

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

МОЛОДЕЖЬ, УСТРЕМЛЕННАЯ В БУДУЩЕЕ: ПРОБЛЕМЫ, ИНТЕРЕСЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Всероссийская научная конференция
(Ульяновск, 29-30 октября 2018 г.)

Сборник научных трудов

Ульяновск
УлГТУ
2018

УДК 316.346.32 – 053.6
ББК 60.54
М 75

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 75 Молодежь, устремленная в будущее: проблемы, интересы, перспективы:
Всероссийская научная конференция (Ульяновск, 29-30 октября 2018 г.): сборник научных трудов / отв. ред. О.В. Шиняева. – Ульяновск : УлГТУ, 2018. – 358 с.

ISBN 978-5-9795-1851-0

Сборник научных трудов «Молодежь, устремленная в будущее: проблемы, интересы, перспективы» является результатом исследований ученых, практиков, студентов из различных городов России, которые были представлены на одноименной Всероссийской научной конференции 29-30 октября 2018 г. В нем представлены мнения по широкому кругу вопросов: активность российской молодежи в решении социальных проблем, диалог молодежи и власти; развитие молодежных инициатив в сферах образования, досуга, культуры; особенности проявления в молодежной среде ценностей патриотизма, гуманизма, толерантности; участие молодых людей в социально ориентированных организациях и движениях; молодежные инициативы и предпочтения в сфере экологии, здоровья; отношение молодежи к событиям, происходящим в стране и в мире.

Взгляд авторов статей в сборнике свидетельствует о том, что реализация потенциала молодежи в модернизации российского общества является многоаспектной проблемой. Обобщение опыта свидетельствует о высоком внимании преподавателей вузов, аспирантов, практических работников и студентов к проблеме будущего молодежи в 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 978-5-9795-1851-0

© Колл. авторов, 2018
© Оформление. УлГТУ, 2018

ЧАСТЬ I: ПРЕПОДАВАТЕЛИ И ПРАКТИКИ О ВОЗМОЖНОСТЯХ МОЛОДЕЖИ

УДК 316.346

О.В. Шиняева, Ю.В. Ушкова¹

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. В статье раскрываются особенности социальной мобильности российской молодежи в профессиональной, экономической сферах, через территориальные и межпоколенческие перемещения; выделяется влияние родительской семьи и семейного капитала

Ключевые слова. Социальная мобильность, реализация жизненных планов молодежи

Способность к постоянным изменениям является основным условием социальной успешности молодежи. Но достичь успеха в жизни, состояться в профессии, семье непросто. Об этом свидетельствуют следующие факты: среди малообеспеченных россиян – более 40% молодежи; около половины молодых людей работают не по той профессии, которую получили; многие молодые россияне, создав свою семью, не могут ее сохранить, хотя семья находится в числе приоритетных ценностей. Добиться результатов возможно только при правильном распределении ресурсов – человеческих, экономических, культурных, социальных, а также постоянном преодолении барьеров и перемещении в обществе – осуществлении социальной мобильности.

В научных исследованиях XXI века мобильность приобретает новые черты: каждое из перемещений и достигнутых социальных позиций воспринимается как *момент движения в постоянно продолжающемся процессе идентификации*, а не как окончательный результат [1, с. 127]. «Быть мобильным» означает практически то же, что «быть современным»; мобильность направлена на получение новой профессии, более высокой должности, смену жилья и места жительства. Российские социологи подчеркивают значимость перемещений молодежи в социальном пространстве: «Тот, кто мобилен, входит в «элиту глобализации», потому что он уже не ограничен в своих

¹ Материал подготовлен при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ). Грант №18-411-730009 «Информационно-цифровое неравенство и способы его преодоления в регионе»

перемещениях, не привязан к дому и любому небольшому пространству, с его распределением статусов, ролей и функций. Подняться вверх в социальной иерархии и обрести пространственную мобильность в глобальном мире – одно и то же. Лишь социальное возвышение открывает горизонты пространственной мобильности, лишь пространственная мобильность свидетельствует о подлинном возвышении. Свобода от пространственно-функциональных ограничений выглядит синонимом подлинной свободы»[3, с. 20-21].

Социологи выделили разные *типы мобильного поведения* молодежи в современном российском обществе. *По способам поведения*: 1) прогрессивно-инновационная стратегия «активного наступления» - направлена на достижение успеха, активное взаимодействие с социальным окружением; 2) реактивно-пассивная стратегия - пассивное приспособление, отсутствие резких изменений и новых ролей в жизни.

По времени достижения жизненных целей: 1) стратегия быстрой социальной мобильности - раннее трудоустройство, стремление к независимости от родителей, все знания и навыки приобретаются опытным путем. Характерна для выходцев из низкоресурсных семей. 2) стратегия медленной мобильности - инвестиции в долгосрочные результаты: долго учатся, стажируются, меняют профессии. Возможна при условии родительской поддержки (финансовые, человеческие, культурные ресурсы).

В современных условиях набирает рост новое явление: нулевая мобильность – НЕЕТ-молодежь, которая не работает и не учится. Доля НЕЕТ-молодежи в развитых странах в среднем составляет шестую часть. Наиболее высокие показатели численности этой группы демонстрирует Италия (каждый пятый), самые низкие – Германия (каждый восьмой).

Мы провели социологическое исследование проблем социальной мобильности молодых людей, проживающих в крупном городе, средних и малых городах, поселках и селах (выборка составила 900 человек в возрасте 22-35 лет). Количественные результаты мы дополнили глубинными интервью.

Профессиональная мобильность молодежи

Данный вид мобильности измеряется в следующих показателях: достигнутый молодыми людьми профессиональный статус, поведение на рынке труда, ценности и реальные достижения в профессиональной сфере, адаптация к меняющимся профессионально-экономическим условиям. *Профессиональный статус* большинства молодых людей – рядовой сотрудник (табл. 1): треть занимают должности служащих/рабочих (34%), четверть – квалифицированных специалистов (25%); доля молодых людей, занимающих руководящие позиции, составляет 16%. Предпринимателей среди молодежи немного – 5%, что

свидетельствует о недостаточном внимании региональных властей к созданию условий для молодежных предприятий. Выявлена доля молодых людей, которые не учатся и не работают – российская NEET-молодежь (6%). Пока удельный вес этой категории невысокий; но среди семей с низким уровнем родительского капитала их доля в 2 раза больше, чем в среднем по выборке. В России, как и в западных странах, набирает силу это явление.

**Таблица 1. Профессиональный статус молодых людей
(в процентах от числа опрошенных; n =900)**

Показатели	всего	Место проживания респондента				Образование респондента			Уровень семейн. капитала родит.		
		крупный город	средний город	малый город	поселок	среднее общее	среднее специальное	высшее	высокий	средний	низкий
Служащий, рабочий	34	31	33	33	42	35	48	20	31	39	26
Квалифицирован. специалист	25	31	15	14	24	5	14	43	26	29	12
Рук-ль среднего звена	9	7	14	13	6	5	6	12	9	7	10
Рук-ль высшего звена	7	3	13	19	5	9	8	6	4	6	17
Предприниматель	5	5	8	3	4	7	3	6	6	5	7
Студент, учащийся	14	15	13	11	13	36	11	9	18	11	15
Неработающий	6	7	3	6	7	5	10	3	7	4	12

«Моя профессия никак не связана с родителями. Отношение к труду кардинально отличается от родителей. Родители любят сидеть на месте, любят стабильность, они всю жизнь работают на одном месте, никогда никуда не переезжали, не перемещались даже внутри города. Родители считают, что нужно работать в государственных учреждениях, т.к. там не обманут, мое отношение, скорее, противоположное» (респондент О, жен. 27 лет, кризис-менеджер).

Чаще остальных следуют семейным традициям представители следующих сфер деятельности: сельское хозяйство (14%), строительство, транспорт (12%), здравоохранение (10%). *Против продолжения трудовой династии* выступают не только дети, но и большинство родителей: доля родителей, негативно относящихся к продолжению их профессии детьми, достигает 60%; противоположного мнения придерживается только каждый пятый родитель.

За последние 5 лет молодежи удалось совершить реальные профессиональные достижения: чуть больше четверти (27%) повысили уровень квалификации, пятая часть (21%) добилась повышения

должности, 18% освоили современные информационно-компьютерные технологии, 6% повысили уровень владения иностранным языком. Профессиональные успехи молодежи зависят от экономического статуса: чем выше уровень дохода, тем чаще отмечается наличие профессиональных достижений. Профессиональные достижения способствовали росту уровня дохода молодежи; а также - более высокий доход делает весомее собственные достижения в глазах молодых людей.

Экономическая мобильность молодежи

В условиях кризиса изменил свое профессиональное поведение каждый второй представитель молодого поколения: стал активнее в труде, чтобы быть успешнее («предприимчивые»); 40% не предпринимали ничего нового, сохраняли достигнутое («консерваторы»); каждый десятый ждал улучшения ситуации - изменения в профессиональном поведении бессмысленны («пассивные»).

Четвертая часть молодежи (24%) отметила, что за прошедшие 5 лет приобрела автомобиль, каждому пятому удалось купить собственное жилье. На совершение крупных покупок оказали влияние экономические ресурсы родителей: чем выше экономический капитал родителей, тем чаще крупные покупки детей. Частота совершения крупных покупок растет с повышением возраста молодежи; доля молодых людей, которым удалось повысить доход и начать свое дело, аналогична во всех возрастных группах.

Сравнение среднедушевого дохода молодежи и их родителей подтвердило, что уровень жизни молодежи ниже уровня жизни старшего поколения (табл. 2): низкий уровень дохода (бедные, малообеспеченные) характерен для трети молодежи (33%), среди родителей низкий уровень дохода имеют четверть семей (23%).

Таблица 2. Уровень жизни молодых людей с разными социальными характеристиками (в процентах от числа опрошенных; n = 900)

Показатели	всего	Место проживания респондента				Образование респондента			Налич. собств. семьи	
		крупный город	средний город	малый город	поселок	среднее общее	среднее специальное	высшее	да	нет
Бедные	7	6	6	9	10	6	9	7	8	7
Мало-обеспеченные	26	20	26	36	37	32	28	22	30	21
Ниже среднего	39	42	48	38	35	41	41	37	35	44
Средние	22	24	15	14	17	19	19	25	21	23
Состоятельные	6	8	6	3	1	2	3	9	6	5

Жилищные условия молодежи и их родителей характеризуются тем, что не происходит восходящей мобильности.

Территориальная мобильность

Территориальная мобильность молодежи характеризуется следующими перемещениями: 37% респондентов совершили минимум один переезд в другой населенный пункт; 43% переехали в другое жилье в границах одного населенного пункта. Наибольшей активностью территориальных перемещений отличаются выходцы из семей с низким и средним индексом семейного капитала: среди таких молодых людей 63% совершили территориальную мобильность за последние 10 лет против 29-31% среди молодежи из семей со средним и высоким индексом семейного капитала; готовы переехать еще четверть (рис. 1).

