуть цели исследования, необходимо изучить экономическое положение молодежи, характер выбора способов приобретения средств существования и социальный оптимизм/пессимизм данной группы.

Для того чтобы определить ценностные ориентации и экономические стратегии поведения молодежи, мы проанализировали теоретические источники и результаты эмпирических исследований последнего времени. Дополнительным источником данных послужило авторское социологическое исследование «Потребительское поведение населения крупного города», анкетный опрос, выборка случайная, 460 человек (Ульяновск, 2016 г.), проведенное исследовательским коллективом на базе кафедры «Политология, социология и связи с общественностью».

В современных социально-экономических условиях молодой человек подвержен влиянию многих факторов (социетального, регионального и индивидуального уровня), воздействие которых ранее он мог чувствовать в гораздо меньшей степени, нежели сейчас. Как отмечает современный отечественный исследователь Л. В. Оринина «с одной стороны, современный молодой человек вынужден противостоять экономической системе, а с другой стороны – быть активно в нее включенным [3, с.187].

В такой ситуации, выбор способов приобретения средств существования становится одновременно результатом воздействия внутренних факторов и внутренних установок. Сравним предпочтения молодежи и граждан зрелого возраста. Основные экономико-поведенческие адаптационные стратегии респондентов – горожан зрелого возраста – складываются из следующих действий: ограничение потребления (35-47%), снижения уровня расходов домохозяйств, переход на самообеспечение продуктами с дач и приусадебных хозяйств (13-20%), традиционное предпочтение работ с гарантированным невысоким доходом (40%), повышение интенсивности труда на рабочем месте (15%), поиск дополнительной занятости (24%), поиск новой работы, смена профессии (16%), открытие своего дела, занятие предпринимательством (5%), сетевым бизнесом (7%). [2, с.167]. Интересно, что молодежь, на которую возлагаются надежды по инновационному прорыву, на практике в целом повторяет линию поведения старшего поколения.

Это связано со сложившимися социально-экономическими условиями. Основная часть экономически активного населения относится к наемным работникам, на долю самозанятых среди молодежи приходится не более 5%. Уровень доходов остальных во многом зависит от развития конкретных отраслей хозяйства. Так уровень заработной платы в нефтеперерабатывающей промышленности в два раза превышает уровень оплаты труда в приборостроении, машиностроении (соответственно 56 000 и 26 000 рублей); стоимость труда работников, чья профессиональная деятельность связана с вредными и опасными факторами, на треть ниже оплаты работников умственного труда (21 000 и 30 000 руб.) и в два раза меньше оплаты руководителей среднего звена (40 000 руб.). Самым существенным фактором, ухудшающим психологическое самочувствие наемных работников, является непрозрачность принципов начисления надбавок и премий; во многом они зависят от субъективного отношения руководства [1, с. 247-248].

Несмотря на то, что молодежь наиболее мобильна в сфере изменения ценностных ориентаций, экономических установок и экономического поведения, в настоящее время данная группа демонстрирует достаточно консервативные установки и сдержанный оптимизм. Определяя уровень материального положения семьи, молодые люди разделились на несколько групп: 33% молодых людей отметили улучшение, более половины (52%) отметили, что оно осталось таким же (надо понимать, что для многих это означает — не очень высоким), для 9% социальное положение семьи ухудшилось [4, с. 130]. Мы видим, что избранные социально-экономические стратегии демонстрируют ограниченную результативность: треть они привели к повышению материального положения, примерно половину — к сохранению уровня, около 9% можно признать неуспешными — положение семей только ухудшилось.

Таким образом, мы выяснили, что модернизационный потенциал молодежи региона сегодня ограничен: его сдерживают достаточно скромное экономическое положение, связанное с общим положением работающего населения и особенностями развития отраслей производства, а также консервативный подход большинства представителей молодежи к формированию собственной экономической стратегии. Однако, для части молодежи консервативные экономические стратегии являются эффективными. Ограниченная эффективность или неэффективность консервативных стратегий для другой части молодежи может стать для них толчком к формированию новых, модернизационных практик в новых условиях.

Список литературы

1. Бадонов А. М., Бадараев Д. Д. Социальное самочувствие студенческой молодежи в период экономического кризис / А. М. Бадонов, Д. Д. Бадараев // Вестник Бурятского государственного университета. – 2015. – № 5. – С. 128-132.
2. Князев П. А. Экономическое поведение российской молодежи в период мирового финансового кризиса / П. А. Князев // Теория и практика общественного развития. – 2010. – № 2. – С. 165-170.
3. Наемный работник в современной России / под. ред. 3. Т. Голенковой. – М. : Новый хронограф, 2015 – 290 с.
4. Оринина Л. В. Формирование адаптивных стратегий поведения у представителей современной молодежи в условиях экономического кризиса России / Л. В. Ориина // Символ науки. – 2016. – № 1-2 (13). – С. 186-188.

УДК 316.334

Д. А. Николаева, Т. В. Ключева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

МОЛОДЕЖЬ КАК СОЦИАЛЬНАЯ БАЗА ПРОДВИЖЕНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ: ЦЕННОСТНЫЕ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ В РЕГИОНАХ ПОВОЛЖЬЯ

Актуальность проблем здорового образа жизни в наше время трудно подвергнуть сомнению. Однако практическое решение вызывает большие трудности в связи с масштабностью мер, необходимых для её кардинального решения. Здоровый образ жизни в наше время широко пропагандируется среди молодёжи с заботой о профилактике различных заболеваний. Однако, данная пропаганда зачастую направлена на распространение различных средств и продуктов для «сохранения» здоровья и является частью прибыльного бизнеса. Но с другой стороны информация о здоровом образе жизни распространяется с целью увеличения показателей отдельных сфер общества или регионов/государств [1, с. 2]. Изучение проблемы здорового образа жизни молодежи обусловлено спецификой этой, социально-демографической группы, особенностями ее формирования, ее потенциалом для развития социума, так как здоровье определяет

возможности реализации будущих специалистов, способность к созданию семьи и к профессиональной, общественно-политической и творческой деятельности. [3, с. 186].

В России показатели здоровья подрастающего поколения с каждым годом становятся все хуже (по сравнению с предыдущим годом ухудшилось на 6%). Сегодня доля здоровых подростков составляет около одной четверти. Сознание молодёжи, как определенного сегмента, проявляется через ценности, благодаря которым она выбирает себе товары. Ценность товара или услуги для неё равна или приблизительно равна реализации тех мотивов и потребностей, которые уже есть или могут быть сформированы. Чем больше ценность товара по отношению к его цене, тем выше вероятность того, что он будет приобретен данным конкретным человеком. Ценности представляют собой убеждение людей о жизни и приемлемом поведении, об идентификации с определенным стилем жизни. В них выражаются цели, движущие человеком, и соответствующие способы их достижения. Устойчивая природа ценностей и их центральная роль в структуре личности обусловила их значение для понимания многих ситуаций потребления. К числу последних, относятся выбор товара и его марки, а также сегментирование рынка [2, с. 42].

Целью данной статьи является выявление ценностных и поведенческих особенностей сознания личности молодежного сегмента по отношению к здоровью, а также выявление эффективных каналов коммуникации, влияющих на их сознание в процессе продвижения здорового образа жизни.

Для решения проблемы нами было проведено количественное исследование «Здоровый образ жизни как основа социального имиджа коммерческой компании». Результаты показали, что оценка состояния здоровья молодежи Поволжья является различной. Меньше половины опрошенных отметили, что состояние здоровья «хорошее» (46%); почти столько же считают его «удовлетворительным» – с незначительными расстройствами (42%), «плохим» считают своё здоровье 12%. Половина респондентов считает себя нездоровыми. При этом большинство респондентов утверждают, что факторы ведения здорового образа жизни им известны (82%), однако соблюдают их лишь 37%.

Интересным фактом нашего исследования стало то, что женский пол чаще проявляют заботу о своём здоровье (65%), по сравнению с мужским (54%). Основной причиной заботы о здоровье юношей выступает «желание быть сильнее, не отставать от подобных себе» (53%). А девушки чаще начинают заботиться о своём здоровье, когда оно ухудшается (62%). Среди факторов заботы

о здоровье молодежи лидируют причины физиологического и психологического характера – «ухудшение самочувствия», «желание быть сильнее, не отставать от других» (61%); а роль социокультурных факторов снижена – «воспитание в семье», «пример окружающих людей», «медицинская информация и диагностика» (39%). Факторы социокультурного происхождения влияют на заботу о собственном здоровье третьей части опрошенных (32%).

Исследование показало, что из опрошенной молодежи занимается спортом лишь 23% респондентов. В основном к данной группе относятся неженатые юноши, отчего можно сделать вывод, что для многих – это лишь способ привлечения внимания противоположного пола, нежели для сохранения собственного здоровья.

Анализ источников и каналов продвижения ЗОЖ показал, что наибольшее влияние оказывают социальные сети (37%), второе и третье места делят телевидение и наружная реклама (по 22%). При этом значительная часть опрошенных утверждает, что главный фактор, способствующий ведению ЗОЖ, это самовоспитание (33%), на втором месте – окружение и друзья (31%); лишь на третье место молодые люди ставят СМИ (22%).

Итак, по результатам исследования нами была выявлена следующая закономерность: эффективная коммуникация с молодежью Поволжья должна быть ориентирована на продвижение таких ценностей личности, как качество жизни и состояние здоровья. При это модернизация должна захватывать не только производственную сферу, но и повседневную жизнь людей. Для этого необходимо использовать эффективные каналы продвижения: лидеров мнений и частично СМИ.

Список литературы

1. Шиняева О. В., Клюева Т. В. Здоровье населения крупного города: объективные и субъективные детерминанты изменений / О. В. Шиняева, Т. В. Клюева // Вестник Ульяновского государственного технического университета. – 2014. – № 4. – С. 36-40.
2. Синягина Н. Ю., Кузнецова И. В. Здоровье как образ жизни / Н. Ю. Синягина, И. В. Кузнецова // Здоровье всех от А до Я. – 2007. – № 2. – С. 41-47.
3. Готовчикова Л. В. Основы здорового образа жизни человека. Физическая культура в обеспечении здоровья. – Барнаул, 2015. – С. 186-190.

Т. С. Пантелина

Тамбов, Тамбовский государственный технический университет

**СТАРТАП-ПРОЕКТЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ АСПЕКТОВ
И РОЛИ МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ В РАЗВИТИИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА**

В современном мире все большее внимание стало обращено к молодежи, к ее инициативам в политической, социальной, экономической и других областях. Она задает тенденцию развития отрасли экономики, занимает особо важную роль в системе трудовых ресурсов. Молодежь – это ключевой фактор в становлении и развитии производства в постиндустриальной экономике. Поэтому вовлечение молодежи в предпринимательство и инновационный бизнес является актуальным и стратегически необходимым, начиная еще с обучения в высших образовательных учреждениях.

В условиях перехода ВУЗов Российской Федерации на новую стадию концепции Национальной технологической инициативы «Университет 3.0», отличительной чертой которой является направленность вузов на развитие предпринимательских компетенций, создание конкурентоспособных инновационных разработок и их коммерциализации, важным аспектом стало открытие на базе каждого высшего учебного учреждения предпринимательских бизнес-инкубаторов. Именно в них происходит процесс отбора наиболее перспективных и инновационных проектов, формирование благоприятных условий для их старта и дальнейшего развития. Бизнес-инкубаторы наблюдают за ходом развития конкретного стартапа до тех пор, пока тот не начнет получать свою стабильную прибыль. В «Университете 3.0» бизнес-инкубаторы, действующие на базе ВУЗа, занимаются отбором и продвижением проектов-стартапов своих студентов.

В ходе работы бизнес-инкубаторов первостепенной является молодежная инициатива. Молодежь выбирает наиболее перспективную отрасль для создания своего инновационного проекта, разрабатывает алгоритмы, механизмы реализации и функционирования работы. Исходя из этого, и выявляются наиболее привлекательные для молодого поколения сферы, формируются новые тенденции и подходы к их дальнейшему развитию.

План создания стартап-проекта в бизнес-инкубаторах университетов (по ключевым параметрам):

1. Молодежная инициатива в разработке стартапа – инновационного предпринимательского проекта;
2. Выбор отрасли для создания стартапа;
3. Выявление ключевых проблем данной отрасли и наиболее перспективных направлений для развития инновационного предпринимательского проекта;
4. Написание стартапа с помощью рекомендаций практикующих специалистов и предпринимателей в конкретной сфере;
5. Поиск инвесторов (среди партнеров конкретного бизнес-инкубатора);
6. Пробная реализация стартап-проекта, доработка деталей, полная реализация стартап-проекта.