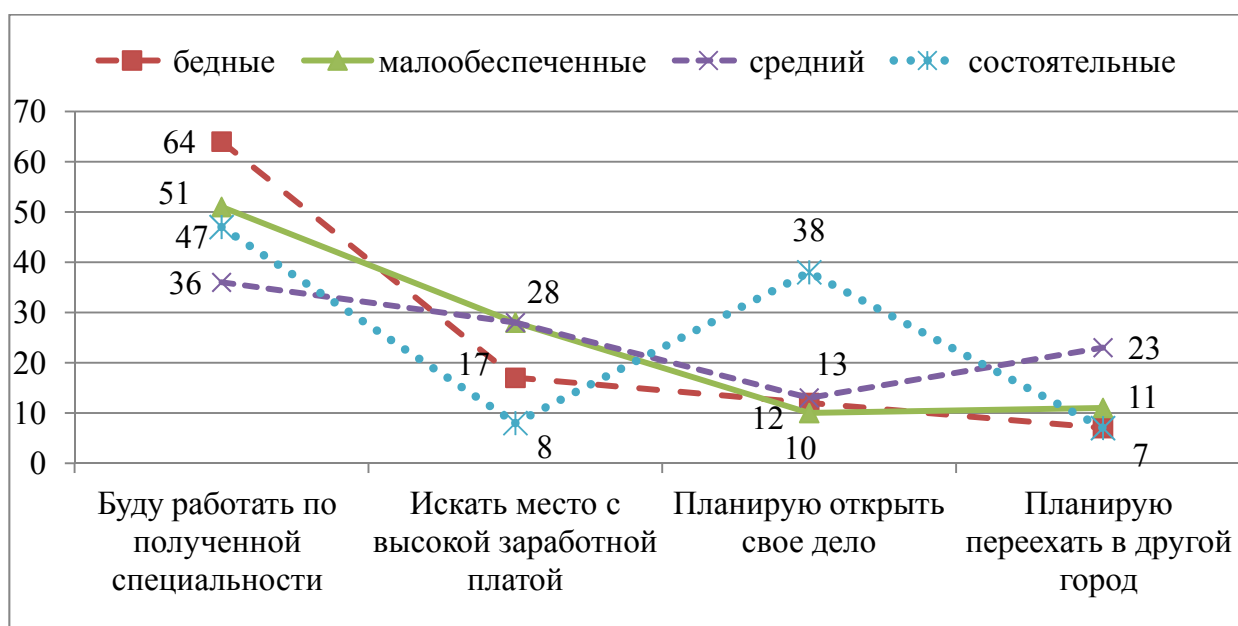


Рисунок 1. Планы по окончании учебы студентов из семей с разным уровнем жизни (в процентах от числа опрошенных, n = 400)

Удовлетворенность реализацией жизненных планов

Наибольший уровень удовлетворенности во всех сферах жизни зафиксирован среди молодых семей, *проживающих отдельно от родителей* (рис. 2). Жилищные условия оказывают весомое влияние на удовлетворенность молодых семей: индекс удовлетворенности семейными отношениями составляет 0,82 в молодых семьях, имеющих отдельное жилье, и 0,34 - в семьях, проживающих с родителями.

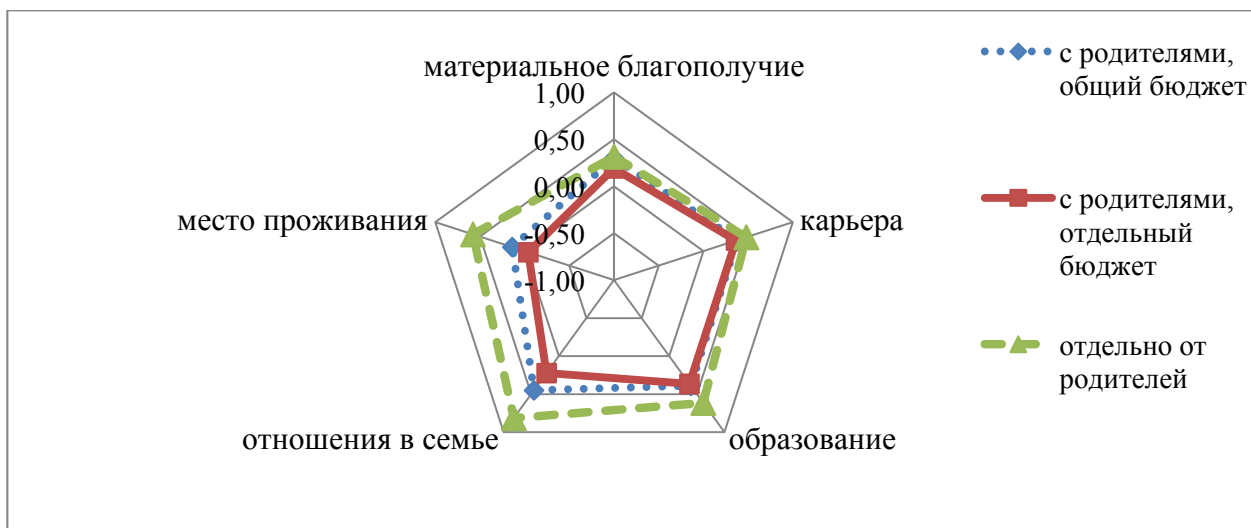


Рисунок 2. Удовлетворенность конкретными достижениями собственной семьи в зависимости от проживания с родителями (в индексах, от -1 до +1; n = 900)

Одним из значимых факторов успешности построения и сохранения собственной семьи является достойный пример родительской семьи. *«Не хочу, чтобы моя семья была похожа на семью родителей. Их взгляды и требования устарели и совершенно не подходят для подготовки ребенка к условиям современного мира. В некоторых вопросах нужно быть более лояльным и терпеливым и не слишком сильно ограничивать свободу ребенка»* (респондент М., муж. 25 лет, товаровед).

Результаты опроса молодежи показали, что почти половина молодых людей планирует работать по полученной специальности (46%). Доля их возрастает до 64% среди выходцев из бедных семей; этот результат свидетельствует о более сильном стремлении малообеспеченной молодежи к быстрой профессиональной мобильности. Молодые люди из среднедоходных семей чаще других рассчитывают найти работу с высоким уровнем заработной платы (не обязательно по специальности), переехать в другой населенный пункт. Среди выходцев из состоятельных семей повышается доля, планирующих открыть свое дело (38%); но, как показывает ситуация с достигнутым статусом, не все планы реализуются.

Результаты опроса выявили важную закономерность: чем выше уровень капитала родительской семьи, тем чаще молодые люди отмечают его участие в своей жизни; чем ниже этот капитал, тем больше молодежь опирается на свои ресурсы (способности, образование). В целом родители играют важную роль в осуществлении жизненных планов молодежи; конкретно такие характеристики образа жизни и семейного капитала родителей: воспитание и ценности, психологическая поддержка, экономический капитал и связи родителей (рис. 3).

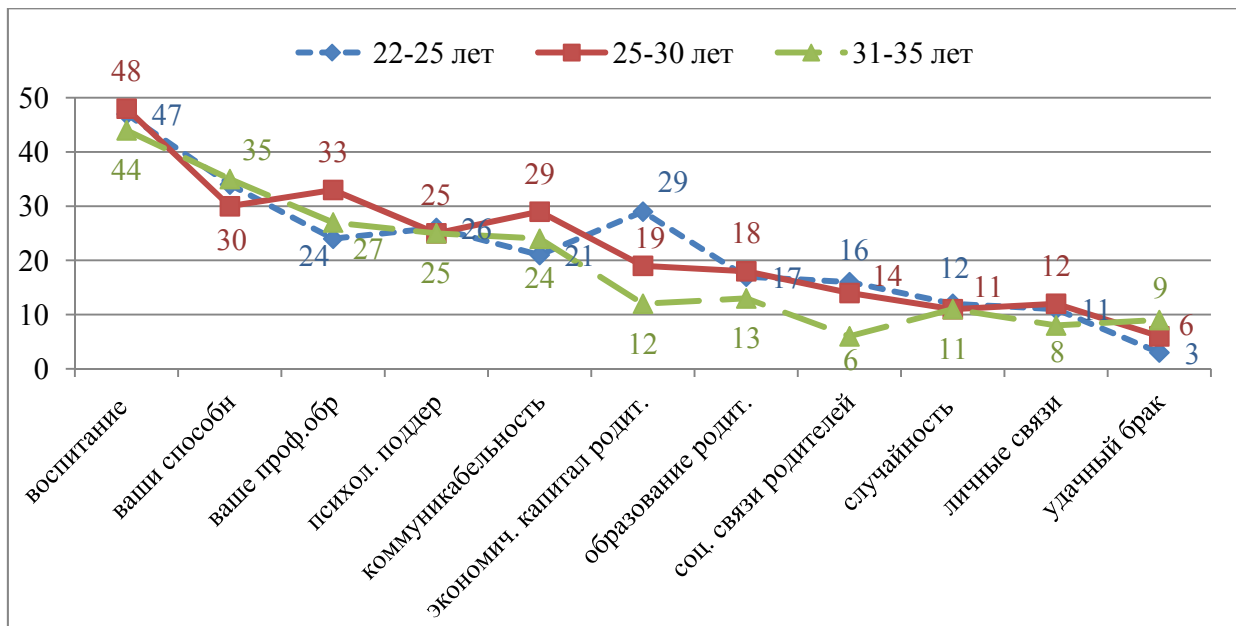


Рисунок 3. Факторы социальной успешности молодежи разных возрастных групп (в процентах от числа опрошенных, n = 900)

Анализ социальной мобильности позволил прийти к выводу: основные достижения половины молодых людей аналогичны успехам их родителей; нисходящую межпоколенную социальную мобильность демонстрирует треть (чаще в материальном положении), восходящую – пятая часть молодежи (в образовании, сфере досуга, социальных связях). Кроме того, нами выявлены направления работы с молодым поколением, являющиеся наиболее важными, по мнению самих молодых людей, для успешной социальной мобильности. Они совпали с результатами исследований в разных регионах России: получение образования, трудоустройство, доступность жилья; в следующем ранге находятся – качество здравоохранения, борьба с преступностью, доступность досуга и отдыха, спорт и туризм, молодежное предпринимательство, культура и искусство [1, с. 113].

Список литературы

1. Зубок, Ю.А., Ростовская, Т.К., Смакотина, Н.Л. Молодежь и молодежная политика в современном российском обществе / Ю.А. Зубок, Т.К. Ростовская и др. – М.: Перспектива, 2016. – 166 с.
2. Посухова, О.Ю. Эксклюзивность каналов социальной мобильности в условиях неравенства в российском обществе / О.Ю. Посухова // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2014. – №4. – С.127– 133
3. Филиппов, А.Ф. Парадоксальная мобильность /А.Ф. Филиппов // Отечественные записки. – 2012. – № 5. – С. 8– 23

И.Г. Гоношилина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ В ТРУДАХ УЧЕНЫХ

Аннотация. В работе представлены результаты исследований современных ученых по различным проблемам, связанных с социализацией молодежи, ее политической и инновационной активностью.

Ключевые слова. Социализация, молодежь, ожидания, установки, высшее образование, политическая активность, инновационная активность.

Всероссийская научная конференция " Молодежь, устремленная в будущее", организованная кафедрой " Политология, социология и связи с общественностью" Ульяновского государственного технического университета, посвящена широкому кругу вопросов, связанных с социализацией молодежи в современном обществе, ее инновационной и политической активностью, участием в решении самых разнообразных общественных проблем. Проблематика, предложенная организаторами конференции, интересует ученых, практиков, студентов и аспирантов из разных городов Российской Федерации, о чем свидетельствует широкая география присланных на конференцию научных статей (было прислано 44 научных статьи из Москвы, Уссурийска, Тольятти, Ульяновска, Казани, Орла, Томска). Их работы, посвящены следующим аспектам : сущностная характеристика нового поколения, проблемы образования, воспитания, психического здоровья молодежи, ее инновационный потенциал, востребованность на рынке труда, профессиональная адаптация, здоровый образ жизни нового поколения

Значительная доля авторов из Уссурийска, Томска, Саранска, Тольятти исследует в своих работах проблемы, связанные с социализацией молодежи (А.А. Гагаев, Е.В. Желнина, Е.А. Пазенко и др.). Например, А.А. Гагаев (Саранск) ставит в своей статье актуальный вопрос: каковы причины жестокого поведения подрастающего поколения в современном обществе? Автор приходит к выводу, что в образовательной сфере сегодня отсутствует защитная среда для ребенка от конфликтов реальной жизни и дает рекомендации для решения этой проблемы[5].

Интересное исследование по схожей проблеме было предложено молодым исследователем С.В. Нечаевой (Томск), посвященное профилактике причин суицидального поведения школьников Томской

области. За последние годы самоубийством покончили жизнь свыше 14-ти тысяч несовершеннолетних, проживающих в Томской области. Распространёнными причинами самоубийств являются семейные конфликты, неразделенная любовь, неприязнь в обществе и низкая самооценка подростка. Ученым были предложены индикаторы суицидального риска, которые, по мнению автора, необходимо учитывать работникам образовательной сферы для диагностики суицидального риска у учащихся [9].

Политической и инновационной активности молодежи посвящены исследования Т.В. Антоновой (Орел), А.В. Седлецкого (Пенза), Т. Н. Ивановой (Тольятти), Д.А.Беликовой (Москва). Так, А.В. Седлецкий изучает процесс воздействия средств массовой информации на инновационную деятельность молодежи, показывая на конкретных примерах результат такого воздействия. Автор делает вывод, что для реализации инновационного потенциала креативной молодежи большую роль играет информационная среда, имеющая необходимые условия и разнообразные качественные линии развития [10].

А Т.Н.Иванова анализирует концептуальную инновационную модель экологической системы Самарского региона, разработанную молодыми учеными [8]. Молодой исследователь Д.А. Беликова посвятила свою статью функциям управления волонтерской общностью на макроуровне. Она отмечает, что существует проблема взаимоотношений государства и волонтеров и необходимы партнерские отношения, основанные на поддержке со стороны государства и ответственном исполнении волонтерской работы добровольцами [3].

В поле зрения авторов из Ульяновска находится и проблема здорового образа жизни молодежи (Д.Ю. Будылев, В. А. Куклев, О.А. Нечаева, Д.З. Измайлова и др.). В.А. Куклев уделяет внимание профессиональной безопасности, которое, по его мнению, сегодня служит основой здорового образа жизни молодого поколения [7]. Исследователи О.А. Нечаева, Д.З. Измайлова анализируют причины аллергических профессиональных заболеваний молодых работников различных видов экономической деятельности и приходят к выводу о том, что основными причинами их возникновения являются неблагоприятные условия труда и необходима государственная политика для обеспечения здорового образа жизни молодых работников, поскольку ежегодно регистрируется порядка 7 тысяч работников с впервые установленным диагнозом профессионального заболевания [2].

Молодой исследователь Е.А.Акименко (Орел) изучает здоровый образ жизни как ценностную ориентацию студенческой молодежи. Согласно проведенному им исследованию, лишь 12,2 % опрошенных студентов ведет здоровый образ жизни, однако выявлено

положительное отношение к ведению ЗОЖ, не подкрепленное конкретными действиями[1].

Безусловно, в поле зрения современных ученых находится и проблема востребованности молодых специалистов на рынке труда и формирования профессиональных компетенций работников. Изучению данного круга вопросов посвятили свои статьи авторы из Иркутска, Пензы. Г. Б. Кошарная, Н. В. Корж (Пенза) анализируют актуальную тему, связанную с причинами низкой занятости молодых специалистов и включенности их социально-трудовые отношения. Они показывают, что по данным Росстата уровень безработицы среди трудоспособного населения на 2017 год составляет чуть более 5%. Однако наибольшая доля безработных приходится на такую категорию, как молодежь, что порождает относительную депривацию молодых специалистов как социальной группы. Исследователи подчеркивают, что отсутствие должного внимания к данной проблеме может способствовать росту преступности, социальному расслоению, а как следствие, к социальной напряженности[6].

Молодой автор К.Э. Вольф (Иркутск) уделяет внимание роли досуговой деятельности в развитии профессиональных компетенций у молодых специалистов. Он делает вывод о том, что активная досуговая деятельность способствует развитию личностных качеств, которые в дальнейшем могут благоприятно способствовать в профессиональной деятельности. Например, с помощью художественной деятельности можно развить целеустремленность, креативность[4].

Таким образом, всех исследователей интересует общий вопрос: что собой представляет современная молодежь, какова ее социальная идентичность? Надеемся, что организованная нами конференция позволит дать ответы на эти вопросы.

Список литературы

1. Акименко, Е.А. Ведение здорового образа жизни как ценностная ориентация студенческой молодежи / Е.А. Акименко // Молодежь, устремленная в будущее: сборник научных трудов.- Ульяновск: УлГТУ, 2018.

2. Аллергические профессиональные заболевания работников – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ucrazvitie.ru/> – Загл. с экрана.

3. Беликова, Д.А. Функции управления в добровольческой среде / Д.А. Беликова // Молодежь, устремленная в будущее: сборник научных трудов.- Ульяновск: УлГТУ, 2018.

4. Вольф, К.Э. Роль досуговой деятельности в развитии творческих и профессиональных компетенций у молодых специалистов / К.Э. Вольф // Молодежь, устремленная в будущее: сборник научных трудов.- Ульяновск: УлГТУ, 2018.

5. Гагаев, А.А. Детский интеллект и основания агрессии школьников / А.А. Гагаев // Молодежь, устремленная в будущее: сборник научных трудов.- Ульяновск: УлГТУ, 2018.

6. Кошарная, Г. Б. Депривация молодых специалистов на рынке труда / Г. Б Кошарная, Н. В. Корж // Молодежь, устремленная в будущее: сборник научных трудов.- Ульяновск: УлГТУ, 2018.

7. Куклев, В. А. Изучение основ техносферной безопасности в модели смешанного обучения / В.А. Куклев, В.А. Глушков, Н.Н. Иванская // Электронное обучение в непрерывном образовании 2017. IV Международная научно-практическая конференция (Россия, Ульяновск, 12-14 апреля 2017 г.): сборник научных трудов. - Ульяновск: УлГТУ, 2017. - С. 299-307.

8. Иванова, Т.Н. Эколагерь как социальный феномен современного общества / Т.Н.Иванова // Молодежь, устремленная в будущее: сборник научных трудов.- Ульяновск: УлГТУ, 2018.

9. Нечаева, С.В. Профилактика причин суицидального поведения школьников Томской области / С.В. Нечаева // Молодежь, устремленная в будущее: сборник научных трудов.- Ульяновск: УлГТУ, 2018.

10. Седлецкий, А.В. Особенности мотивации инновационного поведения в постиндустриальном обществе // Управление реформированием социально-экономического развития предприятий, отраслей, регионов. Сборник научных статей VI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. 2015. - С. 139-141.

УДК 316.346

Алхасов Ш.А.

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. В статье раскрываются особенности профессионального определения молодежи; выделяется внимание выпускников школ к профессиям в сфере информационных технологий

Ключевые слова. Профессиональное самоопределение, реализация жизненных планов выпускников школ

Конкурентный рынок труда в России конца 90-х и начала 2000-х годов XX века выявил проблемные ситуации, связанные с невостребованностью получаемых специальностей, где профессиональная валидность большинства молодежи, очевидно,

находилась в подвешенном положении. Дефицит актуальных знаний, умений и навыков, в т.ч. практических и инструментальных, привел к высокой доле нетрудоустроенных молодых специалистов [1].

Так, потребности *рыночной* экономики и производства актуализировали проблемы подготовки кадров на всех ступенях образования. Актуальность этой зависимости находит отражение и сегодня: в риторике ученых, представителей законодательной и исполнительной власти высшего уровня, в документах стратегического государственного планирования. Обсуждается широкий круг вопросов экономической и социальной политики, здравоохранения, образования и науки, обеспечения граждан доступным жильем и повышения качества услуг ЖКХ, совершенствования системы госуправления, а также развития Вооруженных сил. Сегодня мы можем говорить об изменении потребностей уже *цифровой* экономики, а это в первую очередь создание и организация среды и условий для развития собственно *цифровой* экономики, «в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности, что повышает конкурентоспособность страны, качество жизни граждан, обеспечивает экономический рост и национальный суверенитет»[2].

Программа правительства «Цифровая экономика Российской Федерации» реализуется как одно из воплощений более широкого и масштабного проекта – Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы» (далее – Стратегия). Стратегия, помимо прочего, направлена на создание условий для развития общества знаний в Российской Федерации, на тесное и эффективное взаимодействие субъектов отраслей экономики, кадровой составляющей, научно-образовательного сообщества, государства и граждан. Стратегия дает определение как информационному обществу и общество знаний, так и цифровой экономике, и ее экосистеме:

«информационное общество - общество, в котором информация и уровень ее применения и доступности кардинальным образом влияют на экономические и социокультурные условия жизни граждан»;

«общество знаний - общество, в котором преобладающее значение для развития гражданина, экономики и государства имеют получение, сохранение, производство и распространение достоверной информации с учетом стратегических национальных приоритетов Российской Федерации»;

«цифровая экономика – хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа

которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг»;

«экосистема цифровой экономики – партнерство организаций, обеспечивающее постоянное взаимодействие принадлежащих им технологических платформ, прикладных интернет-сервисов, аналитических систем, информационных систем органов государственной власти РФ, организаций и граждан» [3].

Успешная реализация задачи обеспечения всеобщего доступа к информационным и коммуникационным технологиям и распространения их на традиционные социальные институты актуализирует проблему эффективного кадрового потенциала. На чьи плечи ляжет обеспечение работоспособности экосистемы цифровой экономики (модернизированной отрасли). Какими инструментальными знаниями и практическими навыками должен обладать работник, специалист, профессионал? Решения этих проблем частично оговариваются в пунктах Стратегии, направленных на формирование *информационного пространства знаний*. Оно «...осуществляется путем развития науки, реализации образовательных и просветительских проектов, создания для граждан общедоступной системы взаимоувязанных знаний и представлений, обеспечения безопасной информационной среды для детей, продвижения русского языка в мире, поддержки традиционных (отличных от доступных с использованием сети «Интернет») форм распространения знаний.» [3]. К тому же информационное пространство знаний требует «осуществлять разработку и реализацию партнерских программ образовательных организаций высшего образования и российских высокотехнологичных организаций, в том числе по вопросу совершенствования образовательных программ» [3], что, в свою очередь, ставит задачи перед профильными органами. Здесь снова к отрасли образования и науки направлен взор Стратегии: «Ключевыми направлениями повышения конкурентоспособности российских информационных и коммуникационных технологий являются: а) развитие науки, техники, технологий; б) подготовка квалифицированных кадров в сфере информационных и коммуникационных технологий;» [3].

Итак, перед системой образования стоит стратегический вызов по решению амбициозных задач обеспечения отраслей квалифицированными кадрами. В связи с этим, важен вопрос общественного воспроизводства в условиях перемен и обеспечения стабильности и целостности, где существенно актуализируется воспроизводственная функция молодежи. Особое место занимает возможность выбора профессии как условие жизненного самоопределения личности и успешной интеграции ее в общество.

Обеспечение запланированного создания миллионов высокопроизводительных рабочих мест видится в развитие человеческого потенциала, развитии молодежи как фактора общественного воспроизводства. Однако, насколько высок действующий разрыв между рынком труда и образованием? Какие задачи необходимо решить для сокращения этого разрыва? Эффективный труд и успешное функционирование рабочей силы должны стать целью интересов как работодателя, так и наемных работников. Трудоустройство выпускников и обеспечение потребностей предприятий в квалифицированных кадрах в условиях развития информационного общества в краткосрочной перспективе поднимет ряд вопросов, одним из которых является вопрос о профессиональном самоопределении молодежи. Перспективным решением проблемы включения подрастающего поколения в общественные структуры видится модернизация на уровнях общеобразовательной школы, среднего профессионального образования и высшего профессионального образования.

Выбор профессии молодым человеком это всегда разрешение противоречия между субъективными предпочтениями и внешней по отношению к нему социальной ситуацией. Профессиональное самоопределение сегодня все чаще определяется не индивидуальными факторами, такими как призвание, интерес к профессии, сколько общественными, внешними (материальные затруднения, престиж). Внедренная система ЕГЭ, где есть возможность выбора нескольких вузов, поспособствовала размыванию мотивации в выборе профессии. Недобор в образовательные учреждения среднего профессионального образования, которые выпускают специалистов рабочих профессий, наиболее востребованных сегодня на рынке труда, частично можно определяется не только системой ЕГЭ, но и свертыванием системы профессиональной ориентации школьников. Это одни из причин существующего дисбаланса между образовательной системой и рынком труда [4].

Российский рынок труда, требующий сегодня, прежде всего, инженерные, рабочие, индустриальные профессии, имеет характерную особенность: включение молодежи в профессиональное сообщество видится более сложным и продолжительным, чем прежде. Это связано с тем, что молодое поколение дольше остается в системе образования, тяжело находит себя на трудовом поприще, материально зависит от родителей. Несогласованность действий таких важнейших институтов социализации, как образование и профессионально-трудовая занятость, ввиду отсутствия планирования подготовки кадров, порождает невостребованность обществом квалифицированных кадров из числа молодежи. Озабоченность студентов проблемой дальнейшего трудоустройства заставляет их совмещать учебу с работой не только ради дополнительного заработка, но и для обеспечения опыта в резюме

для будущего работодателя. Нетрудно представить, как может отразиться подобный подход на качестве образования. Опасность невозможности самоопределения во «взрослой жизни» заключается в негативных, девиантных последствиях: преступления, насилие, алкоголь, наркотики, самоубийство. Значимость труда для существования личности и общества, трудовые ценности недостаточно отражена в системе ориентации школьников и студентов [4].