Таким образом, молодежная инициатива формируется уже на первых этапах создания проекта, ключевые параметры для развития предпринимательства и инновационного бизнеса закладываются уже во втором шаге. Наиболее проработанные и перспективные стартап-проекты студентов воплощаются на практике, тем самым молодое поколение начинает свое становление в предпринимательской деятельности и инновационном бизнесе, привнося свои новейшие и действенные методы их развития.

Благодаря возросшей роли молодежи в развитии предпринимательства, инновационного бизнеса меняются и подходы к осуществлению образовательного процесса, в частности в высших образовательных учреждениях. Сформированы две очевидные тенденции:

- Практико-ориентированные методы обучения (профессиональные стажировки и практики, работа по профессии в период обучения в ВУЗе и т. д.).
- Конкурсы выпускных квалификационных работ от партнеров-работодателей университетов (определение предприятиями авторов наиболее актуальных работ с инновационными подходами к решению вопросов для дальнейшего трудоустройства).

Таким образом, стартап-проекты, создаваемые студентами на базе ВУЗов изначально определяют молодежную инициативу, которая является отправной точкой для реализации профессиональной карьеры молодых специалистов и, как следствие, развития предпринимательства и инновационного бизнеса.

Список литературы

1. Виссема, Й. Г. Университет третьего поколения / Й. Г. Виссема. – Издательство «Олимп-Бизнес», 2016. – 480 с.
2. Карпов, А. Современный университет как драйвер экономического роста: модели и миссии / А. Карпов // Вопросы экономики. – 2017. – № 3. – С. 58-76.

Т. А. Саттаров

Казань, Казанский (Приволжский) Федеральный Университет

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

В нашей стране, как и во всём мире, тема предпринимательства, а ныне «Start-up», является наиболее обсуждаемой в различных сферах общественной жизни. Разрабатывается большое количество теоретического материала: методические пособия, книги, интернет-публикации по правильному ведению бизнеса. Широкое развитие информационных технологий, усиление влияния экономического сектора, а также упрощение законов ведения предпринимательской деятельности создают весьма благоприятные условия формирования и развития собственного бизнеса. Приоритет сохраняет традиционное предпринимательство, однако со стороны государства активно поддерживается развитие инновационного бизнеса, распространённого преимущественно среди молодёжи. Для развития молодёжной предпринимательской деятельности государство предоставляет различные госпрограммы, гранты, фонды, льготы и субсидии для открытия и развития собственного бизнеса.

Отличным примером по поддержке развития молодёжного предпринимательства является Республика Татарстан, где существует множество государственных программ финансирования малого и среднего бизнеса. Например, уже несколько лет существует госпрограмма от Министерства экономики Республики Татарстан по поддержке малого и среднего бизнеса, которая включает в себя микро-займы, лизинг-грант и субсидии на приобретение необходимого оборудования. Программа проводится на основе конкурса с предоставлением бизнес-плана [1]. Также, существует безвозмездное финансирование бизнеса от государства. Данный грант предоставляется главным образом, для людей с ограниченными возможностями, безработным, многодетным и молодым людям до 32 лет. Комиссия по предоставлению грантов на развитие малого бизнеса рассматривает заявку и определяет, нуждается ли субъект предпринимательской деятельности в получении денег от государства или же нет. Решение экспертной комиссии будет зависеть от того, соблюдены ли требуемые условия регистрации субъекта пред-

принимательской деятельности (СПД), является ли отрасль его деятельности приоритетной для его региона. Общая сумма гранта варьируется и достигает 300 000 рублей. Главное выбрать ту сферу, в развитии которой прежде всего нуждается регион [2].

Исходя из вышеперечисленных примеров, можно сделать вывод, что государство всячески содействует развитию частного предпринимательства, особенно среди молодых людей.

Кроме того, рассматривая инновационный технологический бизнес, следует упомянуть о том, что в Республике Татарстан существует аналог Кремневой долины – Иннополис. Иннополис представляет собой особую экономическую зону (ОЭЗ), которая прежде всего заинтересована в привлечении бизнеса из реального сектора экономики. Данный городок является технологичным по своей форме, а его территория (200 гектаров) предназначена для инновационных компаний. На первом этапе приоритет отдаётся преимущественно информационным технологиям, однако только ими деятельность Иннополиса не ограничивается. Об этом также говорил экс-мэр города Егор Иванов в одном из своих интервью: «Мы не хотим ограничиваться исключительно IT. Иннополис – город про любые высокотехнологичные индустрии». Это территория развития в сфере информационных технологий и новая IT столица России [3]. Потенциал «города» весьма широк: он имеет свой информационно-технологический университет, в котором обучают новым профессиям, технологического типа, а также исследуются проблемы искусственного интеллекта, роботизации, программирования.

Территория Иннополиса привлекательна благодаря тому, что здесь созданы все условия для развития собственного дела, не только в сфере IT, но и в сфере оказания услуг и досуга. Так как он является ОЭЗ, то на его территории действует специальный налоговый режим, предполагающий в течение 5 лет освобождение от налогов на прибыль и в течение 10 лет от налогов на транспорт и имущество. Также существует возможность ввоза товара из-за рубежа без НДС и других надлежащих пошлин. Для аренды офиса существует льготный конкурс с выкупом земли в дальнейшем, а также упрощенная система трудоустройства иностранных профессиональных кадров. На данный момент администрация Иннополиса заинтересована в привлечении предпринимателей для развития сферы быта и оказания услуг, гостиничный бизнес, открытие магазинов и аутлет-центров [4].

Таким образом, мы видим, что сегодня молодежь играет большую роль в развитии предпринимательства. Молодые умы делают резонансные открытия в сфере бизнеса и вводят новые модели

развития в целом, что позволяет оптимизировать не только развитие экономического сектора в количественном аспекте, но и позволяет перейти экономике на принципиально новый качественный уровень. Само государство на практике ощутило, что частное предпринимательство позволяет быстро развивать экономику и поэтому старается создать благоприятные условия для ведения предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Государственный услуги Республики Татарстан [Электронный ресурс] // Поддержка малого и среднего предпринимательства. – Режим доступа: <https://uslugi.tatarstan.ru/mert>, (дата обращения 16.10.2017).
2. Весь бизнес России [Электронный ресурс] // Госпрограммы поддержки малого бизнеса в 2017 году. – Режим доступа: <http://vesbiz.ru/svoj-biznes/programma-podderzhki-malogo-biznesa.html> (дата обращения 16.10.2017).
3. Иванов Е. Иннополис – это город для смелых и дерзких, для современных бамовцев [Электронный ресурс] / Е. Иванов // Деловая электронная газета Татарстана. – Режим доступа: <https://www.business-gazeta.ru/article/136553> (дата обращения 16.10.2017).
4. Какой бизнес нужен Иннополису? [Электронный ресурс] // Rusbase. – Режим доступа: <https://rb.ru/howto/innopolis-for-business/> (дата обращения 16.10.2017).

УДК 316.758

И. Е. Сафонов

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ В НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ МИТИНГАХ КАК КОМПОНЕНТ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Социологический подход в изучении проблем девиантности впервые выдвинул Э. Дюркгейм в своей работе «Самоубийство». Ученый обнаружил конкретную взаимосвязь между кризисом в обществе и девиантными поступками. Так, экономический кризис по ряду причин обуславливает волну самоубийств, и ученый характе-

ризует такое состояние общества термином аномия, как утрата внутреннего баланса в общественных отношениях, возникающая лишь в периоды быстрых социальных изменений [1, с. 324-327]. Заслуга Э. Дюркгейма состоит в том, что именно он впервые направил фокус изучения девиантного поведения не на поступки самого индивида или группы, а в первую очередь на общество в целом. В дальнейшем эта теория получила развитие в трудах Р. К. Мертон «Социальная теория и социальная структура». Если Э. Дюркгейм считал, что аномия возникает лишь в периоды быстрых общественных изменений, то Р. К. Мертон, расширив данное понятие, пришел к выводу, что аномия является постоянным фактором общественных отношений. Отсюда, главная идея о причине девиантности заключается в противоречии между ценностями, на которые общество нацеливает людей, и возможностями их достижения по установленным обществом правилам. Возникающее социальное напряжение приводит к тому, что человек, не сумевший получить определенные ценности, будет реагировать на это той или иной формой асоциального поведения. «Некоторые структуры общества оказывают определенное давление на отдельных членов общества, толкая их скорее на путь неподчинения, чем на путь поведения, соответствующего с общепринятыми правилами» [2, с. 300].

Основываясь на теории Р. К. Мертон можно проанализировать тенденции взаимосвязи состояния современного Российского общества с девиантным поведением в молодежной среде. Самым ярким примером антисоциального поведения может послужить массовое участие молодежи в митингах 2017 года. В конце марта на митинги против коррупции по всей России вышло около 60 тысяч человек более чем в 80 городах страны. Большинство протестных акций не были согласованы с властями. Самые крупные состоялись в Москве (около 15 тысяч участников, 1030 человек задержаны) и Санкт-Петербурге (до 10 тысяч участников, 131 задержаны). По свидетельствам очевидцев, значительное число участников составляла молодежь. По данным предоставленных на сайте организатора протестов, процент зарегистрировавшихся на митинги в возрасте от 21-30 лет составляет 45,5%. Также косвенное подтверждение активизации протестного потенциала молодежи мы можем найти и в реакции властей на произошедшие митинги: речь Дмитрия Пескова по поводу организации акций протеста, где им употребляются такие слова как «подростки», «дети» [3].

Поскольку, большинство митингов имело статус несанкционированного мероприятия, это обстоятельство позволяет установить девиантный тип действий, участвующих в данном событии. Следо-

вательно, ссылаясь на Р. К. Мертон, причина девиации митингующих молодых людей заключается в общественном навязывании молодежи определенных ценностей и игнорирование того, что их достижение является мало реальным для молодых людей.

Рассматривая ежегодный доклад Росмолодежи, проведенный сразу после массовых митингов марта 2017 года, где были опрошены 1600 человек в 76 населенных пунктах: школьники, студенты, работающая молодежь, безработные. Процент отрицающих ценности российского государства (21,3%) полностью совпадает с процентом тех, кто в случае непредвиденных неблагоприятных общественных потрясений примут участие в акциях протестов (21,3%). Также, лаборатория политисследований НИУ ВШЭ в 2017 году представила исследование «Ценностные ориентации российского студенчества», опросив 6055 респондентов из 109 российских вузов. Результат демонстрирует, что самая популярная цель среди студентов из категории социальное положение является высокий заработок (46%), одновременно, процент считающих, что богатым можно стать честным путем, не нарушая закон, составляет 58% [4].

Таким образом, проблема девиации молодежи является тесно связанной с общим функционированием общественной системы. Такое поведение в первую очередь характеризует некоторые ценностные проблемы современного общества. Пример массового участия молодых людей в незаконной акции дает основания говорить о наличии таких проблем. Также это событие является показательным и представляет интерес для изучения. Говоря о профилактике такого поведения, необходимо понимать, что девиантность это реакция, и бросая ей вызов, мы сталкиваемся с проблемами на порядок выше. Пример борьбы с молодежной девиантностью зафиксирован в 1961 году, ученики К. Р. Мертона Р. Кловард и Л. Олин опубликовали монографию «Делинквентность и возможности: теория делинквентных групп». Работа Кловарда и Олина произвела сильное впечатление на Р. Кеннеди, по инициативе которого была создана специальная программа расширения возможностей несовершеннолетних. По мысли ее создателей, это социальная работа с молодежью, в основном, помощь в получении образования и работы.

Список литературы

1. Дюркгейм Э. Самоубийство / Э. Дюркгейм. – СПб., 1912.
2. Мертон Р. К. Социальная структура и аномия / Р. К. Мертон. – М. : Прогресс, 1966.
3. Ирина Н. Государство замерило настроения молодежи после митингов / Н. Ирина // Коммерсантъ. – 07.06.2017.

4. Ценностные ориентации российского студенчества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ioe.hse.ru/data/2017/05/29/1172122905/Ценностные%20ориентации%20российского%20студенчества.pdf (дата обращения: 29.09.2017).

УДК 316.4

А. С. Спирин

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

**ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИЗУЧЕНИИ
ТРУДОВЫХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ**

Актуальность темы заключается в том, что общая стремительность и кардинальность изменений, которые происходили и продолжают происходить в Российской Федерации, вкупе с бурным развитием высокотехнологичных производств определяют трудовые тенденции в конкретной отрасли. Высокотехнологичные бизнесы требуют от специалистов всё большего количества различных компетенций (как профессиональных, так и личностных, и общекультурных), которые разнятся в зависимости от принадлежности каждого из специалистов к различным поколениям.

Целью статьи является анализ соответствия специфических особенностей трудовых ценностей представителей поколения молодых специалистов, в ближайшие годы выходящих на трудовой рынок в высокотехнологичной сфере труда, с основными требованиями работодателей, предъявляемыми в данной отрасли. При изучении этой проблемы были выделены различные аспекты. Осведомлённость о трудовых ценностях наиболее молодых специалистов высокотехнологичных бизнесов является одним из таких аспектов, изучению которого было уделено наше внимание.

Так, необходимость понимания трудовых ценностей, которым привержены те или иные поколения специалистов в высокотехнологичных областях, в последние годы ясно приходит главам HR-служб различных компаний для отбора наиболее квалифицированных кадров и для их наибольшего соответствия философии, миссии и идеалам самой компании. Стоит также учитывать, что вопрос формирования тех или иных трудовых ценностей относится к плоскости

формирования профессиональных компетенций. Фундамент же этих компетенций в рекомендациях Министерства образования и науки РФ закладывается в высших учебных заведениях при прохождении учебных и производственных практик.

При этом крайне недостаточно исследований о трудовых ценностях различных поколений специалистов, но недостаточно исследований, которые бы указывали на основные трудовые ценности молодого поколения специалистов в высокотехнологических производствах. Так, основной теорией, которая поможет нам вычлениить «поколения специалистов», здесь является адаптированная под российские реалии [1, С. 73–78] «теория поколений» (авторы изначальной теории – Уильям Штраус и Нил Хоув), по которой выделяются в основном три поколения: «Х» (1963-1983 годы рождения), «Y» (1983-2003 годы рождения) и «Z» (2003-2023 годы рождения).

В этом случае основными объектами для выяснения трудовых ценностей специалистов высокотехнологичных производств и бизнесов становятся представители двух поколений – «Y» и «Z»: многие из них в данный момент обучаются в общеобразовательных учреждениях или в высших учебных заведениях. В ближайшие годы они пополнят рынок труда высокотехнологичной отрасли, и в связи с этим работодателям просто необходимо понять их ценности и профессиональные компетенции для отбора наиболее квалифицированных и готовых к работе кадров.

Так, исследователь Б. В. Черников, проводивший в 2014-ом году социологическое исследование среди специалистов-инженеров [3, с. 156-157] (выборка составила 1038 человек), охватил в числе прочих респондентов помимо поколения «Х» также и представителей поколения «Y», которые работают по специальности на высокотехнологичном предприятии, в количестве 98 человек. Результаты показали, что поколение «Y» выше предыдущих поколений ценит профессиональный рост в своей компании и стабильность работы.

Так, например, проведённое автором в 2017-ом году в составе исследовательской группы социологическое исследование (выборка составила 488 опрошенных) на базе Ульяновского государственного технического университета, посвящённое собственному видению студентов технического ВУЗа успешного инженера как профессионала в своём деле, показывало следующие результаты.

Почти половина опрошенных (48% респондентов) считают самой главной целью профессиональной карьеры в области высоких технологий только материальное благополучие. Это говорит о том, что молодёжь расценивает специальность технического профиля как источник стабильного, высокого дохода и финансового благопо-

лучия. Треть (30%) реципиентов видит цель профессиональной карьеры в высоком профессиональном и социальном статусе, тогда как о реализации профессиональных способностей в работе задумываются лишь 16% респондентов. В целом такие результаты говорят о том, что технические специалисты, входящие в поколения «Y» и «Z», идут в высокотехнологичных бизнес только для получения высокой зарплаты без особого желания повышать свою квалификацию.

Хотя в целом ровно половина студентов считает, что производственная практика (49%) лучше всего помогает освоить будущую профессию – именно там, по мнению студентов, можно приобрести больше всего навыков и умений, необходимых при устройстве на работу.

По мнению студентов, главным фактором при приеме на работу является – опыт работы в данной сфере (33%) и профессиональные навыки (33%). Также в представлении будущих специалистов работодателю важны средний балл диплома (24%), готовность специалиста развиваться и учиться (24%), престижность оконченного учебного заведения (23%). Но при этом довольно важные для работодателя вещи – наличие дополнительного образования и уровень знаний с теоретической подготовкой получают в глазах молодых специалистов соответственно 13% и 7%. В связи с чем именно в случаях с представителями так называемого поколения «Y» и «Z» встает дилемма: осуществлять ли переподготовку сотрудников своего предприятия или принимать на работу только уже подготовленных специалистов.

Между тем, исходя из анализа требований, предъявляемых работодателями в высокотехнологичных отраслях, проведенного исследователем Тадыровой О. В. [4, С. 303], молодой IT-специалист должен знать теоретические основы и закономерности функционирования отрасли; уметь выявлять проблемы информационного характера при анализе конкретных ситуаций; владеть навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии; решать профессиональные задачи организационно-управленческие, планово-экономические, проектные, аналитические, предпринимательские; иметь соответствующий уровень образования и соответствовать требованиям к личности специалиста.

Также исследователи А. А. Горбачёва и А. С. Писаренко выделяют [5, С. 290] основные трудовые ценности специалистов поколения «Z»: готовы конкурировать с другими работникам, но при этом предпочитают решать любые возникающие в работе проблемы опо-

средованно, часто меняют место и профиль работы, а также мотивируются через опеку работодателя над собой.

При этом сегодня особую важность в сфере высшего образования имеет подготовка именно технических специалистов с упором на развитие высокотехнологичной отрасли – и при активном участии преподавателей и учителей в общеобразовательных и высших учебных заведениях должны формироваться профессиональные компетенции специалистов, отвечающие требованиям рынка труда, чего фактически не происходит – трудовые ценности представителей поколений «Y» и «Z» не совпадают с транслируемыми в имидже HR-брендов компаний ценностями.

Опираясь на результаты исследования Черникова Б. В. и результаты нашего исследования, можно сделать вывод о том, что современное поколение технических специалистов из поколений «Y» и «Z» в целом имеет тенденцию к понижению важности профессионального роста с одновременным повышением важности финансового обеспечения при работе в компании. Кроме того, выявляется довольно сильное расхождение трудовых ценностей представителей этих двух поколений молодых специалистов с теми требованиями работодателей, которые предъявляются для соответствия должностям в высокотехнологичной отрасли.

Список литературы

1. Антипов А. «За Икса не отвечаю» / А. Антипов // В мире науки. – 2013. – № 3. – С. 73-78.
2. Чилипёнок Ю. Ю. Три поколения российских работников: исследование трудового опыта / Ю. Ю. Чилипёнок // Вестник Поволжского института управления. – 2015. – № 3. – С. 79.
3. Черников Б. В. Дифференциация трудовых ценностей среди поколений современных работников / Б.В. Черников // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 385. – С. 153-158.
4. Тадырова О. В. Анализ проблемы систематизации и классификации требований к IT-специалисту / О. В. Тадырова // Труды IX Международной научно-практической конференции студентов, молодых ученых и предпринимателей в сфере экономики, менеджмента и инноваций: в 2-х томах. – 2012. – С. 301-304.
5. Горбачёва А. А., Писаренко А. С. Проблемы мотивации персонала в современных условиях / А. А. Горбачёва, А. С. Писаренко // «Современные проблемы управления социально-экономическими системами: теория, методология, практика». – 2017. – С. 284-290.

А. В. Филюшкина, Т. В. Ключева

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ МОЛОДЕЖИ: НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ

Социальные сети оказывают очень большое влияние на жизнь современного человека, в частности на молодежь. Посредством социальных сетей люди не только осуществляют коммуникации, но и обучаются различным видам деятельности, делятся собственным опытом, как в профессиональной деятельности, так и на бытовые темы, продвигают свои услуги, ведут научную деятельность. О сложности важности этого вопроса говорит тот факт, что соцсети не навязывают массив информации, они только предоставляют информацию для добровольного прочтения и восприятия, а так же позволяют любому человеку участвовать в информационном процессе. Высказанные человеком мнения являются доступными для любого пользователя интернета и воспринимаются ими. Социальные сети эмансипируют человека и способствуют расширению сферы его сознания. Как известно, основную массу пользователей социальных сетей составляет молодежь от 18 до 35 лет, именно поэтому у данного слоя населения распространен текущий вид системы формирования общественным мнением. Механизмы манипулирования человеческим сознанием через социальные сети чрезвычайно распространенный феномен. Интернет охватывает неограниченные возможности изложения информации через СМИ, и этим оказывает направленное влияние на массовое сознание. Однако, с другой стороны, всемирная сеть не всегда ставит перед собой цель воздействовать на общественное мнение, но, тем не менее, общество реагирует на её ресурсы, показывая своё ненаправленное влияние [3].

Социальные сети позволили перейти к новым способам самопрезентации и самовыражения. Социальные сети приобретают все большую известность, в связи с чем выдвигается теория «сетевое общество», в которой информация не всегда является истинным знанием, но всегда предназначена для коммуникации.

Цель статьи – определить, как социальные сети благоприятствуют формированию общественного мнения у современной молодежи.

Формирование общественного мнения делат на несколько этапов: во-первых, возникновение частного мнения по важной для общества проблеме, взаимообмен мнениями между людьми, в процессе которого важность вопроса возрастает, происходит формулировка решений; во-вторых, сокращение альтернатив; установка единой точки зрения из совокупности мнений [1].

Общение в социальных сетях может происходить в нескольких видах: коммуникация в режиме настоящего времени (чат), общение, при осуществлении которого сообщения приходят их адресату с отсрочкой во времени, общение со многими людьми одновременно (телеконференции, прямые трансляции).

Пользователи социальных сетей высоко ценят возможность ослабить или восполнить в ходе такого общения собственные недостатки и препятствия (недостатки внешности, дефекты речи, психические заболевания или некоторые черты характера). С помощью общения в социальных сетях существует возможность общаться с людьми из других стран, находясь у себя дома. К специфике общения в социальных сетях можно отнести психологическое давление. Периодически давление проявляется как ненормативность поведения и некая безответственность участника общения. Основопологающей особенностью виртуальной коммуникации является отсутствие физического контакта. Зачастую единственным источником информации о собеседнике обозначают его текстовые сообщения, при аналогичном общении не учитывается невербальное поведение.

Социальные сети имеют свойство обобщать информацию для формирования мнения, взглядов, настроений; в результате массовых коммуникаций усиливать или ослаблять позиции групп населения; выявлять, группировать контингент определённого мнения и настроений. В обществе формируются взгляды, настроения, отношение, которые являются предметом воздействия.

Для того, чтобы выяснить уровень влияния социальных сетей на формирование мнения у молодежи обратимся к исследованию, проведенному в г. Красноярске среди школьников старших классов. Было выявлено, что из опрошенных старших школьников 53,3% считают, что информация, полученная из социальных сетей, оказывает незначительное влияние на их жизненную позицию, 25,5% вообще не воспринимают всерьёз полученную из социальных сетей информацию. Однако для 18,2% опрошенных подобная информация всё же отчасти формирует их жизненную позицию, а 3% и вовсе считают, что информация оказывает значительное влияние и полностью формирует их жизненные установки. Интересен тот факт, что из опрошенных школьников 80,7% считают, что виртуальное обще-

ние ни при каких обстоятельствах не может быть заменено виртуальным, это при том, что при проведении досуга молодёжь на первое место ставит общение в Интернете и проводит там как минимум несколько часов в день. Это говорит о том, что старшие школьники, понимая, что виртуальное общение не может заменить реальное, продолжают тратить большое количество времени на пребывание в сети [4].

Коммуникации в социальных сетях стали оказывать влияние не только на времяпрепровождение молодежи, но и на их процесс социализации, и на формирование индивидуальности и их мнения. Сайты социальных сетей заменили практически привычные институты социализации личности – семью, школу, и даже друзей. Простой первичный анализ аккаунтов показывает, что дети уже в 10-летнем возрасте являются частыми посетителями на подобных сайтах, а люди от 18 до 25 лет проводят там более 7 часов в сутки. Действительно, сотни тысяч представителей юного поколения не представляют своей жизни без ежедневного посещения социальных сетей. Причем, зачастую, они их привлекают тем, что там молодёжь может высказать свое мнение и найти единомышленников, при этом не испытывая волнения, смущения, сложности или дискомфорта, которое сопровождает многих в реальной жизни. Сетевая среда дает свободу действий также для выражения эмоций, настроений, чувств, жизненных позиций; помогает преодолеть внешние, а также внутренние конфликты [2].

Таким образом, социальные сети обладают двойственным влиянием на формирование общественного мнения у современной молодежи: с одной стороны – положительное, с другой стороны – отрицательное. Одним из негативных результатов глобальной компьютерной сети является широкое распространение различной недостоверной информации. Кроме того, распространение в глобальных сетях игр с элементами насилия влечет за собой формирование негативных психологических установок. Нужно отметить, что существуют информационные воздействия, прямо угрожающие так же и физическому здоровью молодежи. В соцсетях есть угроза навязывания мнения, что приведет к дисбалансу в обществе.