Учитывая текущую нестабильность между образованием и рынком труда, очевидна необходимость утверждения и реализации комплекса мер по стабилизации актуальных проблем и, в дальнейшем, качественного скачка в обеспечении стратегических запросов государства и общества.

Список литературы

1. Социальная политика в постсоциалистическом обществе: Задачи, противоречия, механизмы. М.: Наука, 2001.
2. Распоряжение правительства Российской Федерации Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» от 28 июля 2017 года №1632-р (<http://government.ru/docs/28653/>).
3. Указ президента Российской Федерации «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» (<http://www.kremlin.ru/acts/news/54477>).
4. Семенова Л. А. Особенности профессионально-трудового самоопределения молодёжи // Вестник Института социологии. 2011. № 2. С. 87-105

УДК 316.353

Т. В. Антонова

(Орел, Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

СПОРТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЦЕССА СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Автором рассматриваются спортивное волонтерство, способствующее процессу социализации молодых людей.

Ключевые слова. Спортивное волонтерство, волонтерство, волонтерская деятельность, волонтер, спортивный волонтер, молодежь, молодежная среда, социальная активность.

В настоящее время актуальность темы волонтерства в молодежной среде не вызывает сомнения. Ведь «волонтерство представляет собой «социальный лифт» для развития активности всех социальных групп без исключения, в том числе и молодежи» [1, с. 23], которая является «наиболее активной мобильной группой» [11, с. 360] и «определяет завтрашнее общество» [7, с. 600].

Волонтерство выступает как форма проявления активности [6], представляет тренд и неотъемлемую часть современного общества [2]. Кроме того, волонтерство способствует процессу социализации, под которым М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги понимают «создание государством благоприятных условий для успешной интеграции молодого поколения в культуру современной цивилизации, нравственные, этнические и религиозные традиции, принятые им как ценности этических и правовых норм, общегуманистических принципов образа жизни общества, а также целостного мировоззрения, являющегося для государства системообразующим» [5, с. 6].

Одним из основных направлений волонтерства является спортивное волонтерство [15], которое популярно как в Российской Федерации, так и во всем мире. Спортивное волонтерство М. В. Певная и Д. Ф. Телепаева определяют как вид серьезного досуга и социальное направление, важное для продвижения отдельных территорий и значимое для регионального развития [9, с. 180].

Н.И. Горлова предлагает следующее определение термина «спортивное волонтерство» - «волонтерская (добровольческая) деятельность, связанная с участием в организации и(или) проведении физкультурных и спортивных мероприятий городского, регионального, федерального и международного уровней на территории Российской Федерации, проектов и(или) программ по популяризации спорта и пропаганде здорового образа жизни» [4, с. 9]. Следует отметить, что масштабность мероприятия прямо пропорционально влияет на количество привлекаемых волонтеров от нескольких десятков до сотни тысяч человек. Спортивное волонтерство за последнее время «оформляется в отдельный социальный институт, со своими моделями поведения, социальными статусами, идеологией, системой поощрений и санкций» [4, с. 7].

На открытии Международного спортивного форума «Россия – спортивная держава» в Ульяновске председатель Совета Ассоциации волонтерских центров Артем Метелев отметил, что в нашей стране спорт играет ключевую роль в развитии волонтерского движения. «Спорт – это такая сфера, к которой привлечено огромное внимание средств массовой информации и миллиардов людей, следящих за спортивными соревнованиями по всему миру, поэтому он является ... триггером к движению добровольчества. Однако, несмотря на то, что много лет наша страна занимает лидирующее место в мире по развитию

волонтерских программ, что подтверждает оценка Международного олимпийского комитета и других оргкомитетов крупных мероприятий, есть еще ряд вопросов, нуждающихся в регулировании и обсуждении» [16].

Спортивное волонтерство – одна из разновидностей молодежного волонтерского движения. Ни одно крупное спортивное мероприятие не обходится без эффективной и хорошо спланированной работы волонтеров. Несмотря на широкий спектр направлений их деятельности, главной задачей выступает создание запоминающегося имиджа и незабываемой доброжелательной атмосферы спортивного мероприятия – нужного настроения для его участников и ощущения настоящего праздника для зрителей и болельщиков.

На добровольной основе спортивные волонтеры безвозмездно:

- 1) участвуют в подготовке спортивных объектов к спортивным состязаниям и праздникам;
- 2) обеспечивают спортсменов, зрителей, болельщиков актуальной информацией о предстоящих мероприятиях;
- 3) отвечают за наполнение информационных стендов в гостиницах;
- 4) осуществляют регистрацию (аккредитацию) участников;
- 5) встречают в аэропорту (на вокзале);
- 6) сопровождают команды;
- 7) работают в штабе оргкомитета;
- 8) работают в пресс-центре;
- 9) обеспечивают питание и т.д. [8, с. 22-23].

Спортивное волонтерство позволяет молодым людям приобрести опыт работы на крупных мероприятиях, познакомиться с молодыми людьми других стран и регионов, со спортивной элитой мира, получить практику общения на иностранном языке. Как отмечает О. В. Шиняева, спортивное волонтерство важно не только для организации спортивных мероприятий, но и необходимо для совершенствования программ гражданского участия населения в решении актуальных проблем общества. Кроме того, исследователь заявляет о совершенствовании мер поддержки волонтеров и разработке системы мотивирования, что в совокупности позволит увеличить масштаб охвата территорий волонтерским движением в сфере спорта, включающим гуманистические ценности и идеи [14, с. 131].

А.В. Шафикова и Г.В. Галавова, рассматривая аспекты волонтерской деятельности и спортивного волонтерства в частности: влияние волонтерства на конкретно-историческую ситуацию, сложившуюся в обществе, и влияние волонтерства на саму личность молодого человека, включающегося в данную деятельность, утверждают, что волонтерская деятельность способствует решению противоречий современного многонационального и мультикультурного общества и формированию толерантной личности [13, с. 290].

Спортивные соревнования для волонтеров, с позиции Я.С.Тихоновской, Т.А. Мартиросовой и К.М. Евсюковой, «полезный и ценный опыт работы», прекрасная возможность определить свои способности, таланты, свой жизненный путь, выбрать будущую профессию [12, с. 52].

Плюсы спортивного волонтерства заключаются и в экономии денежных средств. Так, проведенный А.В. Починкиным, И.Л. Димитровым, А.О. Зайцевым сравнительный анализ стоимости труда 60 волонтеров и 60 наемных работников в период проведения зимних Олимпийских игр в Сочи в гостиничном комплексе, рассчитанном на 600 гостей, позволил исследователям установить, что привлечение волонтеров, позволяет получить существенную экономию денежных средств. Согласно данным исследования затраты на оплату труда платных сотрудников были бы в размере 1 475 900 руб. В то время как затраты на содержание волонтеров - 746 000 руб. В Сочи размер ежемесячных трат на содержание одного волонтера составлял 11 300 руб. (проживание (в общежитии в комнате на 4-х человек) – 2 500 руб.; трехразовое питание – 6 000 руб.; униформа – 1 200 руб.; транспорт – 700 руб.; медицинское обслуживание – 900 руб.). При этом сумма затрат на содержание одного волонтера величина постоянная, а зарплата наемных работников в зависимости от квалификации, стажа, заслуг, премий, разного рода бонусов может отличаться в сторону увеличения [10, с. 222].

Как отмечает И.В. Бганцева, несмотря на то, что в целом волонтерство – «мощное общественное движение, имеющее свои объединения и ассоциации во всех странах мира, но давно уже преодолевшее как национальные границы, так и сферу применения волонтерского труда», в нашей стране волонтеры «не имеют единой поддержки со стороны государства и объединены только общим принципом – помогать людям», этим обстоятельством исследователь объясняет недостаточную популярность волонтерства в Российской Федерации по сравнению с другими странами [8, с. 15].

В современном обществе, как отмечают М. М. Бакшаев и Л.В. Тарасова, распространена ориентация на денежное и материальное благополучие, что делает идеи альтруизма необычными для многих людей. Но при этом исследователи утверждают, что опыт деятельности в спортивно-культурной сфере позволит поменять отношение к волонтерству, а развитие и популяризация спортивного волонтерства с помощью распространения информации о привлекательных аспектах деятельности сформируют положительную социальную репутацию волонтерской практики [3, с. 11].

Таким образом, можем отметить, что спортивное волонтерство выступает как составляющая процесса социализации молодых людей, в то же время позволяет решать конкретные социальные задачи.

Список литературы

1. Антонова, Т.В. Волонтерство в России: возможности для молодежи / Т.В. Антонова // Молодежь в современном мире: проблемы и перспективы: сборник материалов XIV Международной научно-практической Интернет-конференции, 28–31 мая 2018 г. / Башкирский институт социальных технологий (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений» - Центр ЮНЕВОК в Российской Федерации. - Уфа: Изд-во БИСТ (филиала) ОУП ВО «АТ и СО», 2018. – С. 23-25.
2. Антонова, Т.В. Культурное волонтерство: социальная сущность и основные задачи / Т.В. Антонова // Культура, наука и искусство – современные векторы развития вуза культуры : материалы международной науч.-практ. конф. (г. Орел, 15-16 марта 2018 г.) / гл. ред. Н.А. Паршиков; ред. колл.: Е.В. Махонин, О.О. Борисова, А.В. Михайлина, Г.В. Якушкина. – Орел: Орловский гос. ин-т культуры, 2018. – С. 73-76.
3. Бакшаев, М.М. Мотивация в спортивном волонтерстве / М. М. Бакшаев, Л.В. Тарасова // Теория и практика физической культуры. - 2014. - № 11. - С. 11.
4. Горлова, Н.И. Мир спортивного волонтерства Н.И. Горлова. – М.: ГБУ города Москвы «Мосволонтер», 2018. – 108 с.
5. Горшков, М.К. Молодежь России: демографические тенденции историческое сознание / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги // Мониторинг общественного мнения. – 2009. - № 6(94). - С. 5-36.
6. Игнатова, Т.В. Волонтерство как форма проявления активности в молодежной среде / Т.В. Игнатова // Современные проблемы регионалистики: сборник по материалам II Мерцаловских чтений. В 2-х томах. Под редакцией П.А. Меркулова. - Орел: Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС, 2016. - С. 48-49.
7. Меркулов, П.А. Духовно-нравственные ценности современной молодежи // П.А. Меркулов // Духовно-нравственная культура в высшей школе: нравственные ценности и будущее студенческой молодежи: материалы V Международной научно-практической конференции в рамках XXVI Международных Рождественских образовательных чтений. Москва, 23 января 2018 г. – М.: РУДН, 2018. – С. 600-603.
8. Опыт развития спортивного волонтерства в России и за рубежом: Монография / авт. коллектив: Л. А. Комлева [и др.]; под ред. канд. филол. наук, доц. Ж.В. Фоминой: ФГБОУ ВО «Волгогр. академия физ. культуры», кафедра ин. языков. – Волгоград: ООО «Сфера», ФГБОУ ВО «ВГАФК», 2017. – 158 с.
9. Певная, М. В. Потенциал спортивного волонтерства в личностном развитии студентов Уральского федерального округа / М. В. Певная, Д. Ф. Телпеаева // Трансформация человеческого потенциала в контексте

столетия / Под общей редакцией проф. З. Х. Саралиевой: В 2 т. Т 1. – Нижний Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2017. - С. 179–183.

10. Починкин, А.В. Спортивное волонтерство с позиции коммерческой выгоды организаторов соревнований / А.В. Починкин, И.Л. Димитров, А.О. Зайцев // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. - 2015. - № 11 (129). - С. 219-223.

11. Проказина, Н.В. Миграционные настроения молодежи в регионах России / Н.В. Проказина // Материалы VII международной социологической Грушинской конференции «Навстречу будущему. Прогнозирование в социологических исследованиях», 15–16 марта 2017 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. - М.: АО «ВЦИОМ», 2017. - С. 360-363.