Список литературы

1. Павлов С. Управление информацией и общественными связями для создания эффективного имиджа ВУЗа [Электронный ресурс] / С. Павлов. – М. : Изд-во: Академия Естествознания, 2011. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/monographs/130-4271>.

2. Перелыгина Е. Б. Социальные сети и общение / Е. Б. Перелыгина. – М. : Юрайт, 2006. – 218 с.
3. Социологический словарь / отв. ред. Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичев. – М., 2014. – С. 468-470.
4. Юрьева Ю. А. Влияние социальных сетей на социализацию и систему ценностных ориентаций старших школьников / Ю. А. Юрьева // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. – 2012. – С. 218-220.

УДК 316.4

Р. Р. Хисамутдинова, И. Г. Гоношилина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

РОЛЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ОРГАНИЗАЦИИ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Массовые мероприятия рассматриваются как особая среда. Она создается с помощью специальной инфраструктуры: учреждений культуры, групп кураторов, художников, артистов, волонтерских движений, организующих культурные события. Жители города и туристы вовлекаются в культурную жизнь, становятся ее полноправными участниками: ходят в кино, музеи, парки, участвуют в городских праздниках.

Деятельность культурно-досуговых объединений и инициативных групп обретает сегодня особую актуальность и создают условия для развития и самореализации личности, взаимодействия социальных и культурных групп студенческой молодежи. Посредством вовлечения студенчества в подобные объединения происходит воспитание художественно-эстетического вкуса, расширение эстетического кругозора, развитие творческого потенциала и способностей. Появление новых молодежных досуговых центров и объединений диктует всестороннее их изучение, системное прогнозирование интересов и потребностей студенческой молодежи в организованном культурном досуге и внедрения инновационного характера планируемых программ. [3]

Целью статьи является выявить роль студенческой молодежи в организации массовых мероприятий.

Праздничная культура весьма многообразна. В ней удивительным образом уживаются светские и религиозные праздники, локальные мероприятия и крупномасштабные городские праздники [2].

Культурно – массовые мероприятия направлены на развитие и совершенствование культурной жизни молодежи, на сохранение национальных традиций, на развитие коммуникативных навыков посредством межличностного общения в рамках конкурсных программ, на расширение выбора проведения досуга, на реализацию творческого потенциала молодежи и т. д.

Для изучения роли студенческой молодежи в организации массовых мероприятий, нами было проведено авторское исследование, глубинное интервью на тему: «Городские мероприятия в жизни населения». В социологическом опросе приняли участие студенты города Ульяновска в возрасте от 18 до 25 лет. Общее число опрошенных составило 20 человек. Опрос осуществлялся среди посетителей городских мероприятий, выявленных в результате количественного исследования. Нами было выбрано три квоты: активные участники мероприятий, пассивные и спонтанные.

Мы выявили какова степень участия молодежи в проводимых мероприятиях, их готовность и желание в помощи организаторам на различных площадках, организуемых на массовые мероприятия.

По результатам опроса мы выявили, что респонденты активисты с удовольствием бы не только приняли участие в организации мероприятий, но и готовы предложить свои варианты площадок и программ, так как они уже не однократно были волонтерами на данных мероприятиях. При участии в подобных мероприятиях в качестве волонтера – организатора есть уникальная возможность получить бесценный опыт, оказавшись в трудной ситуации, развить в себе навыки быстрого реагирования и устранения любой проблемы и появившейся задачи: «Принять участие в организации хотела бы, и принимала несколько раз. Это очень трудно, но вместе с тем и очень здорово. Были, конечно, различные нестыковки, но это огромный опыт, и большое наслаждение о того, что ты сделал хоть что-то для родного города.» (Респ. №2). «Да, я бы помогла в организации какого ни будь мероприятия, например, дня защиты детей, потому что очень люблю детей, я бы предложила организовать анимационное шоу, что бы в различных костюмах ходили аниматоры и радовали детей, а также пригласила бы разные творческие коллективы выступать именно где малыши талантливые» (Респ. №4).

Пассивные участники с трудом могут себе позволить вообще какое-либо участие в массовых мероприятиях, ссылаясь на сильную занятость, не желая просто ходить на такого вида праздники.

По их мнению, таким видом деятельности должны заниматься только специалисты данной отрасли, им данный вид деятельности не интересен: «Нет, не люблю такого вида деятельность» (Респ. №9).

Спонтанные участники мероприятий поделились на два «лагеря». Одни любят бывать на мероприятиях только в качестве участников, новых идей для организации площадок у них нет, так как недостаточно опыта в посещении различных городских праздников. Вторые с удовольствием готовы взять на себя обязанности организатора, предлагая совершенно новые и необычные мероприятия на которых они бывали в других городах или слышали от знакомых: «Но я бы, с удовольствием, занялась организацией вечеринки «Open Air», пригласила бы известного диджея. Пляж, музыка, теплая погода – звучит неплохо. Но ульяновский бюджет вряд ли позволит позвать к себе в гости известного диджея» (Респ. №8). «Можно было бы поучаствовать в организации Дня города. Яркие представления на сцене, лучшие выступления с студенческой осени и весны показать всему городу». (Респ. №19).

Таким образом мы видим, что достаточно большое количество респондентов готовы с удовольствием помочь организаторам в проведении массовых мероприятий. Ведь это уникальная возможность в реализации собственных идей в области мероприятий, бесценный опыт и возможность принести что-то полезное обществу и своему городу. Необходимо дать им такую возможность и найти эффективные каналы взаимодействия с данной категорией участников.

В настоящее время в Ульяновской области действует более 30 волонтерских объединений. Волонтерское движение развито во многих учебных заведениях г. Ульяновска, ежегодно проводятся слеты и фестивали волонтеров, на которых молодежь делится своим опытом, рассказывает о своей благотворительной деятельности и мероприятиях, направленных на благо города и людей, нуждающихся в помощи [1].

При Ульяновском государственном техническом университете создан «Молодежный инициативный центр». В рамках этого центра реализуется программа «ДОБРО», направленная на выявление и поддержку добровольческих групп Ульяновской области.

В Ульяновском фармацевтическом колледже действует волонтерский клуб «Твой выбор», участники клуба принимают активное участие в различных мероприятиях: Акция «Трамвайчик здоровья», проведение фестиваля «Здоровье», конкурс волонтерских отрядов по пропаганде ЗОЖ и др.

В Ульяновском социально-педагогическом колледже №1 был реализован студенческий волонтерский проект «СИМСИ» (Студен-

ческие и Молодежные Социальные Инициативы). Студенты-волонтеры занимались организацией в оказании помощи детским домам, в благоустройстве территории КЦСОН «Исток», проводили такие акции, как «Неделя добра», «Подари цветок ветерану», «Улыбка ребенка», организовывали концерты, посвященные «Дню Победы», «Дню Защитника Отечества», «Новому году», «Дню юмора», а также проводили тренинги, информ-палатки и диспуты [1].

Итак, молодежь – это самая активная и инициативная часть населения. Ее роль в организации массовых мероприятий очень важна, т. к. во время проведения праздника происходит коллективное единение, творческое развитие молодежи, формирование навыков организации и самоорганизации досуга, развитие умений практической работы в рамках социально-культурной деятельности, популяризация добровольчества среди студенческой молодежи, повышение социально-культурной активности в молодежной среде, а также развитие волонтерского (добровольческого) движения на территории города.

Список литературы

1. Абрамова А. И. Развитие волонтерского движения в Ульяновске [Электронный ресурс] / А. И. Абрамова // VII международная студенческая электронная научная конференция. – 2015. – Режим доступа: <https://www.scienceforum.ru/2015/827/14955>
2. Гончарова Н. П. Социально-культурная деятельность учреждений культуры клубного типа / под. общ. ред. Н. П. Гончаровой. – Москва, 2013. – С. 56-67.

К. Д. Холкина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ РАДИО-КОММУНИКАЦИЙ В СРЕДЕ МОЛОДЕЖИ

В XXI веке формирование потенциала, принципов и приоритетов молодого поколения большинство исследователей неразрывно связывают с воздействием на них информационной среды и коммуникационных технологий. В современном обществе информация выполняет роль катализатора, формирующего личность и мировосприятие молодежи и, безусловно, она является эффективным инструментом воздействия на социум. Однако социально-экономическая модернизация российского общества и общемировой научно-технический прогресс последних двух десятилетий неукоснительно привели к трансформации отечественной медиасистемы, появлению новых форм массовой коммуникации. Традиционные средства массовой информации – телевидение, радиовещание и печать оказались в кризисном положении и вынуждены освоить цифровые механизмы работы в целях сохранения и привлечения аудитории. Молодежь для СМИ выступает в роли ориентира: ее реакция на медиапродукцию и возможная к ней приверженность показывают, как меняется рынок, в каком направлении двигаться дальше [1, с.37]. Цель работы – определить востребованность радио-коммуникации среди молодого поколения.

Радио в современной структуре медиа-индустрии выполняет функцию одного из важнейших каналов коммуникации. Психологические факторы, которые воздействуют на слушателя во время восприятия радио-информации, подробно рассматривают в своих трудах Сушко А. В., Полевиков М. Г. Авторы, основываясь на данных исследований в университетах США и России, утверждают, что вербальное воздействие на слушателя весьма эффективно [2, с. 187]. Н. Косимова подчеркивает, что на восприятие слушателями радио-информации влияет целый ряд факторов; большое влияние оказывает социокультурный фактор, так как специфика восприятия информации зависит не только от психологических характеристик индивидуума, но и от уровня развития социального, культурного, научного потенциала. Слабый учет данных особенностей в формировании сообщения ведет к снижению желаемых эффектов [3, с. 225]. В качестве ключевой задачи радиокоммуникаций Чаткина М. Г. выделяет

проблему формирования имиджа радиостанции в трудных условиях жесточайшей конкурентной борьбы за внимание аудитории. При этом заостряет внимание на том, что высокие рейтинги радиостанции не гарантируют привлечения потенциальных аудиторий и рекламодателей; чтобы коммуникация состоялась, необходима диверсификация радионного пространства привлечения новых сегментов аудитории [4, с. 245]. Исследователь медиаобразования молодежи И. В. Жилавская подчеркивает, что «медiateкст воспринимается современными молодыми людьми одновременно и как смысл, и как графический образ, и как вершина информационного айсберга. Мультимедийность, интерактивность, гипертекстовость – основные характеристики современного медiateкста, который востребован молодежной аудиторией» [5, с. 187]. Н. А. Лебедева в своем исследовании подчеркивает, что под влиянием тех или иных информационных потоков, предоставляемых обществу через различные информационные каналы, формируются поведенческие модели молодежи, такие как: отношение к социально значимым экономическим, политическим и иным событиям и явлениям, происходящим в России; формирование контекста восприятия текущих событий в индивидуальной и общественной жизни; разработка стратегических жизненных планов [6].

Многочисленные социологические исследования подтверждают, что молодежь слушает радио чаще, чем люди старшего возраста. По результатам исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (опрос проводился по заказу радиостанции «Маяк» в 100 населенных пунктах в 40 областях, краях и республиках России с участием более полутора тысяч человек в 2012 году), сейчас в нашей стране радиослушателями являются более трех четвертей россиян и лишь 23% респондентов не слушают радио совсем. Как показал всероссийский опрос, который социологи проводили накануне Дня Радио, треть респондентов сообщили, что в настоящее время они слушают радио столько же, сколько и 5-7 лет назад; 21% – стали его слушать больше, и такое же число опрошенных (21%), напротив, – меньше. Мужчины слушают радио чаще женщин (80% и 73%). За последние несколько лет процент мужчин-радиослушателей скорее увеличился, женщин – скорее уменьшился (среди мужчин, по их словам, стали слушать больше 25%, меньше – 20%; среди женщин +19 и -22%). Опрос показал, что молодежь слушает радио чаще людей старшего возраста – 82% в группе респондентов 18-24 лет по сравнению с 72% в группе 60 лет и старше. В этой, самой старшей возрастной группе доля радиослушателей за несколько лет практически не изменилась, тогда как в группах с 18 до 34 лет скорее увеличилась, а в группах с 35 до 59 лет уменьшилась.

Процент тех, кто слушает радио среди людей с высшим и незаконченным высшим образованием (82%) больше, чем в группах с образованием средним (73-74%) и ниже среднего (71%). Жители крупных и средних городов (83-86%) радио слушают чаще, чем москвичи и петербуржцы (78%) и жители малых городов и сел (по 69%). «Стабильная» радиоаудитория (те, кто слушают радио столько же, сколько и прежде) в столицах составляет около половины опрошенных (49%), тогда как в малых городах и селах почти вдвое меньше (25-29%). По данным социологов, радиослушателей более всего привлекают новостные, информационные передачи (39%), а также музыка (35%), реже – программы «разговорного» жанра (7%). Для мужчин в целом новости и музыка представляют интерес примерно в равной мере (41% и 39%), для женщин новости важнее музыки (38% и 32%). Респонденты до 44 лет, как правило, предпочитают слушать музыку, после 44 лет – новости. Особенно велик контраст между вкусами «крайних» возрастных групп: среди респондентов 18-24 лет 74% привлекает музыка, 15% – новости; в группе 60 лет и старше, соответственно, 10% и 54%. Программы «разговорного» жанра более популярны в Москве и Санкт-Петербурге, где их слушает каждый пятый опрошенный (21%), тогда как в других населенных пунктах – каждый двадцатый (5-6%) [7].

Итак, несмотря на то, что Интернет-технологии сегодня активно развиваются, радио остается востребованным среди молодого поколения и занимает высокие позиции в рейтинге средств массовой информации, особенно в век всеобщей информатизации. Оно остается наиболее оперативным источником продвижения информации. Однако радиокommunikации утрачивают свои важнейшие функции в социализации молодого поколения россиян – преемственности поколений, интеграции. Слабый учет социальных потребностей целевых аудиторий молодых слушателей снижает уровень доверия и интереса к радио как каналу коммуникации молодежи в культурное сообщество, сопереживания другим социальным группам, мобилизации ресурсов молодых людей на решение актуальных проблем российского общества и конкретного региона. Интерес публики будет удовлетворен, когда основным слушательским массивом окажется та целевая аудитория, на которую направлена основная идея радиостанции. Выгодно отличаются радиоканалы, вещание которых направлено на массового слушателя. Потенциально такой радиоканал может иметь до 50-60% рейтинга, собирая не узкопрофильную, а массовую аудиторию. Но, с другой стороны, нельзя забывать о необходимости применения некоторого новаторства в отношении тематики и содержания радиоэфира, чтобы не потерять конкурентоспособность в нелегкой борьбе за слушателя.

Список литературы

1. Гаврилов А. Д., Эшкерат А. М. Региональное радиовещание для молодежи: современное состояние и перспективы развития / А. Д. Гаврилов, А. М. Эшкерат // Вестник Чувашского университета. – 2013. – № 4. – С. 37-45.
2. Сушко А. В., Полевикова М. Г. Эффективность радиорекламы и ее воздействия на потребителя / А. В. Сушко, М. Г. Полевикова // Социально-экономические преобразования в России : сб. науч. статей. – Кемерово, 2014. – Вып. 7. – С. 185-190.
3. Косимова С. Важность радио как инструмента связи с общественностью и современные проявления рекламного сообщения в структуре вещания / С. Косимова // Вестник Торгово-технологического института. – 2010. – № 2. – С. 220-227.
4. Чаткина М. Г. Концептуальные особенности коммерческого радиовещания как сегмента СМИ / М. Г. Чаткина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22. – С. 243-255.
5. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи / И. В. Жилавская // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – С. 180-191.
6. Социология молодежи [Электронный ресурс]. – URL: <http://studme.ru>.
7. Информационный портал медиасообщества Северо-Западного региона [Электронный ресурс]. – URL: [http:// lenizdat.ru](http://lenizdat.ru).

УДК 338.48

А. Д. Хусаинова

Пенза, Пензенский государственный университет

СТУДЕНЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Туризм представляет собой одну из важнейших сфер деятельности современной экономики, ориентированную на удовлетворение разнообразных потребностей людей и рост качества жизни населения. В социокультурном аспекте туризм, являясь индикатором уровня и качества жизни населения, способствует сохранению культурного наследия и исторических ценностей, формированию взаимного интереса людей различных вероисповеданий, национальностей,

ведет к формированию толерантности и уважения между ними, стабилизации межэтнических и международных отношений. Именно социологическое исследование туризма позволяет анализировать мотивы, привычки и традиции как гостей, так и жителей принимающей страны, изучать социокультурный опыт, получаемый путешествующими группами населения, и способствующий формированию ценностей постиндустриального этапа развития общественной системы [1].

Одной из основных категорий населения, задействованных в сфере туризма, является студенческая молодёжь, так как в период обучения в вузе молодые люди имеют больше возможностей реализовать себя через путешествия, которые в свою очередь, способствуют формированию мировоззренческой основы, единой картины мира, приобщению к новым ценностям, которые в дальнейшем будут внедряться в практику общественной жизни и постепенно становятся общепринятыми и от которых, во многом будет зависеть модель социокультурной реальности общественной системы в будущем [2].

Являясь представителем молодежи, а также студенткой направления подготовки «Туризм», считаю необходимым ставить перед собой цель развития регионального туризма, а также поддержки студенческих инициатив в этой сфере. Совсем недавно на территории Пензенской области, а также на базе Пензенского государственного университета проходил всероссийский студенческий образовательный форум TRAVEL-журналистики, в рамках проекта «Твой маршрут – Россия» при поддержке Министерства образования и науки РФ и Центра исследования и развития молодежного туризма (г. Москва). В первый день Форума студенты из разных регионов России посетили открытие фестиваля «Жар-птица», посвящённого традиционной русской культуре, приняли участие в квест-экскурсии «Город на открытке» по историческому центру Пензы, узнали об особенностях развития туризма в Пензенской области на открытой лекции.

Выделить из этого хотелось бы квест-экскурсию «Город на открытке», так как лично принимала участие в организации и проведении данного мероприятия. Целью данной студенческой инициативы было ознакомление участников форума с историческим центром города Пенза, а также раскрытие туристского потенциала данной дестинации.

Общей идеей любой городской квест-экскурсии является прохождение некоторого маршрута по городу с посещением контрольных пунктов (станций), где необходимо выполнить определённые

задания. Для прохождения квеста участников поделили на 6 команд, каждую из которых сопровождал волонтер, который являлся студентом Пензенского государственного университета. Для выполнения заданий необходимо было активно перемещаться по городу, собирая информацию или совершая определённые действия в точках назначения – станциях. Станции могли представлять собой здания, мемориальные доски, памятники, мосты, музеи, парки и т. д. На каждой станции ожидал Хранитель станции, который проводил небольшую экскурсию и предлагал выполнить задание. В результате одна команда становилась победителем, так как набирала наибольшее количество баллов за выполнение заданий на станциях.

Данное мероприятие вызвало огромный интерес у участников из других регионов, так как выявило не только богатое культурное и историческое наследие города Пензы, но и сплотило команды, что позволило установить коммуникативные связи между участниками и организаторами экскурсии. На протяжении квеста, участники не только знакомились с историей города, но и задавали вопросы о современной составляющей города, развитости аттракционного сектора, что позволило выявить насколько важно развивать инфраструктуру городов для создания туристского потенциала, который будет востребован у такого сегмента потребителей туристских услуг как молодежь.

Такая студенческая инициатива, как проведение экскурсий, которые нацелены не только на ознакомление с историческим наследием дестинации, но также включают в себя элементы игры, соревнований, фоторепортажей, конкурсов и т. д. Это вызывает интерес у современного поколения, которое как мы видим не стоит на месте и старается найти что-то новое даже в самом казалось бы обычном и устаревшем. Данное наблюдение играет важную роль для развития туризма региона, так как может привлечь не только местных, но и туристов из других регионов и стран. Исходя из личного опыта участия в мероприятии, по моему мнению современная молодежь не только не теряет интерес к культуре и истории своей страны, но и предлагает и развивает новые тенденции использования информации, которая казалось бы будет востребована только людьми, имеющими непосредственное отношение к сфере культуры. Молодежь действительно готова и считает важным долгом для себя принимать, хранить и передавать историческое наследие своим потомкам, главным вопросом стоит то, как эта информация будет преподноситься.

Список источников

1. Темякова Т. В., Черевичко Т. В. Студенческий туризм в России: перспективы развития / Т. В. Темякова, Т. В. Черевичко // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 15. – С. 136-140.
2. Артемова Е. Н. Молодежный сегмент туристского рынка как объект маркетинговых исследований / Е. Н. Артемова, В. А. Козлова // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. – № 4. – С. 25-33.

УДК 330.342

Н. Е. Шапошникова, О. В. Шиняева

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

СООТВЕТСТВИЕ КАЧЕСТВ БУДУЩИХ ИНЖЕНЕРОВ ТРЕБОВАНИЯМ РАБОТОДАТЕЛЕЙ КАК ОСНОВА МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Актуальность темы связана с активной модернизацией производства и решением проблемы дефицита квалифицированных кадров на промышленных предприятиях. Стало очевидно, что на поступающем новом оборудовании, с новыми наукоемкими технологиями на значительном числе предприятий практически некому работать. Поколение специалистов, сформировавшееся и начинавшее свой трудовой путь еще в советское время, окончательно уходит. В то же время адекватная замена в должном объеме и качестве отсутствует. Предприятия, которые осуществляют модернизацию своей материально-технической базы, начали регулярно сталкиваться с отсутствием подготовленных инженеров, способных работать на новом оборудовании и обладающих новыми профессионально-личностными качествами [3, с.118].

Цель статьи: выявление степени совпадения субъективных представлений студентов технических направлений о профессионально-личностных качествах успешного инженера и объективных требований работодателей.

Рыночные и демократические реформы последних двух десятилетий привнесли существенные изменения в состав, структуру и в социальную стратификацию профессий, в ценности общества и ценностные ориентации молодежи и как следствие, в иерархию престижа профессий. Особенности, функции новой иерархии про-

фессий стали предметом исследований М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги, В. Ф. Анурина, В. И. Добренькова, А. И. Кравченко, Д. Л. Константиновского, Ф. Г. Зиятдиновой, Г. Б. Кораблевой, О. А. Кормодонова, А. Б. Курлова, Ю. Я. Лязиной и других ученых. Данные исследования указывают на то, что сформировавшиеся в условиях рыночных реформ требования к профессиям является деформированной, не отвечающей потребностям развития общества, дезориентирующей сознание и поведение молодежи. Практически отсутствуют исследования динамики требований к профессиям «реальной экономики» – инженерно-технического профиля.

Согласно современной концепции, профессиональная подготовка инженера базируется на фундаменте общекультурных и специальных дисциплин, через овладение блоком общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин, с широкой предметной подготовкой, основанная на Государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования, утвержденного Министерством образования и науки РФ [1, с.174]. Этимология слова инженер (от латинского *ingenium* – способность, изобретательность) предполагает, что человек, овладевший инженерной специальностью, обладает широким набором различных видов изобретательности, которые нельзя развить без широкой общекультурной подготовки.

История инженерного образования в России свидетельствует, что значительная часть выдающихся инженерных сооружений (например, мостов и шлюзов) в XIX в. были выполнены именно студентами под руководством преподавателей [2, с. 127-128]. На летней практике студенты принимали участие в реальных работах по организации постройки зданий и сооружений. В Петербургском политехникуме, например, студент кораблестроительного отделения одно лето проводил практику в портах, следующее – на машиностроительном заводе и третье – в плавании на большом корабле. Курс теоретических, лабораторных занятий и проектов был выстроен так, чтобы подготовить студента к практике наилучшим образом.

Процесс профессионального становления современных студентов технического вуза проходит не слишком эффективно: студенты зачастую не видят ничего общего между учебным процессом и будущей работой по специальности, а иногда просто не видят себя профессиональным работником по получаемой специальности. Мы провели авторское исследование «Успешный инженер в оценках студентов технического вуза» методом анкетного опроса; выборка составила 488 студентов разных технических направлений и курсов.

Как показали результаты исследования, современные студенты понимают, что наличие определённого круга профессиональных, личностных и общекультурных качеств поможет им стать лучше

в профессии. Наши результаты не совпадают с исследованиями прошлых лет: профессионализм постепенно сменил свою ценность от терминальной (служение обществу) на инструментальную ценность – теперь профессия нужна для повышения своей собственной социальной мобильности или качества жизни собственной и своей семьи.

Исследование показало, что студенты инженерных направлений достаточно высоко оценивают перспективность профессии инженера: она позволит обеспечить их доходом и сделать профессиональную карьеру. Типичный студент-технар – это студент, который полагается в основном на свои силы и способности и стремится использовать образование максимально эффективно, зачастую совмещая его с работой. Причём, он понимает, что личные качества способны оказать большое влияние конкретно на их успех в карьере.