12. Тихоновская, Я.С. Спортивное волонтерство как одна из важных составляющих проведения спортивных состязаний международного уровня / Я.С.Тихоновская, Т.А. Мартиросова, К.М. Евсюкова // Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири. - 2016. - № 4. - С. 48-55.

13. Шафикова, А.В. Спортивное волонтерство как вид деятельности, направленный на формирование толерантной личности в молодежной среде / А.В. Шафикова, Г.В. Галавова // Проблемы современного педагогического образования. - 2018. - № 58-1. - С. 287-290.

14. Шиняева, О. В. Спортивное волонтерское движение в современной России / О. В. Шиняева // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2017. – № 3. – С. 126–132.

15. Силенко, Ю. Основные виды волонтерства. – Ю. Силенко. - URL: <http://volonter-school.ru/2016/04/osnovnye-vidy-volonterstva/> (дата обращения: 15.10.2018).

16. Спортивное волонтерство в России как часть общественной жизни страны // Международный спортивный форум «Россия – спортивная держава»: офиц. сайт. - URL: <http://sportforumrussia.ru/news/main/sportivnoe-volonterstvo-v-rossii-kak-chast-obshchestvennoy-zhizni-strany/> (дата обращения: 15.10.2018).

УДК 177

А.А.Гагаев

(Саранск, Мордовский госуниверситет)

П. А.Гагаев

(Пенза, Пензенский государственный университет)

ДЕТСКИЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ОСНОВАНИЯ АГРЕССИИ ШКОЛЬНИКОВ

Аннотация. В модели эволюции (синтетическая теория эволюции, ортогенез и анастомоз, ароморфоз, эпигенез, коэволюция, анагенез, борьба за выживание, изменчивость, естественный отбор потомков и их число, дифференциация видов, наследование) социальный отбор

на основе прав человека ведет к отключению психогенетических систем МПО (медиальная преоптическая область роstralной части гипоталамуса) и ВМПК (вентро-медиальная префронтальная кора), стимулируя развитие скорлупы - эффективности и порождая рождение на генетической основе все более социально-порочных поколений и рост их неспровоцированной агрессии.

Ключевые слова. Психофизиологическая дуга, дуга сознания, психогенетическая дуга, зоны мозга, вид *homo sapiens*, вид *homo debilis*.

Почему нарастают проблемы воспитания и жестокость поведения школьников в отношениях друг друга и учителей в школе и вне ее? Простое объяснение состоит в ссылке на нарушения в психике детей и недоработки системы воспитания и образования, учителей. Однако это ложное объяснение. Реальное же объяснение состоит в том, что в школе отсутствует защитная среда для ребенка от конфликтов реальной жизни, семьи. Школа должна формировать идеальную среду, защищающую и исправляющую ребенка. А что мы имеем в реальности в школе?

Конфликтность и агрессия нарастают по экстернальным и интернальным основаниям. Экстернальные основания агрессии школьников и учителей следующие.

Школа является концентрацией пяти социальных конфликтов: социального (бедные и богатые), этнорасового, конфессионального, коммуникативного, учебного в силу дефективности детей, учителей, буржуазии, наличия в школе инвалидов, криминальных детей с наследственным уже преступным характером, большим неравенством учеников в способностях, осуществляя расово-этническую деидентификацию и деидентичность, стремясь сформировать способного жестокого конкурента и потребителя в полном отсутствии формы коллективности и перфекции, не являясь защитной средой и демонстрируя безнаказанность агрессии и насилия, несправедливости вообще, в оценках и возможностях. Эти пять конфликтов среда для еще 9 конфликтов: конфликт учителя и ученика на основе отсутствия меры в оценивании; ученик - старшее поколение; учитель -учитель; учитель - администрация; ученик - родители; учитель - родители; полодемографический конфликт; конфликт с самим собой; как итог - конфликты учеников с учениками. Фактически дети и учителя в школе находятся в условиях дистресса.

Интернальные основания роста агрессии в школе учеников и учителей носят психогенетический характер. Структура формы жизни (разделение труда и специализация, частная собственность, власть), предметов в воспитании и образовании и организация учебного материала разрушает генетическую основу операций в типе ЦНС и сами типы ЦНС - генерирование избыточной информации и энергии как

субстратной основы развития творческой способности, проработку системы генов: FOXP2 (язык и речь как синтетическая ВПФ), 7RDRD4 (открытие и изобретение), c-fos (новизна, открытие и изобретение), OXTR (коллективный интеллект), egr1 (немедленное наследование в обучении), ASPM (объем и структура мозга), MCPH1 (объем и структура мозга), тормозят зоны дома и страха, этнической идентичности и идентификации; питания; манипулирования; оценки; принятия решения; хвостатого ядра (общая польза), скорлупы (эффективность, эта зона увеличивает активность, поддерживаемая жадностью собственности и власти), островка (чувство несправедливости); актуализацию ассоциативной зоны внимания (воли и идентичности и идентификации, внимания), ассоциативно-ориентировочной зоны (левое полушарие - локальное пространство и время, правое - космос и бесконечность времени), зрительно ассоциативную зону (дорсальное и вентральное восприятие), лингво-концептуальную зону, центр общего понимания и принятия решений; зеркальных нейронов (отождествления-различения и моделирование), дофаминэргическую систему D₁ и D₂-дианоэтические и мистические наслаждения (актуализируется лимбическая система, гипоталамус-возбуждение и торможение, миндалина страха, гиппокамп - обучаемость и память жизни) тождества с Христом и смерти-жертвы за веру-истину-справедливость-равенство, актуализируя или тормозя в данном случае системы МПО и ВМПК, отвечающие за сострадание, сорадование, любовь, чувство вины и стыда, правовое чувство, зависть. В целом нарушатся наследование: прямое, эпигенетическое, в материнских эффектах, в обучении, немедленное. Развиваются болезни латах, эхолоалия, эхопраксия, дислексия, заторможенность, апраксия, идеаторная апраксия, агнозия, прекрастинация, мизонеизм, энантность, синдром Вильямса, деградируют ВПФ обучаемости и развиваемости, логическая функция рефлексии и суждения. Идет процесс исчезновения биологического вида homo sapiens и становление биологического вида homo debilis [4].

Следствием обозначенных процессов является развитие порочности новых поколений по генетическим основаниям в феноменологии социального поведения. Формируется наследуемый преступный характер.

1. Притеснение слабого, отказ в помощи.

2. Усугубление беды другого человека.

3. Неуважение к высшим (в иерархии, по И.Бентаму). Мы полагаем, это неуважение к высшим по духу и уму со стороны посредственности. Принцип равенства, полагает И. Бентам, принцип анархии [1]. Нет, этот принцип – идеал, который смягчает естественное и экономическое неравенство, потому он, как идеал и провозглашен целями Декларации о правах человека. А что касается принципа анархизма, т.е. суть - отрицание монизма и централизма

государства, мирового государства, государственного насилия и естественные формы таксономии в пространстве-времени.

4. Неоправданная жестокость (нет сострадания и сорадования).

5. Обдуманная жестокость. Злая воля, испорченная воля.

6. Сговор лиц против одного человека (трусливая жестокость).

7. Обман.

8. Нарушение доверия.

И. Бентам справедливо пишет, что обман и нарушение доверия основаны на неуважении к истине и стремлению преодоления лжи. «Истина есть одна из первых потребностей человека, это одна из стихий нашего существования, необходимая для нас, как дневной свет» [1, с. 207]. Мы действуем на основе познания фактов многими людьми и должны доверять им. Если наше доверие обманывается, то общество перестает существовать.

9. Неуважение к истине.

10. Упорство во зле и лжи, самооправдание, тщеславие.

Таковы психогенетические и моральные основания роста агрессии в школе.

Все эти психогенетические процессы, предвиденья Талмуда, Св. Писания, Махабхараты, св. Корана, если их рассматривать мифологически, абстрактно и каждый в отдельности кажутся мелкими и незначительными, но как целое они суть параметры исчезновения (в исчезновении рас и этносов) вида *homo sapiens* и его замещения дефективным видом *homo debilis*. Последний не только антикреативен, он не имеет систем ВМПК и МПО, хвостатого ядра и островка, но только форму скорлупы. При травмах ВМПК и МПО и работе скорлупы (эффективность) человек без колебаний при малейшем неудовольствии принимает решение об убийстве другого человека [3]. Человек уже заменен Палэсмуртом-Получеловеком как видом *homo debilis*. В этом виде человечество самоубивается. И люди и народы утрачивают здравый смысл и способность обучаться на своих и исторических ошибках.

Школа, таким образом, - структура естественного отбора, который деструктурирован социальным отбором на основе частной собственности, власти и иерархии. Произошла остановка и поворот вспять естественного и социального отбора в виде *Homo sapiens*. Это относится прежде всего к Западу, России и в меньшей мере к Востоку, где пока еще естественный отбор доминирует над социальным. На Западе за последние 20 лет число открытий на одного человека непрерывно сокращается, что как раз и есть следствие частной собственности, власти и модели деградирующего образования и воспитания. Это и есть процесс формирования вида *Homo debilis* как эволюционной ошибки, исправление которой состоит в вымирании рас, этносов и вида *Homo sapiens*. Что делать? Необходимо формирование

синтетического фундаментального этно-расового (эволюционное разнообразие генетики) интеллекта, как у человека 50 тыс. до н.э., который сам способен обучаться и перестраиваться. За счет сокращения часов и специализации в вузах выпускают работников, которые не способны творить, не способны перестраиваться. Между тем обновление знаний происходит на 100% за 5 лет. Поэтому готовить под определенные производства и технологии - верх глупости. В год исчезает и возникает до 80 тыс. профессий. Необходимо резкое расширение лет обучения - до 6-7 и развитие литературного языка как основания формирования вербального интеллекта, стимулирующего развитие общего и специального интеллектов, а также этнического интеллекта. Этнификация образования будет оптимизировать эволюционный процесс и отбор.

Список литературы

1. Бентам И. Введение в основание нравственности и законодательства. – М.: РОССПЭН, 1998. – 415 с.
2. Бурлак С. Происхождение языка: факты, исследования, гипотезы. - М.: Астрель: CORPUS, 2012. - 464 с.
3. Марков А. Рождение сложности. Эволюционная биология сегодня: неожиданные открытия и новые вопросы. - М.: Астрель: CORPUS, 2012. -527 с.
4. Марков А. Эволюция человека: В 2-х кн. Кн. 2. Обезьяны. Нейроны и душа. – М.: Астрель: CORPUS, 2012. -512 с.
5. Шмальгаузен И. И. Кибернетические вопросы биологии. - Новосибирск: Наука, 1968. -223 с.
6. Шмальгаузен И.И. Факторы эволюции. - М.: Наука, 1968. - 451 с.

УДК 316.32

Е.А. Данилова, Е.С. Тарханова

(Пенза, Пензенский государственный университет)

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье рассматривается молодежь как социально-демографическая группа, представляющая собой важнейший капитал страны, существенной характеристикой которой является способность наследовать, трансформировать и воспроизводить социокультурные нормы, традиции, образцы и модели поведения в социуме.

Ключевые слова. Молодежь как социально-демографическая группа, ценностные ориентации, жизненные стратегии.

Процессы глобализации и трансформации затрагивают все сферы жизнедеятельности современного общества – экономическую, политическую, социально-культурную, что предопределяет изменение системы ценностных ориентаций, жизненных стратегий, норм и моделей поведения молодого поколения.

В свою очередь, молодые люди являются социальной общностью, в которой сконцентрирован мощный потенциал, обеспечивающий развитие и реформирование общества - «инновационный потенциал молодежи». Так, И.М. Ильинский рассматривает это в контексте того, «что общество может дать молодежи (накопление и развитие ресурса), с одной стороны, и что молодежь должна дать сегодня обществу (каково состояние ресурса и как использовать этот ресурс для целей обновления России) – с другой» [2, с.103].

В настоящее время многогранность процесса формирования системы ценностных ориентаций молодежи обусловлена взаимопроникновением различных культур и субкультур, отсутствием единых норм и образцов поведения, особенностями социализации данной социально-демографической группы.

Актуальной проблемой изучения ценностей занимаются представители различных направлений научного знания: философы, психологи, социологи, педагоги, этнографы и другие. Так, Т. Парсонс называет ценности высшими принципами социального действия, которые обеспечивают объединение индивидов в сообщество и согласие внутри этого сообщества [4].

Ценности выражают роль фундаментальных норм, которые помогают осуществить выбор поведения в жизненно важных ситуациях, в том числе между целями рациональных действий, а также являются социальными индикаторами качества жизни. Они образуют смысловую основу норм повседневного поведения, через которую объединяют население всей страны в целостное общество [3, с. 70].

Так, исследования молодежи, проведенные под руководством М. К. Горшкова [1, с. 384-404], позволили условно разделить ее на подгруппы по приоритету ценностных ориентаций и притязаний, результаты которых представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Типы представителей молодежи, характеризующихся их различиями жизненных стремлений и ценностей

В условно первый тип «Семейный» (14%) входят молодые люди, для которых традиционными ценностями являются создание благополучной семьи и воспитание детей. Семья, круг близких, друзей для молодых людей являются важнейшим механизмом социализации и социальной адаптации.

Исследование современных проблем молодежи, позволило выявить, что одним из ведущих факторов формирования социального настроения молодежи выступает социальное положение (статус). Поэтому следует выделить группы «Предприимчивые» (20%) — молодые люди, которые считают, что им под силу создать собственный бизнес, достичь богатства и материального достатка.; «Максималисты» (19%) — люди, которые рассчитывают достичь успехов практически во всех сферах жизни; «Труженники» (17%) — это молодежь, которая стремится получить хорошее образование, престижную и интересную работу, заниматься любимым делом. Кроме этого, существует группа «карьеристов» (6%) — это представители молодежи, которые желают сделать карьеру, но не стремятся жить в свое удовольствие или быть самому себе хозяином.

«Отчаявшаяся» молодёжь (5%) — не считает возможным достичь каких-либо успехов, а «тщеславные» (1%) — имеют потребность быть знаменитыми и иметь доступ к власти.

Возможно, сделать вывод о том, что приоритетными ценностями для молодого поколения являются семья и близкие люди, друзья, карьера, свобода, равенство, интересная работа. Кроме этого, к значимым ценностным установкам данной группы относятся: борьба и отстаивание своих интересов и прав; интерес к жизни в меняющемся

обществе; счастье, успех и неудачи зависят от человека; выделяться среди других, быть яркой индивидуальностью; готовность к риску, инициатива, предприимчивость.

В ходе анализа было определено, что в ценностном сознании современного молодого поколения проявляется сохранение традиционно ценного отношения к семье, межличностным взаимоотношениям, но в тоже время актуализируются ценности нового времени – прагматизм, индивидуализм, успешность, материальное благополучие и независимость молодежи в социальном пространстве.

Очевидно, что важнейшим условием становления России в качестве независимого, процветающего социального государства является успешная социализация молодежи как особой социально-демографической группы и консолидация всех слоев и групп населения на основе общекультурных норм и единых ценностных приоритетов.

Список литературы

1. Горшков М. К. О жизненных планах российской молодежи: настоящее и будущее/ М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги // Россия и Китай: молодежь XXI века [монография] / отв. редакторы: М.К. Горшков, Ли Чунлинь, З.Т. Голенкова, П.М. Козырева. — М. Новый хронограф, 2014.
2. Ильинский И.М. Куда идти России. М.: Голос, 1995.
3. Лапин, Н. И. Кризисный социум в контексте социокультурных трансформаций / Н. И. Лапин // Мир России. – 2000. – №3.
4. Парсонс Т., Шилз Э., Олдс Д. Ценности, мотивы и системы действия. – М.: Академический Проект, 2002.

УДК 316.74:80

Е. В. Желнина

(Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ ВУЗА НА ОСНОВЕ ИЗУЧЕНИЯ ОЖИДАНИЙ АБИТУРИЕНТОВ В ОТНОШЕНИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В работе представлены результаты социологического исследования по изучению ожидания современных абитуриентов в отношении высшего образования. Результаты глубинного опроса дали возможность определить уровень информированности абитуриентов о реформах высшего образования в России, выявить критерии выбора высшего учебного заведения. На основе полученных данных разработаны рекомендации ормирования имиджевой политики вуза.

Ключевые слова. Социальные технологии, ожидания, установки, высшее образование, абитуриенты, социологическое исследование, анкетирование.

В настоящее время, как, впрочем, и во все времена, проблематика получения высшего образования и связанные с ней вопросы выбора профессии, направления подготовки и непосредственно вуза для продолжения обучения являются исключительно актуальными для абитуриентов. Поступать в вуз или пойти работать сразу после школы? Какой вуз выбрать и по каким критериям? Какие профессии будут актуальны через 4-7 лет? Эти и многие другие вопросы задают себе выпускники учебных заведений среднего образования. Знание ответов на эти вопросы также важно и сотрудникам вузов, для выстраивания эффективной маркетинговой стратегии по привлечению абитуриентов в ряды своих студентов. Данную работу следует основывать на функционировании в вузе социальной технологии – системы последовательно применяемых методов, средств и механизмов взаимодействия социальных субъектов в целях оптимального, с наименьшими управленческими и ресурсными затратами изменения их свойств, характеристик, состояний.

Социологическое исследование проходило в июне 2018 года в форме глубинного интервью. Выборка составила 26 респондентов. По своим характеристикам выборка является квотной, критерии отбора – выпуск из одиннадцатого класса учебного заведения среднего образования и желание продолжать обучение в вузе.

В процессе интервью проводились беседы с выпускниками одиннадцатых классов школ. Основной акцент был сделан именно на эти классы, так как в основной массе сложилась определенная стратегия в отношении продолжения обучения. Гендерное распределение опрошенных выпускников выглядит следующим образом: юноши – 47 %, девушки – 53 %. Полученные данные коррелируют со статистическим гендерным распределением по Самарской области в рамках данной возрастной группы.

Семьи респондентов проводимого исследования имеют традиции получения высшего образования: преобладают родители, имеющие диплом вуза. Мама с высшим образованием встречается чаще, чем со средним профессиональным. В два раза больше отцов, имеющих общее среднее образование.

Анализируя результаты обучения в средней школе респондентов, можно увидеть, что большое количество выпускников (52,6 %) учится на «хорошо» и «отлично», и только 3 % показали не очень хорошую успешность в учёбе. Любопытно рассмотреть успеваемость респондентов в контексте пола. Так, девушки показывают лучшие показатели в учёбе, нежели юноши.

Что касается материального положения, то абсолютное большинство (более двух третей) участников глубинного интервью оценили его как среднее. Около 5 % респондентов испытывают значительные материальные трудности.

Таким образом, участниками нашего исследования стали выпускники одиннадцатых классов школ, как правило, с хорошей успеваемостью, родители которых преимущественно имеют высшее образование и достаточно материально обеспечивают семью.

Участникам интервью были заданы вопросы об их информированности о реформах, проходящих в современной российской системе высшего образования. Показательно, что все информанты в той или иной степени осведомлены по этим вопросам. Интересно отметить, что успеваемость абитуриентов напрямую влияет на их информированность о реформе образования: отличники и хорошисты показывают большую компетентность в этом вопросе, возможно, потому что ответственны и планируют своё будущее заранее. Ученики, родители которых имеют дипломы о высшем образовании, более информированы об указанной проблематике, скорее всего, потому что старшее поколение этих семей отслеживают изменения в этой сфере, поскольку желают, планируют дать своим детям хорошее образование. Практически не оказывает влияния на информированность респондентов о сфере образования материальный достаток их семей. Скорее всего, это связано с тем, что молодые люди, находящиеся в затруднительном материальном положении, желают как можно быстрее самостоятельно зарабатывать, не планируя обучение в вузе.

Информантам социологического исследования были заданы вопросы о выборе ими профессии, направления подготовки, города и вуза для получения высшего образования. Две трети респондентов вполне определились с будущей профессией (а, соответственно и с направлением подготовки), а также с высшим учебным заведением. Это молодые люди из семей со средним достатком родителями преимущественно с высшим образованием, которые успешно закончили среднюю школу. Большое количество участников опроса утверждают, что родители их поддерживают и разделяют их выбор.

Для выполнения задач исследования нам необходимо было выяснить, на какой основе планируют получать высшее образование наши респонденты. Так, выяснилось, что в своем большинстве ориентируются на занятие бюджетного места абитуриенты, которые закончили школу на «хорошо» и «отлично». Но в то же время, в случае невозможности этого – семья готова оплатить это обучение по выбранной специальности в выбранном высшем учебном заведении.

Для выяснения долгосрочных образовательных планов абитуриентов мы попросили информантов подумать, какого образовательного уровня они хотели бы достичь. Были получены

достаточно разные ответы – от бакалавра до кандидата наук. Интересно, что успешность в обучении способствует установлению более амбициозных планов. Кроме того, материальное обеспечение семьи также (подобно успеваемости) влияет на долгосрочные планы респондентов исследования. Для формирования действенной социальной технологии в рамках маркетинговой политики вуза необходимо знание критериев, по которым абитуриенты выбирают высшее учебное заведение для продолжения обучения. Так информанты нашего социологического исследования показали, что наиболее значимыми являются такие характеристики вуза и его среды: наличие бюджетных мест, наличие интересующих современных специальностей, хорошие перспективы трудоустройства, наличие военной кафедры, имеющиеся стипендиальные программы для студентов.

Маркетинговая стратегия вуза – это технология управления процессом привлечения абитуриентов. Социальная технология представляет собой систему последовательно применяемых методов, средств и механизмов взаимодействия социальных субъектов в целях оптимального, с наименьшими управленческими и ресурсными затратами изменения их свойств, характеристик, состояний.

Маркетинговую стратегию вуза можно отнести к классу социальных технологий. В таком случае она представляет собой специально сконструированную, целеориентированную, последовательную систему методов, средств и механизмов привлечения абитуриентов, обеспечивающую эффективное выполнение вузом образовательных функций, оптимальное взаимодействие социальных субъектов, больших и малых социально-образовательных групп как внутри вуза, так и вне его.

Принадлежность маркетинговой стратегии вуза к классу социальных технологий вызывает необходимость строгого выполнения при ее создании основных принципов разработки социальных технологий: научности, прогрессивности, учета особенностей социальной ситуации, синергетичности, перспективности, оптимальности.

В результате анализа итогов глубинного интервью был сформирован ряд рекомендаций, оптимизирующих функционирование маркетинговой стратегии вуза как социальной технологии. Например, для привлечения как можно большего числа абитуриентов следует ориентироваться на среднее звено школы, так как у выпускников (одинадцатиклассников) уже сложилась определенная стратегия в отношении получения высшего образования. Кроме того, в проведении мероприятий акцент следует делать на семьи со средним достатком; при невозможности увеличивать количество бюджетных мест следует искать и предлагать другие меры материального вспомоществования: стипендиальными программами или скидками на оплату обучения.

Маркетинговая стратегия вуза – это технология управления процессом привлечения абитуриентов. Социальная технология представляет собой систему последовательно применяемых методов, средств и механизмов взаимодействия социальных субъектов в целях оптимального, с наименьшими управленческими и ресурсными затратами изменения их свойств, характеристик, состояний. Маркетинговую стратегию вуза можно отнести к классу социальных технологий. В таком случае она представляет собой специально сконструированную, целеориентированную, последовательную систему методов, средств и механизмов привлечения абитуриентов, обеспечивающую эффективное выполнение вузом образовательных функций, оптимальное взаимодействие социальных субъектов, больших и малых социально-образовательных групп как внутри вуза, так и вне его.

Принадлежность маркетинговой стратегии вуза к классу социальных технологий вызывает необходимость строгого выполнения при ее создании основных принципов разработки социальных технологий: научности, прогрессивности, учета особенностей социальной ситуации, синергетичности, перспективности, оптимальности.

УДК 316.74:80

Т.Н. Иванова, Ю.Ю. Заец

(Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА И ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В статье анализируется процесс глобализации, как многомерный и объективный процесс становления глобальной общности людей в масштабе всего человечества в единстве с природной сферой планеты, замещения локальных, изолированных форм и норм жизнедеятельности людей общемировыми, формирования единообразия, взаимодействия и взаимообусловленности различных сторон жизни отдельных континентов, стран, народов и людей в рамках единого мира. Авторы рассматривают интернационализацию образования, которая способствует сближению национальных систем.