Студенты отмечают, что в идеале нанимаемый работник – это дипломированный специалист с некоторым опытом работы и нужными связями. На момент приема его профессиональные качества находятся в начальной стадии, но в дальнейшем встает задача их совершенствования. Однако, если больше внимания уделять нетрадиционным формам внеаудиторной учебной деятельности, то можно сформировать инновационное мышление и новаторские навыки. Результаты опроса показали, что в научных проектах своих кафедр, олимпиадах, творческих конкурсах участвует треть студентов (36%, см. таблицу); собственные проекты реализует четвертая часть. Причем, наблюдается тесная связь с успеваемостью: чем ниже успеваемость, тем меньше усилий в разработке собственных творческих продуктов.

Таблица 1

**Отношение к формированию профессиональных навыков и знаний
(в % от числа опрошенных, n = 488)**

| Какие формы деятельности ты используешь вне аудитории для формирования профессиональных навыков и знаний? | Всего | Успехи в учебе | | | |
|---|-------|----------------|------|-----|------------|
| | | Отл. | Хор. | Уд. | Не успеваю |
| Самостоятельная проработка проблемных заданий | 76 | 75 | 79 | 77 | 62 |
| Подготовка докладов на конференции | 61 | 74 | 65 | 53 | 44 |
| Участие в научных проектах кафедры | 36 | 61 | 34 | 33 | 21 |

| Какие формы деятельности ты используешь вне аудитории для формирования профессиональных навыков и знаний? | Всего | Успехи в учебе | | | |
|---|-------|----------------|------|-----|------------|
| | | Отл. | Хор. | Уд. | Не успеваю |
| Реализация собственных инновационных проектов | 25 | 38 | 27 | 24 | 10 |
| Практическое освоение навыков по профессии | 47 | 58 | 46 | 37 | 56 |
| Участие в олимпиадах и конкурсах | 37 | 49 | 35 | 43 | 27 |

Современные работодатели сталкиваются с дилеммой: осуществлять ли переподготовку сотрудников своего предприятия или принимать на работу уже подготовленных специалистов. Многие отдают предпочтение молодым выпускникам.

Таким образом, современный российский работодатель весьма требователен, но его ожидания достаточно противоречивы. Он сознает остроту кадровой проблемы, которую пытается решить самостоятельно; склонен продвигать и переобучать собственных работников, а при приеме на работу отдает предпочтение имеющим опыт работы и обладающим связями. Не случайно складываются массовые представления о жестком требовательном работодателе, которому не так просто угодить.

Итак, субъективные представления студентов технического вуза о профессионально-личностных качествах успешного инженера не в полной мере совпадают с объективными требованиями, которые предъявляют работодатели. Студенты ориентируются на качества и компетенции, которые формируются или приобретаются во время прохождения производственной практики, забывая о научной работе и новых технологиях. Учет расхождений позволит уже в студенческие годы формировать профессиональные навыки, а также общекультурные и личностные качества, которые потребуются в дальнейшей карьере и повысят модернизационный потенциал российских инженеров.

Список литературы

1. Иванов В. Г., Исакова И. Р. Профессиональное становление студентов и процесс профессионализации в вузе / В. Г. Иванов, И. Р. Исакова // Вестник Казанского технологического университета. – 2010. – № 12. – С. 174-180.

2. Сапрыкин Д. Л. Инженерное образование в России: история, концепция, перспективы / Д. Л. Сапрыкин // Высшее образование в России. – 2012. – № 1. – С. 126–137.

3. Чухров А. С. К проблеме профессионального становления студентов технического вуза / А. С. Чухров // Мир науки, культуры, образования. – 2011. – № 5. – С. 118-127.

УДК 316.62

И. С. Шеварева

Ульяновск, Ульяновский филиал Российской академии
хозяйства и государственной службы

ПРОФИЛАКТИКА ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ В МОЛОДЕЖНОМ ОБЩЕСТВЕ СРЕДИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

Девиантное поведение явление сложное и изучается в рамках нескольких научных дисциплин: социологии, криминологии, психиатрии, психологии, педагогики и других.

В психологии девиантное поведение рассматривается как феномен, характеризующий индивида. Как правило, выделяют такие виды отклоняющегося поведения, как агрессивность, садизм, склонность к воровству, лживости и бродяжничеству, тревожность, одиночество, депрессии, аутоагрессия (суицидальное поведение), гипербобщительность, стресс, фобии, ревность, гипер- и гипоактивность, нарушения пищевого поведения (переедание, голодание), аномалии сексуального поведения, зависимости, поведенческие ритуалы, навязчивые мысли и двигательные привычки и т. д. [4].

В социологии данный феномен раскрывается как «социальное явление, выражающееся в относительно массовых, статистически устойчивых формах (видах) человеческой деятельности, не соответствующих официально установленным или же фактически сложившимся в данном обществе (культуре, группе) нормам и ожиданиям».

Преступность как вид девиантного поведения изучается и криминологией, а точнее ее ветвью метакриминологией, которая рассматривает свойства преступности, а также преступные проявления, имеющие антиобщественный криминогенногенный характер.

Истоки любого массового вида поведения людей (социальных отклонений, преступности) следует искать в их социальных свойствах (а не природных) и месте в общественных отношениях. Общая причина отклоняющегося поведения, переплетаясь с социально-психологическими факторами, особенностями личности, порождает и антиобщественное, и преступное поведение [3].

Одной из причин девиантного поведения несовершеннолетних является юношеский максимализм – это особенность психики подросткового и юношеского возраста, выражаемая в крайней категоричности, прямолинейности, недостаточной гибкости в суждениях, преувеличенности в выводах, взглядах, недостаточной способности к компромиссам, поспешности в выводах, полярности в выводах и мнениях, излишней эмоциональности в мышлении [2].

При такой не совсем здоровой и критичной оценке действительности несовершеннолетние являются легко подвержены влиянию других людей. Попав под влияние «плохой компании», которую возглавляет харизматичный лидер, являющийся для них кумиром, подростки нередко совершают противоправные действия.

К сожалению, проблема преступности в молодежной среде, особенно среди несовершеннолетних, является актуальной и по сей день как для России в целом, так и для Ульяновской области в частности.

По данным Комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав при Правительстве Ульяновской области за 2015 год 1963 несовершеннолетних совершили правонарушения, из них 989 человек (50%) – обучающиеся общеобразовательных организаций, 787 (40%) студенты профессиональных организаций [1].

На основании изученных материалов и учитывая общественную важность в помощи и профилактике преступности среди несовершеннолетних видится целесообразным реализация социального проекта для подростков с девиантным поведением.

Субъектом реализации проекта могут выступать добровольные фонды, общественные организации, общественные объединения и движения, особенно молодежные.

Цель проекта – это привлечение общественного внимания к проблеме подростковой преступности и поиска совместными усилиями помощи таким молодым людям.

Для осуществления данной цели необходимо будет решить следующие задачи:

1. Поиск спонсоров и организаций, готовых оказать содействие в проведении мероприятий.

2. Выявление мнения подростков с девиантным поведением, на которых будет реализовываться проект: проведения анкетирования, поиск неформального лидера их группы.

3. Проведения социального опроса для выявления первоначального отношения общества к данной проблеме (в организациях, вузах, органах власти и т. д.).

4. Организация круглых столов и встреч с представителями Комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав при Правительстве УО, психологов, педагогов для обсуждения проблемы подростковой преступности и направлений в поиске решений.

5. Создание команды из неравнодушных и инициативных людей.

6. Наладить контакт с Отделом по делам несовершеннолетних г. Ульяновска для их содействия в проведении мероприятий для подростков с девиантным поведением.

После выполнения данных задач проект предусматривает осуществление следующих мероприятий:

- Организация проведения поездок в музеи г. Ульяновска;
- Проведение бесед и лекций с другими подростками и учениками военно-патриотических организаций;
- Организация спортивно-соревновательных мероприятий.

Данные мероприятия преследуют следующие цели:

- Способствовать социокультурной интеграции подростков с девиантным поведением;
- Обеспечить право подростков на общение со сверстниками;
- Организовать культурный отдых, досуг, участие в творческой жизни;
- Развития ЗОЖ в молодежной среде;
- Обучения навыкам создания товарищеских отношений, навыкам работы в команде.

Таким образом данный проект призван помочь подросткам, которые уже совершили противоправные деяния и получили за это наказание, увидеть мир с другой стороны, понять, что все можно изменить. Так же проект привлекает и общественное внимание к данной проблеме, привлекает к ее решению наиболее инициативных и неравнодушных людей. В итоге все действия призваны наиболее массово нести пропаганду профилактики девиантного поведения среди несовершеннолетних молодых людей и в целом профилактики девиантного поведения как такового.

Список литературы

1. Информация о работе по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних в Ульяновской области за 2015 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ulgov.ru/page/index/permlink/id/12758>.
2. Лукина Н. Ю. Юношеский максимализм [Электронный ресурс] / Н. Ю. Лукина // Департамент здравоохранения Костромской области. – 2013. – Режим доступа: <http://www.dzo-kostroma.ru/naselenie/2009-11-23-08-12-09/63/8259-unosheskimaksimal.html>
3. Минин А. Я. Актуальные проблемы девиантного поведения несовершеннолетних и молодёжи [Электронный ресурс] / А. Я. Минин, О. Ю. Краев. – М. : Прометей, 2016. – 140 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58111.html>.
4. Рождественская Н. А. Девиантное поведение и основы его профилактики у подростков [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Рождественская. – М. : Генезис, 2015. – 216 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54341.html>

УДК 331.545

А. Я. Яковлева

Ульяновск, Ульяновский государственный университет

ФРИЛАНС КАК ВОЗМОЖНАЯ ТРУДОВАЯ СТРАТЕГИЯ МОЛОДЕЖИ

В современном обществе инновационные процессы пронизывают все общественные сферы: экономическую, политическую, социальную, образовательную, научную и т. д. Анализ интеллектуальной составляющей личности, связанный с уровнем накопленных знаний в различных сферах, определяет качество трудовых ресурсов.

Рост разрыва между сферами образовательных услуг и рынка труда привел к изменениям в получении высшего образования молодежью и связанных с ними перспектив. Неудовлетворенная трудом молодежь самостоятельно вырабатывает новые стратегии трудового поведения, в основе которого заложен принцип независимости от формальных правил [5, с. 106]. Молодые работники все чаще начинают уходить из традиционной занятости, предпочитая ей неформальные виды занятости, самозанятость.

В современном обществе более важной задачей является формирование проектного типа мышления, в основе которого – интерес к конкретному проекту и признанию среди коллег, а также свободный переход от одного исследовательского проекта к другому. В попытке переосмыслить традиционные представления о занятости и карьере, Ч. Хэнди делает акцент на тех возможностях, которые открываются перед человеком благодаря новым формам занятости. К ним он относит: возможность свободно распоряжаться собственным временем, планировать жизнь и трудовую деятельность, а также самореализацию в различных сферах. Однако, он замечает, что нестандартная занятость требует высокого уровня самоорганизации и целенаправленного управления собственной жизнью [6, с. 196-207].

Самозанятость является одной из возможностей для молодых людей в трудовой сфере. Н. М. Воловская определяет самозанятость как особый вид участия людей в общественно полезном труде, основанный на их личной инициативе, самостоятельности и ответственности, чаще всего направленный на получение дохода, а также обеспечивающий самореализацию и самоутверждение индивида как личности [2, с. 52].

Притягательной моделью независимого труда и подвидом самозанятости для современной молодежи становится фриланс. Фриланс определяют, как вид занятости (самозанятости), без заключения долговременного трудового договора вне штата организации (удаленно) с низкой степенью зависимости от работодателя [7, с. 14].

Распространение фриланса обусловлено факторами, связанными с развитием глобальных сетей и информационно-коммуникационных технологий. К этому относится появление виртуальных фирм ставших заменой организациям, в связи с чем снизилась необходимость в специальных помещениях для организации рабочих мест. Стал развиваться виртуальный рынок труда и возник спрос на специалистов, обладающих уникальными компетенциями и способных работать с глобальными сетями. Несмотря на временный характер и нестабильность такой занятости, тяжелые условия труда и правовую незащищенность, в ней молодые работники могут найти привлекательные стороны, связываемые с большей свободой и независимостью, самореализацией и даже карьерой.

Молодежь лучше владеет компьютерными и коммуникационными технологиями. Именно они не только чаще осуществляют поиск новой работы, поскольку относительно недавно вышли на рынок труда, но и чаще используют Интернет для этих целей. Проведенные интернет-переписи фрилансеров в России показывают,

что молодые люди, занимающиеся фрилансом, являются значительным сегментом среди всех фрилансеров. По результатам Интернет-переписи фрилансеров [4] в 2014 году, 58% опрошенных – работники не старше 30 лет, при этом треть всех фрилансеров (36%) – в возрасте от 18 до 26 лет.

Наиболее важными трудовыми ценностями для фрилансеров являются: интересная работа (82%), хорошая оплата (80%), а также удобный график работы (60%) и возможность чего-то достичь благодаря работе (60%). Такие ценности, а в частности удобный график работы и интерес, чаще всего руководят молодыми людьми при выходе на рынок труда.