Ключевые слова. Иностранный язык, глобализация, общество, интернационализация, изменение, образование, коммуникация, сотрудничество, культура, пространство, концепция, политика.

Работа выполнена в рамках гранта РФФИ проект № 17-46-630560 «Концептуальная инновационная модель социо-эколого-экономической системы Самарского региона».

Мировым феноменом последних десятилетий являются два процесса, неразрывно связанных друг с другом – это глобализация и интернационализация общества. Данные явления тесно связаны с технологическими и социальными изменениями, которые происходили в последней четверти XX в.

Процесс глобализации, наблюдаемый всем миром, означает многомерный, объективный процесс становления глобальной общности людей в масштабе всего человечества в единстве с природной сферой планеты, замещения локальных, изолированных форм и норм жизнедеятельности людей общемировыми, формирования единообразия, взаимодействия и взаимообусловленности различных сторон жизни отдельных континентов, стран, народов и людей в рамках единого мира, в условиях распространения принципов свободы личности, а также открытости и устранения барьеров на пути к установлению материальных, интеллектуальных, духовных, этических, эстетических и иных форм общения между людьми [1]. Данное определение лишний раз доказывает нам обширность, широкомасштабность и разноплановость данного явления, его сложную структуру и содержание.

Всеобщая унификация позволяет разрушить барьеры, которые ранее затрудняли движения технологий и капиталов, а также информации и интеллектуальных достижений. Благодаря глобализации наряду с коммуникацией и сотрудничеством между нациями происходит и всеобщее разделение труда. Появление образованного общества поспособствовало развитию глобализации, которая стала уже характерной чертой как общественного, так экономического и культурного пространства.

Наряду с глобализацией происходит другой процесс, который приводит к массовым преобразованиям общества – интернационализация. Основа интернационализации – кросскоммуникация и обмен между разделенными народами. Если мы обратимся к определению, которое дают нам исследования Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), то увидим, что интернационализация образования на всех уровнях (национальном, секторальном и институциональном) – это процесс, который подвергает цели, функции и организацию предоставления образовательных услуг международным измерениям. В сфере высшего образования, как правило, в интернационализации выделяют два аспекта.

Благодаря международному межвузовскому сотрудничеству стало возможным проводить программы обмена для студентов и

преподавателей, совместные исследовательские проекты, специализированные программы, предназначенные для иностранных студентов [2].

Интернационализация образования способствует сближению национальных систем. Этот процесс помогает находить в них общие универсальные компоненты, общие основания, из которых и складывается разнообразие национальных культур, тем самым взаимообогащая данные национальные системы.

Если глобализация – это относительно новый феномен в обществе, то интернационализацию мы можем наблюдать намного ранее. Зарождение идеи кросскультурного сотрудничества началось еще в XVII в., и проявлялось оно в таких областях, как искусство, наука, образование. Сейчас в современном мире международное сотрудничество набирает новые обороты и распространяется повсеместно, что способствует появлению его новых форм.

Несомненно, процессы глобализации оказывают влияние на функционирование индивида в обществе, тем самым создавая новые модели социального поведения, условия успешной адаптации и социальной мобильности, которые предполагают знание иностранного языка.

В последнее время особенно увеличилась потребность регионов России в высококвалифицированных специалистах, которые владеют иностранными языками. Всему этому способствовало развитие международных деловых контактов, вступление России в ВТО, интенсивная профессиональная деятельность, связанная с иностранными специалистами. Такое явление проявляется и на Дальнем Востоке, где социально активное население изучает, повышает уровень иностранного языка для все большего использования международного рынка труда, который открылся перед ними [3].

Стремительные изменения в разных сферах жизни (экономике, политике, культуре), присоединение России к мировому сообществу, метисация народов и смешение языков, изменение и расширение международных отношений – все это приводит к тому, что в России вырастает спрос на изучение иностранных языков. Глобализация в сфере языка происходит из того, что язык – это средство человеческого общения, имеющее следствием рост многоязычия [4].

Существенное расширение функций иностранного языка возникло благодаря социально-экономическим, политическим и культурным изменениям, произошедшим в 90-х гг. в России. Когда произошло включение России в мировой рынок, увеличились контакты представителей разных возрастных и социальных групп. Расширились возможности получения образования за границей, а также работы за рубежом. На мировом рынке стали продвигаться российские товары и услуги, набирают популярность программы обмена для школьников,

студентов, специалистов. Все эти процессы в корне изменили роль иностранного языка в обществе: теперь он выступает не только учебным предметом, но и является базовым элементом в современной системе образования, а также средством профессиональной мобильности и реализации личности.

Роль языкового разнообразия в обществе отражена в ряде официальных документов.

За последние десятилетия Россия претерпела колоссальные изменения и из закрытой страны превратилась в страну, которая открыта всему миру. Значительно увеличилась необходимость в постоянных контактах с представителями других стран на всех уровнях. Благодаря изучению иностранного языка люди разных национальностей получили возможность к взаимопониманию и сближению культур. Владение хотя бы одним иностранным языком – это одна из важных компетенций современного образованного человека. Такой критерий языка в России появился благодаря интеграции России в мировое пространство как экономическое, так и культурное, а также с расширениями и качественными изменениями международных связей.

Сформулирована новая языковая политика государства согласно «Концепцией модернизации российского образования на период до 2020 года». В соответствии с данной концепцией современная система обучения иностранному языку обусловлено рядом причин:

- 1) практическое владение иностранным языком превращается в насущную потребность широких слоев населения;
- 2) благодаря социальному контексту создаются благоприятные условия для дифференциации обучения иностранному языку.

Введение новой языковой политики способствовало построению гибкой системы выбора языков, а также условий их изучения. Новая политика помогла создать вариативные системы форм и средств обучения языка, которые отражают современное состояние практики и теории обучения [5].

В наше время знание иностранного языка не является роскошью, как это было раньше, сейчас это потребность человека, жизненная необходимость. Теперь одной из самых важных составляющих в жизни современного, успешного человека – это изучение иностранного языка. Изучение иностранного языка необходимо для эффективного коммуницирования в таких важных областях жизни, как политика, экономика, наука, искусстве, культуре. Но также не стоит забывать, что знание иностранных языков дает возможность общения с людьми совершенно другой ментальности, мировоззрения, помогает изучать другую культуру, проникать в ее неизведанный мир.

Сейчас владение иностранным языком – это одно из условий профессиональной компетентности человека. Знание иностранного языка, особенно английского языка как языка международного общения,

является актуальным для всей молодежи России, которые желают найти престижную работу, улучшить свои знания в области культуры и расширить свой кругозор о внешнем мире в целом.

Согласно социологическим исследованиям, большинство россиян (76%) придерживаются мнения, что изучение иностранных языков способствует познанию другой культуры, развивает память и учит толерантности, а также, что не мало важно, является одним из основополагающих критериев при трудоустройстве. Поэтому владение иностранным языком, по мнению респондентов, является обязательным фактором современности [6].

В современном мире сложно представить в полной мере жизнь человека, который не знает хотя бы частично один иностранный язык, так как большое количество коммуникаций и технологий ориентированы на людей, в той или иной степени знающих язык. Иностранный язык – это не только средство коммуникации, это также условие успешного коммуницирования, как отдельных людей, так и разных стран мира в условиях политической, военной, экономической, культурной унификации.

Уже начиная с глубокой древности, люди изучали самые разнообразные иностранные языки. Как правило, для каждого временного периода можно выделить приоритетный язык для изучения.

Если мы обратимся к истории нашего государства, то мы увидим, что основой стандартного воспитания в России было изучение хотя бы одного иностранного языка. Даже самые бедные дворянские семьи старались нанять гувернера, который бы учил иностранному языку. Важнейшей составляющей имиджа образованного человека в России XIX века являлось владение французским языком [7].

Социально-коммуникативная компетенция позволяет стать более конкурентоспособным и мобильным на рынке труда, поэтому в политике Европы в отношении языка уделяется особое внимание для формирования данной компетенции. По мнению разработчиков языковой политики Европейского Союза, в условиях непрерывных межкультурных коммуникаций владение иностранным языком помогает европейцам быть более открытыми и цивилизованными, а экономику в Европе сделать более легитимной и прозрачной.

Усиливается интерес к изучению иностранного языка также и благодаря социокультурным процессам, которые связаны с развитием мирового сообщества в эпоху информатизации, телекоммуникационных технологий, так как личность пытается быстро адаптироваться к изменениям поликультурного мира. Во все времена изучение иностранных языков было показателем культурного образованного человека. Глобальные изменения экономической и политической жизни сделали иностранный язык средством межкультурного общения. Изучение иностранного языка помогает исследовать прошлое народов,

понимать их настоящее, также способствует более глубокой оценке мировых культурных шедевров [8].

Для успешного и свободного функционирования на общем пространстве граждан ЕС должен знать несколько языков. Как правило, среди них выделяют три языка: родной и интернациональные – «большой» и «малый». Кроме того, иммигранты и представители языковых меньшинств обязаны знать государственный язык страны своего пребывания.

Иностранный язык – это общественная ценность, исходя из этого его внедрение в образовательную программу высших учебных заведений – некий социальный заказ общества. Иностранный язык, наряду с родным языком, не изолирован от общества и не существует без него. Его связь со всеми сферами жизнедеятельности такими как политика, экономика искусство и т.д., очевидна. Особенно тесная связь языка наблюдается с культурной сферой общества, так как язык – отражение менталитета, культуры страны, которую он представляет.

В настоящее время знание иностранного языка – важнейший критерий при устройстве на работу, являющийся значительным преимуществом в конкуренции на рынке труда. Поэтому тот факт, что в российском обществе возросла потребность в освоении уже не одного, а нескольких языков, давно не удивляет. В связи с изменениями многие специалисты, которые нацелены на карьерный рост, ищут возможности изучения второго или даже третьего иностранного языка [9].

Сейчас мы можем видеть спрос на китайский язык, связи с плотным экономическим сотрудничеством России и Китая, набирающее обороты с каждым годом. Также, наряду с владение европейскими языками, достаточно ценятся специалисты, которые знают такие языки, как иврит, хинди, португальский. В последние годы особенный интерес наблюдается к владению чешского и польского языков, популярными в изучении стали и скандинавские языки – норвежский, финский, шведский.

В настоящее время мы можем наблюдать прогрессивные темпы развития приоритетных областей современной мировой экономики. На данном этапе мир развивается в условиях постиндустриальной экономики, где основой выступают информационные технологии, компьютеризированные и инновационные системы, высокие производственные технологии и основанные на них инновационные технологии. В таких условиях специалистам несомненно важно быть в курсе направлений развития мировой техники и науки, совершенствуя технологии и создавая что-то новое. Вследствие таких изменений иностранный язык стал не только базовым элементов образовательной системы, но также и средством достижения профессиональной реализации личности.

Важнейшее условие человеческого прогресса – изучение и повсеместное распространение иностранного языка. Языки необходимы для успешного коммуницирования в профессиональной сфере. Владение иностранным языком – это не только одна из составляющих имиджа современного человека, но также это процесс получения необходимых знаний в условиях глобализованного общества. Современные реалии диктуют нам следующие правила: более выгодное положение на рынке труда, как показывает практика последних нескольких лет, занимают специалисты, которые наряду с компетенциями, непосредственно связанными с их деятельностью, знают еще хотя бы один иностранный язык. Это позволяет следить за новинками и разработками в области бизнес-технологий, науки и техники, успешно коммуницировать с партнерами из других регионов мира, а также читать статьи на языке оригинала, что помогает быть более мобильным и открытым всему миру.