В то время, как для устройства на работу в организацию требуется наличие диплома, для фрилансеров более значимо наличие портфолио («портфель работ») [6, с.196] с образцами работ и рекомендации от бывших заказчиков. Но несмотря на это, 52% независимых профессионалов имеют высшее образование. Однако несоответствие полученного образования специальности на рынке фриланс-услуг встречается все чаще. Это говорит о сложностях при приеме на работу по специальности или отсутствии интереса в такой работе. Следствием чего может явиться переход во фриланс-деятельность, где основными профессиональными сферами являются следующие: дизайн/графика – 36%, тексты, копирайт и переводы – 33%, поддержка веб-сайтов – 25%, программирование – 17% и т. д.

Часто фриланс совмещают с другими видами оплачиваемой или неоплачиваемой занятости. Начиная со школьных и студенческих лет, молодежь ищет варианты работы с гибким графиком труда для возможности совмещения с учебой. По результатам той же переписи, из числа всех фрилансеров, 18% – студенты, которые в силу различных причин (нехватка денежных средств, получение опыта для дальнейшего трудоустройства) стали заниматься фрилансом. Также следует отметить, что 45% фрилансеров – это штатные работники, которые также из-за определенных обстоятельств вынуждены искать еще один способ дохода.

Подводя итог, можно отметить, что такая форма организации трудовой жизни как фриланс становится все более привлекательной для наделенной способностями молодежи, которая обретает соответствующий профессионализм, знания и нарабатывает опыт. Современная молодежь склонна выстраивать баланс между личной жизнью, свободным временем и графиком работы. Фриланс позволяет самостоятельно выбирать проект и управлять своим временем, благодаря чему у молодых людей появляется желание достичь успеха даже больше и лучше, чем работая в штате крупной компании.

Список литературы

1. Амбарова П. А. Фрилансеры: темпоральные стратегии поведения авангардной социальной общности / П. А. Амбарова // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления: материалы межд. конф. – Екатеринбург: УрФУ. – 2014. – С. 12-16.
2. Воловская Н. М. Незанятое население и самозанятость в регионе / Н. М. Воловская, Л. К. Плюснина, А. В. Русина, А. В. Иноземцева // Социологические исследования. – 2015. – № 5. – С. 52-60.
3. Стребков Д. О. Трудовые ценности самостоятельной и организационной занятости / Д. О. Стребков, А. В. Шевчук // Социологические исследования. – 2017. – № 1. – С. 81-93.
4. Стребков Д. О. Развитие русскоязычного рынка удаленной работы, 2009–2014 гг. (по результатам Переписи фрилансеров) / Д. О. Стребков, А. В. Шевчук, М. О. Спирина ; отв. ред. сер. В. В. Радаев. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 225 с.
5. Темницкий А. Л. Современная молодежь в перипетиях российского рынка труда и образования / А. Л. Темницкий. – М. : Новый Хронограф, 2017. – С. 91-108.
6. Хэнди Ч. Время безрассудства. Искусство управления в организации будущего / Ч. Хэнди. – СПб. : Из-во «Питер», 2001. – 288 с.
7. Чаплашкин Н. В. Социальная сущность фриланса в России и его специфика / Н. В. Чаплашкин // Российский Академический журнал. – 2011. – № 4. – С.13-16.

УДК 316.774

А. Д. Ярускина

Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет

ДОВЕРИЕ К КАНАЛАМ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Современный период развития общества характеризуется интенсивным развитием средств массовой коммуникации и их интеграции в информационном пространстве. Одними из основных показателей успешности коммуникации является доверие аудитории сообщению и каналу коммуникации. Данный процесс влияет как на сознание и поведение больших и малых социальных групп, так и на отдельных индивидов формируя общественное мнение.

Цель данной работы: определить особенности изменения доверия молодежи к каналам коммуникации. Для того чтобы достичь цели статьи, мы проанализировали теоретические источники и результаты эмпирических исследований последнего времени. Дополнительным источником данных послужило авторское социологическое исследование «Студенты в современном обществе», – анкетный опрос, выборка целевая, 450 человек (Ульяновск, 2016 г.), проведенное исследовательским коллективом на базе кафедры «Политология, социология и связи с общественностью».

Средства массовой коммуникации играют важную роль в построении субъективной картины окружающего мира и формировании общественного мнения современной молодежи. Воздействие информационного потока, задается интеграцией каналов коммуникации, комбинированием их, что позволяет усилить идеологическое, политическое, культурное и экономическое «давление» на мысли, чувства и поведение молодежи. Изучением различных аспектов влияния массовых коммуникаций на молодежь и студенчество наиболее плодотворно занимались такие ученые, как: Ю. А. Зубок, В. И. Чуров, А. И. Ковалева, И. В. Юдин и др. Интегрируя каналы коммуникации удастся достичь увеличение воздействия информационного потока на целевую аудиторию и не только повысить ее осведомленность, но и установить доверие. К проблеме доверия в разное время обращались такие мыслители прошлого, как Г. Гроции, Дж. Локк, И. Кант и Э. Дюркгейм. Феномен доверия имеет несколько трактовок: психологическое отношение, которое включает интерес и уважение к объекту или субъекту; представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с объектом или субъектом взаимодействия; эмоции от ожидания удовлетворения потребностей и позитивные эмоциональные оценки субъекта, готовность проявлять по отношению к объекту или субъекту добрую волю, а также совершать определенные действия, способствующие успешному взаимодействию [1].

Опрос россиян о восприятии информации из разных каналов коммуникации в октябре 2016 года, привел к результату, что доверие к традиционному СМИ снижается: 47% россиян часто сталкиваются с ощущением, что телевидение, радио и газеты «что-то недоговаривают», 35% опрошенных считают, что зачастую телевидение, газеты и радио дают ложную информацию о происходящем. При этом 39% россиян считают, что в будущем интернет способен вытеснить традиционные СМИ. Большую часть информации молодые люди получают из СМИ и Интернета. Причем, доверие к информации из интернета среди россиян растет. Сети верят 37% россиян, в то время как летом 2016 года ей были склонны верить 34% опро-

шенных. Количество тех, кто затрудняется сказать, доверяет ли он информации в Интернете, уменьшилось с 35 до 18% [2].

Тенденции в отношении доверия молодежи соответствуют тенденциям, общим для населения. Большинство молодых людей, несмотря на то, что «потребляет» информацию из разных источников, доверяют больше информации из телевидения (32%) печатных изданий (29%), и интернета (27%). Именно эти средства массовой коммуникации могут стать основными средствами коммуникации и налаживании положительных связей потенциально активной молодежью.

Таблица 1

Доверие к источникам информации (в %; n=450)

| Показатели | Всего | Успеваемость в учебе | | |
|------------------|-------|----------------------|----------|------------|
| | | «отлично» | «хорошо» | «удовлет.» |
| Печатные издания | 29 | 50 | 26 | 19 |
| Телевидение | 32 | 25 | 35 | 33 |
| Радио | 2 | 0 | 1 | 4 |
| Интернет | 27 | 15 | 29 | 30 |
| другое | 3 | 6 | 3 | 3 |

Интеграция каналов коммуникации — самая эффективная комбинация для формирования общественного мнения молодежи. Поскольку доверие молодежи к средствам массовой коммуникации в процессе интеграции увеличивается за счет публикаций сообщений с одним смыслом, с одним образом, в публичных СМИ и в Интернете. Кроме этого стоит учитывать, что эффективность влияния и доверие молодежи или целевой группы зависит не только от правильного выбора канала коммуникации, но и от дифференциации содержания сообщения примечательно к этим каналам [2]. Влияние информационного потока на аудиторию связано непосредственно с долей сообщений определенного содержания и их соотношением по критерию «позитивные, негативные, нейтральные».

Список литературы

1. Купрейченко, А. Б. Психология доверия и недоверия / А. Б. Купрейченко. – М. : Институт психологии РАН, 2008. – 564 с.
2. Конобеевская Н. Отношения к традиционным СМИ и информации, полученной из интернета [Электронный ресурс] / Н. Конобеевская // ЛЕВАДА-ЦЕНТР. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2016/11/18/rossiyane-stali-menshe-doveryat-televideniyu/>

СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ I. ПРЕПОДАВАТЕЛИ, ПРАКТИКИ, АСПИРАНТЫ О РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ И ЕЕ ПОТЕНЦИАЛЕ

| | |
|---|----|
| Шиняева О. В., Суркова Е. В. СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ | 3 |
| Ангел О. Ю. КЛЮЧЕВАЯ МОТИВАЦИЯ В КАРЬЕРЕ Z | 10 |
| Афонин Ю. А., Маратова А. М. ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА ПО РАЗВИТИЮ ТВОРЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ | 13 |
| Ахметшина Е. Р. АКТИВНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ | 19 |
| Барсукова С. А. НРАВСТВЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ | 26 |
| Баскаков-Будайли Э. Н. РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КАРЬЕРЫ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В РАМКАХ АДАПТАЦИИ К СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ | 31 |
| Беляева Н. М. МОЛОДЕЖНЫЙ ПАРЛАМЕНТ КАК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ ИНИЦИАТИВ (ПРАКТИКА РЕГИОНОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА) | 35 |
| Воробьева В. И., Сайфутдинов Р. А. СИСТЕМА ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ РАБОТЫ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ | 42 |

| | |
|--|----|
| Галлямова Д. И. МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИКИ | 45 |
| Гоношилина И. Г. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ | 48 |
| Гоношилина И. Г., Жмырева А. А. ОБУЧЕНИЕ В МАГИСТРАТУРЕ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ МОДЕРНИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИИ | 52 |
| Денищик А. Ю. ПРОТЕСТНАЯ АКТИВНОСТЬ ПРОФСОЮЗНОЙ МОЛОДЕЖИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ | 55 |
| Ерохина Л. Н., Ерохин А. В. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ПАРЛАМЕНТА, МОЛОДЕЖИ И ИНТЕРНЕТА: ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ | 60 |
| Замараева М. В. СОЦИАЛЬНОЕ ДИАГНОСТИРОВАНИЕ КАК ПРЕДПОСЫЛКА РАЦИОНАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В ПРОБЛЕМНОЙ СИТУАЦИИ | 66 |
| Зосименко И. А. ПОЛИТИЧЕСКОЕ УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ | 72 |
| Галкина Е. П., Кадничанская М. И. ПАТРИОТИЗМ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ЦЕННОСТЬ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА | 78 |
| Каримова Л. Ф., Безверхова Е. А. СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН ПРИЧИН МОЛОДЕЖНОЙ ПРЕСТУПНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ | 83 |
| Кильдюшкина И. Г., Ломшин В. А. РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ДВИЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ | 87 |

| | |
|---|-----|
| Корж Н. В., Тишкина И. Д. ДЕВИАНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ: ВСЕГДА ЛИ ОНО ИМЕЕТ ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР? | 91 |
| Кошарная Г. Б., Кошарный В. П. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РЫНКЕ ТРУДА | 94 |
| Кузеванова А. Л., Тупикова О. С. ПОВЕДЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА | 99 |
| Липатова Л. Н., Градусова В. Н. РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ МОЛОДЫХ КАДРОВ ДЛЯ НАУКИ И ИННОВАЦИОННЫХ ПРОИЗВОДСТВ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ | 105 |
| Манькова А. Г. ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРНЫХ АСПЕКТОВ НА ДЕВИАНТНЫЕ ФОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ | 110 |
| Могутова О. А. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ УСЛОВИЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ | 115 |
| Нагимова А. М. ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И РЕПРОДУКТИВНЫЕ ПЛАНЫ МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ | 120 |
| Новикова Н. Л., Сайфутдинов Р. А. ВОИНСКИЕ РИТУАЛЫ КАК ЭЛЕМЕНТ МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ | 125 |
| Пивень А. Б., Копылова Ю. С. ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ ЗДОРОВЬЯ МОЛОДЕЖИ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ | 129 |

| | |
|--|-----|
| Петухов В. Б. ИНФОРМАЦИОННО-СЕТЕВЫЕ ИСТОКИ ПРОТЕРРОРИСТИЧЕСКИХ НАСТРОЕНИЙ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ И ПУТИ ПРЕОДАНИЯ ИХ НЕГАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ | 136 |
| Петухова Т. В. ОСОБЕННОСТИ ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В НАЧАЛЕ XIX ВЕКА | 145 |
| Савинова А. В. ИНЖЕНЕРЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ | 148 |
| Сайфутдинова Р. Р., Сайфутдинов Р. А. ВОЛОНТЕРСКИЕ ДВИЖЕНИЯ КАК КОМПОНЕНТЫ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА | 152 |
| Сафонов В. Н. МОЛОДЕЖЬ – БУДУЩЕЕ РОССИИ | 156 |
| Седлецкий А. В. МОТИВАЦИЯ МОЛОДЕЖИ К ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ | 159 |
| Слепова О. М. ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ К НОВЫМ СОЦИАЛЬНЫМ УСЛОВИЯМ | 165 |
| Стенина Т. Л. РАЗВИТИЕ МОДЕРНИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ | 171 |
| Стрельцов Л. Н. РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИОРИТЕТНЫХ ЦЕННОСТЕЙ ПАТРИОТИЗМА, ГУМАНИЗМА, ТОЛЕРАНТНОСТИ | 176 |
| Ципанова М. А. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ КАК УСЛОВИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ | 183 |

| | |
|--|-----|
| Цыганкова Е. Н., Стрельникова Н. В. ЭМОЦИОНАЛЬНО-ВОЛЕВОЙ ФАКТОР КОНФЛИКТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ | 187 |
| Чернов В. А., Жмырева А. А. ФАКТОРЫ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ | 191 |
| Шигабетдинова Г. М. ПАРТНЕРСТВО В ИНТЕРЕСАХ САМООПРЕДЕЛЯЮЩЕЙСЯ ЛИЧНОСТИ: ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ | 194 |
| Ушкова Ю. В. РЕСУРСЫ И БАРЬЕРЫ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ МОЛОДЫХ РОССИЯН | 199 |
| Якунин В. Н. ПАЛОМНИЧЕСТВО И РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ КАК СРЕДСТВО ДУХОВНО-НРАВСТВЕННОГО, ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ) | 205 |
| Ярмош Т. С. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ АРХИТЕКТОРОВ | 212 |

ЧАСТЬ II. МОЛОДЫЕ АВТОРЫ О МОДЕРНИЗАЦИОННОМ ПОТЕНЦИАЛЕ МОЛОДЕЖИ

1. Диалог молодежи и власти. Роль молодежи в решении социально-политических проблем и развитии гражданского общества

- Ананьева М. А.
МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ
СФЕРЕ 216
- Галяутдинова Р. И.
ВОЗРОЖДЕНИЕ ИСЛАМСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ И РОЛЬ МОЛОДЕЖИ
В ФОРМИРОВАНИИ ТОЛЕРАНТНОСТИ 219
- Гасило Е. Е.
ФОРМИРОВАНИЕ ТЕАТРАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ
СРЕДИ МОЛОДЕЖИ 222
- Гасило Е. Е., Гоношилина И. Г.
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА АКТИВНОСТЬ
ВОЛОНТЁРСКОГО ДВИЖЕНИЯ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ 226
- Добрынина А. М.
ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ СТУДЕНТОВ РОССИИ 229
- Евсеева А. Г.
ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
МЕЖДУ МОЛОДЁЖЬЮ И ОРГАНАМИ ВЛАСТИ 231
- Ежова А. Н., Ключева Т. В.
КЛУБ ЖИТЕЛЕЙ КАК МЕСТНАЯ ИНИЦИАТИВА:
ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ 234
- Игнатов И. В., Фадеева Т. В.
ФОРМИРОВАНИЕ ПРИОРЕТЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ
СРЕДИ МОЛОДЕЖИ ЧЕРЕЗ МОЛОДЕЖНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ .. 238

| | |
|---|-----|
| Карпенко Д. А. ВЛИЯНИЕ ФОРМЫ ПРОТЕСТНОЙ АКЦИИ НА ВЕРОЯТНОСТЬ УЧАСТИЯ В НЕЙ МОЛОДЕЖИ | 241 |
| Козлова О. В. МОЛОДЕЖНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ В РФ (ПРАВОВЫЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ) | 245 |
| Куракова М. С. ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК ИНСТИТУТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К СОБЫТИЯМ, ПРОИСХОДЯЩИМ В СТРАНЕ И В МИРЕ | 249 |
| Малкова М. А. ПРОТИВОРЕЧИЯ В ОТНОШЕНИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ К ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ | 252 |
| Мерлушкина А. Н. ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ В МОЛОДЁЖНОЙ СРЕДЕ | 255 |
| Павлова М. А. НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ | 257 |
| Рожнова Е. В., Зосименко И. А. ЭКОЛОГИЯ И МОЛОДЕЖЬ: РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ | 260 |
| Савина И. Д., Зосименко И. А. ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ЭКСТРЕМИЗМУ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ) | 263 |
| Селивёрстов А. В., Шиняева О. В. ИМИДЖ ГОРОДСКОЙ ВЛАСТИ В СОЗНАНИИ МОЛОДЁЖИ | 267 |
| Солдатенков И. В. МОЛОДЕЖНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ, ЦЕЛИ, ПРАКТИКА | 270 |

| | |
|---|-----|
| Спасовская А. В. ЭКСТРЕМИСТСКИЕ НАСТРОЕНИЯ СРЕДИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ | 274 |
| Уфандеева А. Ю., Гоношилина И. Г. УЧАСТИЕ МОЛОДЁЖИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНЧЕСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ КАК СПОСОБ ПРОФИЛАКТИКИ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ | 277 |
| Цыганова С. В. СИМВОЛИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ | 281 |
| Четин А. М. МОЛОДЁЖНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ ЦЕННОСТЕЙ | 284 |
| Чичкин Д. И., Шиняева О. В. ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЁЖИ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ | 286 |

2. Молодежные инициативы и предпочтения в сфере образования, науки, культуры

| | |
|---|-----|
| Абрамова Ю. А., Ахметшина Е. Р. РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ В ВУЗЕ | 289 |
| Бахтиева Л. Р. МОТИВАЦИЯ УЧАЩИХСЯ ЛИЦЕЙСКИХ КЛАССОВ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: СОЗИДАТЕЛЬНЫЙ ИЛИ РАЗРУШИТЕЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР | 292 |
| Беликова Д. А. ОБУЧЕНИЕ В ЛИЦЕЕ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ МОДЕРНИЗАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ ПОДРОСТКОВ | 294 |
| Беликова Д. А., Шиняева О. В. ЛИЧНОСТНОЕ СТАНОВЛЕНИЕ УЧАЩИХСЯ ЛИЦЕЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ | 298 |

| | |
|--|-----|
| Идиятуллова А. И. ПРЕДПОЧТЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ САМООБРАЗОВАНИЯ | 301 |
| Павлова А. М., Ключева Т. В. ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К СПЕЦИАЛЬНЫМ МЕРОПРИЯТИЯМ В КОНТЕКСТЕ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В ГОРОДЕ УЛЬЯНОВСКЕ | 304 |
| Пастун Д. А., Хаертдинов А. М. НЕЦЕНЗУРНАЯ ЛЕКСИКА В ПОВСЕДНЕВНОЙ РЕЧИ МОЛОДЕЖИ | 307 |
| Полушкина Я. А. РОЛЬ ПРОФИЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ УЧАЩИХСЯ ЛИЦЕЯ ПРИ УЛГТУ | 310 |
| Сенотрусова М. Д., Козловская Л. Н., Сенная Н. А., Попович Я. Д. ЦЕНТР НАУЧНОГО ТВОРЧЕСТВА СТУДЕНТОВ | 312 |
| Уфандеева А. Ю., Шиняева О. В. МУЗЫКАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ МОЛОДЁЖИ | 316 |
| Хвостова Ю. А. ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ВЫБОР МОЛОДЕЖЬЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ФОРМЫ ЗАНЯТОСТИ | 319 |
| Шехирева Е. К., Шигабетдинова Г. М. МУЗЕЙ КАК МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ ДОСУГА МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ | 322 |

3. Участие молодежи в решении социальных и коммуникативных проблем, развитии инновационного бизнеса и предпринимательства

| | |
|---|-----|
| Абрамова Д. А., Ахметшина Е. Р. МОДЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ИННОВАЦИЙ СРЕДИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ | 325 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| Аглиулова К., Ахметшина Е. Р. ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ИТ-КЛАСТЕРА В СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ | 328 |
| Анисимова А. М., Шиняева О. В. РЕКЛАМА В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ: ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ | 332 |
| Астахова В. И. ТРУДНОСТИ ПРИ ПОИСКЕ РАБОТЫ У МОЛОДЕЖИ В ГОРОДЕ АПАТИТЫ | 336 |
| Березенко. Т. В., Гоношилина И. Г. ФАКТОРЫ ВЫБОРА ЗАВЕДЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ Г. УЛЬЯНОВСКА | 340 |
| Вяселева Н. Р. ВОЗМОЖНОСТИ МОЛОДЕЖИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА | 343 |
| Домкина Д. О. АДАПТАЦИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РЫНКЕ ТРУДА | 346 |
| Заволокина А. В. СПЕЦИАЛЬНО ОРГАНИЗОВАННЫЕ СОБЫТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЭМОЦИЯМИ МОЛОДЕЖНОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ | 350 |
| Козлова У. М., Шиняева О. В. ОБРАЗ УСПЕШНОЙ СЕМЬИ В СОЗНАНИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ | 353 |
| Комиссарова Е. И. ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ОБЩЕСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕРЕЗ РАБОТУ НКО | 356 |
| Коннова Э. А. ЦЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ КАК ОСНОВА РЕАЛИЗАЦИИ ЖИЗНЕННЫХ ПЛАНОВ | 359 |
| Коробейникова А. В. ИССЛЕДОВАНИЕ ПИЩЕВЫХ ПРАКТИК СТУДЕНТОВ УРФУ | 362 |

| | |
|--|-----|
| Корунова В. О. ЗАДАЧИ И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ | 365 |
| Мингалиева А. Р. СОЦИАЛЬНАЯ ЭКСКЛЮЗИЯ СЕМЕЙ, ИМЕЮЩИХ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ | 368 |
| Миннигалиева А. М. ПРОФИЛАКТИКА ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ | 373 |
| Назюкова М. О., Шиняева О. В. КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ВУЗА КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ | 377 |
| Назюкова М. О., Ключева Т. В. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ МОЛОДЕЖИ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА | 379 |
| Николаева Д. А., Ключева Т. В. МОЛОДЕЖЬ КАК СОЦИАЛЬНАЯ БАЗА ПРОДВИЖЕНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ: ЦЕННОСТНЫЕ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ В РЕГИОНАХ ПОВОЛЖЬЯ | 382 |
| Пантелина Т. С. СТАРТАП-ПРОЕКТЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ АСПЕКТОВ И РОЛИ МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА | 385 |
| Саттаров Т. А. РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН | 387 |
| Сафонов И. Е. УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ В НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ МИТИНГАХ КАК КОМПОНЕНТ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ | 389 |

| | |
|---|-----|
| Спирин А. С. ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИЗУЧЕНИИ ТРУДОВЫХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ | 392 |
| Филюшкина А. В., Ключева Т. В. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ МОЛОДЕЖИ: НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ | 396 |
| Хисамутдинова Р. Р., Гоношилина И. Г. РОЛЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ОРГАНИЗАЦИИ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ | 399 |
| Холкина К. Д. ВОСТРЕБОВАННОСТЬ РАДИО-КОММУНИКАЦИЙ В СРЕДЕ МОЛОДЕЖИ | 403 |
| Хусаинова А. Д. СТУДЕНЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ | 406 |
| Шапошникова Н. Е., Шиняева О. В. СООТВЕТСТВИЕ КАЧЕСТВ БУДУЩИХ ИНЖЕНЕРОВ ТРЕБОВАНИЯМ РАБОТОДАТЕЛЕЙ КАК ОСНОВА МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ | 409 |
| Шеварева И. С. ПРОФИЛАКТИКА ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ В МОЛОДЕЖНОМ ОБЩЕСТВЕ СРЕДИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ | 413 |
| Яковлева А. Я. ФРИЛАНС КАК ВОЗМОЖНАЯ ТРУДОВАЯ СТРАТЕГИЯ МОЛОДЕЖИ | 416 |
| Ярускина А. Д. ДОВЕРИЕ К КАНАЛАМ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ МОЛОДЕЖИ ... | 419 |

Научное электронное издание

**МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ**

Сборник научных трудов

Отв. редактор О. В. Шиняева

ЛР № 020640 от 22.10.97.

ЭИ № 1012. Объем данных 7,2 Мб.

Подписано в печать 18.12.2017. Формат 60×84/16.
Усл. печ. л. 25,34. Заказ 1060.

Ульяновский государственный технический университет
432027, г. Ульяновск, ул. Сев. Венец, д. 32.

ИПК «Венец» УлГТУ, 432027, г. Ульяновск, ул. Сев. Венец, д. 32.
Тел.: (8422) 778-113
E-mail: venec@ulstu.ru
venec.ulstu.ru