Список литературы

1. Чумаков, А. Н. Философские проблемы глобализации / А.Н. Чумаков, А.Д. Иоселиани. – М.: Университетская книга, 2015. – С. 25–27.
2. Сагинова, О. В. Интегрированные коммуникации. Учебник для студентов учреждений высшего образования / О. В. Сагинова. – М.: Академия, 2014. – С. 36.
3. Ларионова, М. В. Интернационализация высшего образования: тенденции, стратегии, сценарии будущего / М. В. Ларионова. – М: Логос, 2010. – С. 74.
4. Барлыбаев Х. А. Глобализация: вопросы теории и практики // Век глобализации. 2008. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-voprosy-teorii-i-praktiki> (Дата обращения: 19.09.2018).
5. Концепция развития образования до 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: http://edu.mari.ru/ou_respub/sh14/commondocs/Концепция20развития20образования2020РФ20до2020г.pdf (Дата обращения: 23.09.2018 г.)
6. Знание иностранных языков в России [Электронный ресурс] URL: <https://www.levada.ru/2008/09/15/znanie-inostrannyh-yazykov-v-rossii/> (Дата обращения: 23.09.2018 г.)
7. Тилене Л. П. Дополнительное лингвистическое образование должно развиваться на качественно новом уровне / Босс. 2011. № 2. URL: <http://www.bossmag.ru/view.php?id=4915> (Дата обращения: 24.09.2018 г.)
8. Шлыкова, О. В. Интернационализация Вузовского Образования В Контексте Социально-Информационных Технологий / О.В. Шлыкова. – Москва: СИНТЕГ, 2015. – С. 153.

9.Знание иностранных языков в России [Электронный ресурс] URL: <https://www.levada.ru/2008/09/15/znanie-inostrannyh-yazykov-v-rossii/> (Дата обращения: 26.09.2018 г.)

УДК 316.472.4

Т.Н. Иванова, А. Н. Пакаева

(Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

ХАРАКТЕРИСТИКА ИНТЕРНЕТА КАК СЕТИ СВЯЗИ ПЯТОГО ПОКОЛЕНИЯ: РИСКИ И ВОЗМОЖНОСТИ

Аннотация. В статье авторы рассматривают Интернет как активно растущей системой в области коммуникации. Компьютерные коммуникации формируют новую сферу информационного взаимодействия, приводящую к возникновению новых видов общественных отношений.

Ключевые слова. Сеть, интернет, система, информация, отношения, компьютерная сеть ARPANET, мобильная связь 5G, Интернет вещей

Работа выполнена в рамках гранта РФФИ проект № 17-46-630560 «Концептуальная инновационная модель социо-эколого-экономической системы Самарского региона».

В современном мире Интернет является самой активно растущей системой в области коммуникации. Компьютерные коммуникации сегодня формируют новую сферу информационного взаимодействия, которая приводит к возникновению новых видов общественных отношений. Человек, который «включен» в Интернет-пространство, находит в нем виртуальных друзей, коллег, единомышленников, постепенно утрачивает потребность в активном живом общении. Он переориентируется с взаимодействий с реальными людьми на виртуальных партнеров по общению. [1]

Одним из известных примеров современных технологий является мобильный телефон. Мобильные телефоны позволяют совершать телефонные звонки без прямого подключения к телефонной линии. Технология мобильной связи широко распространена во многих развитых странах, ее внедрение привело к ряду изменений в обществе. Например, до широко распространенной доступности мобильных телефонов можно было встретить платные телефоны в аэропортах, на бензоколонках, а также в качестве автономных телефонных будок. В настоящее время найти такие таксофоны практически невозможно, поскольку их полезность снизилась в обществах с широко распространенным применением мобильных телефонов.

Однако со времен появления первых мобильных устройств, технологии продвинулись вперед настолько, что мы можем

использовать мобильные телефоны в качестве портативных компьютеров, зачастую ничем не уступающих стационарным: присутствует возможность работы с документами, просмотра фильмов и музыки, телевизионного вещания, развлекательных игр, и что наиболее важно, полноценного выхода в Интернет.

Согласно Мануэлю Кастельсу (испанскому социологу-постмарксисту), первой компьютерной сетью является ARPANET, разработанная в рамках обеспечения заказов Министерства Обороны США. Но сама ARPANET была лишь второстепенным проектом, не имевшим прямого военного назначения, и разрабатывалась несколькими научно-исследовательскими группами, сформированными на основе национальных университетов. Поэтому научно-академическое сообщество было первым, кто оценил достоинства и потенциал такой сети. Сеть быстро нашла свое применение на поле интересов научных и академических кругов.

Несмотря на то, что в историческом плане появление нового коммуникационного канала связи является относительно недавним явлением (компьютерная сеть ARPANET была создана в 1969 году), Интернет проник в общество со скоростью и с интенсивностью, которая делает невозможным представление о повседневной жизни без нее.

Согласно Указу Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы», мы можем оценить степень вовлеченность Интернет-технологий в повседневную жизнь россиянина. Электронные средства массовой информации, информационные системы, социальные сети, доступ к которым осуществляется с использованием сети «Интернет», стали частью повседневной жизни россиян. Пользователями российского сегмента сети «Интернет» в 2016 году стали более 80 млн. человек.

В России информационное общество характеризуется широким распространением и доступностью мобильных устройств (в среднем на одного россиянина приходится два абонентских номера мобильной связи), а также беспроводных технологий, сетей связи. Создана система предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме, к которой подключились более 34 млн. россиян. Граждане имеют возможность направить в электронной форме индивидуальные и коллективные обращения в государственные органы и органы местного самоуправления [2]. Данная информация позволяет сделать основополагающий вывод – мобильный Интернет прочно вошел в нашу повседневную жизнь.

Технологии мобильной связи 5G должны значительно улучшить качество обслуживания пользователей в условиях лавинообразно растущего объема передаваемых данных в мобильных сетях, а также увеличения количества беспроводных устройств и расширения спектра

предоставляемых услуг [3]. 5G (мобильные сети 5-го поколения или беспроводные системы 5-го поколения) – это термин, используемый для обозначения следующего основного этапа стандартов мобильной связи за пределами существующих стандартов. Система беспроводной связи является одним из важнейших элементов глобальной информационной и телекоммуникационной стратегии, а также является одним из самых быстрых и динамично развивающихся секторов в мире. Технология 5G изменит способы использования сотовых телефонов с очень высокой пропускной способностью. Появится множество передовых функций, которые делают технологию 5G наиболее мощной и востребованной в ближайшем будущем.

Первое поколение мобильных сетей (ретроактивно называемое 1G) появилось примерно в 1982 году. Это была полностью аналоговая система до запуска 2G (сети второго поколения), сделав переход к цифровому. Примерно через 10 лет появились сети 3G, предлагающие еще более быструю скорость передачи данных, чем 2G. Примерно через 10 лет появились наши текущие сети LTE - то, что мы называем 4G – это четвертое поколение сетей. Исторически сложилось так, что примерно каждое десятилетие разрабатывается новое поколение сетевых технологий. Технологии 5G включают в себя все виды передовых функций, которые делают мобильную технологию 5G наиболее мощной и востребованной в ближайшем будущем, значительно быстрее, чем 4G, что обеспечит более высокую производительность на всех совместимых устройствах с теоретической. Но окончательный успех систем мобильной связи 5G будет зависеть от того, когда он будет полностью реализован, когда появится точная информация о новых услугах, а также о контенте, доступном для пользователей.

Сети 5G, появление которых на рынке ожидается к 2020 г., будут ориентированы на существенное улучшение характеристик, в том числе качества обслуживания [4]. Открытие собственных работ по 5G в рамках реализации Стратегии инновационного развития России на период до 2020 г. является для нашей страны критически важным условием построения информационного общества [5].

Одним из главных последствий создания сетей 5G станет появление «Интернета вещей». К Сети начнут подключать все, что угодно: от средств транспорта до бытовой техники и одежды, а количество одновременных подключений сможет достигать 100 миллиардов.

Одним из ключевых трендов развития информационной экономики стал быстрый рост Интернет-аудитории, подключение к глобальной сети разнообразных приборов и устройств. Знаковое событие произошло в 2008-2009 гг., когда количество устройств, подключённых к глобальной сети Интернет, превысило численность населения Земли. Это позволило специалистам говорить, что Интернет как всемирная сеть,

соединяющая людей, фактически превратился в «Интернет вещей» [6]. Сегодня Интернет соединяет не только людей, но и множество устройств и гаджетов, начиная от мобильных телефонов, заканчивая «умными домами». Теперь информационные сетевые технологии объединяют не только людей, но и самих себя, и производят процессы, которые превращаются в особую реальность, сосуществующую вместе с человеком.

Термин «Интернет вещей» впервые появился в 1999 году, он был разработан Кевином Аштоном, работавшим в то время в компании «Procter&Gamble». Появилась идея о том, что в повседневные вещи можно встроить беспроводные датчики, связанные друг с другом [7]. Интернет вещей (IoT) – концепция вычислительной сети, соединяющей вещи (физические предметы), оснащенные встроенными информационными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой без участия человека [8]. Каждая вещь уникально идентифицируется через встроенную вычислительную систему, но способна взаимодействовать в рамках существующей инфраструктуры Интернета. По оценкам экспертов, к 2020 году Интернет вещей будет состоять из около 30 миллиардов объектов. [9] IoT позволяет объектам восприниматься или контролироваться удаленно в рамках существующей сетевой инфраструктуры, создавая возможности для более прямой интеграции физического мира в компьютерные системы и в результате повышая эффективность, точность и экономическую выгоду в дополнение к сокращению вмешательства человека. Когда IoT дополняется датчиками и исполнительными механизмами, технология становится примером более общего класса киберфизических систем, который также охватывает такие технологии, как интеллектуальные сети, виртуальные электростанции, умные дома, интеллектуальная транспортировка и умные города. Уже сегодня можно наблюдать, как через Интернет между собой связаны различные устройства, работающие без участия человека – системы управления освещением, системы управления, автоматические системы полива, датчики пожарной и охранной сигнализации, светофоры и другие [10].

Рынок «Интернета вещей» в настоящее время переживает период бурного роста. По оценкам компании Ericsson, уже в 2018 году число датчиков и устройств Internet of Things (IoT) превысит количество мобильных телефонов и станет самой большой категорией подключенных устройств. Российский рынок «Интернета Вещей» также активно развивается. По оценкам «Директ ИНФО», общий размер российского рынка IoT составил в 2016 году 17,9 млн устройств и вырос по сравнению с 2015 годом на 42 %. К 2021 году общее число IoT устройств вырастет до 79,5 млн, а к 2026 году – 164,7 млн. Общий потенциал российского рынка оценивается на уровне 0,5 млрд устройств [11].

Новая реальность Интернета вещей несет с собой не только преимущества, но и новые риски. Маркус Велдон обращает внимание, что чем больше к сети подключается объектов, тем больше появляется точек для хищения данных. «Главная угроза Интернета вещей состоит в том, что любое из подключённых устройств может быть заражено вредоносным ПО, – комментирует он. – Вспомним, как Stuxnet разрушил ядерный реактор. Это была всего лишь флешка с программным образом, который загрузился в программируемый логический контроллер сети. Любое IoT-устройство можно рассматривать как такую флешку. Оно подключается к сети, и у него есть возможность загрузить программный образ, который обрушит сеть» [12].

С позиции Bell Labs для минимизации таких рисков и обеспечения необходимой защиты должна быть реализована инфраструктура мониторинга устройств, как один из важнейших элементов в общей системе информационной безопасности. Система безопасности должна выявлять подозрительные устройства и устанавливает для них карантин. При этом обеспечение защиты сети должно стать новой сферой деятельности, достаточно независимой от сетевой инфраструктуры. Создавая Интернет вещей, мы должны обеспечивать защиту по мере добавления устройств к IP-инфраструктуре предприятия, – комментирует Маркус Велдон. – Вопрос безопасности точек – одна из самых серьезных задач. Вторая по значимости – обеспечение безопасности ИТ-систем, а также безопасности сети. Это три новых направления деятельности практически для любой компании» [12].

Согласно недавнему исследованию Нуры Алейса и Карен Рено в Университете Глазго, «Интернет вещей, способный к серьезному вторжению в частную жизнь людей, является проблемой» [13], при этом большая часть исследований «непропорционально сосредоточена на проблемах безопасности IoT». Среди «предлагаемых решений с точки зрения применяемых методов и степени, в которой они удовлетворяли основные принципы конфиденциальности», и лишь очень немногие оказались полностью удовлетворительными. Луис Басенезе, директор по инвестициям на Wall Street Daily, критиковал отсутствие внимания отрасли к вопросам безопасности:

«Несмотря на громкие и тревожные взломы, производители устройств оставляют это без внимания, выделяя в приоритете прибыльность над безопасностью. Потребители должны иметь полный контроль над собранными данными, в том числе возможность их удаления, если они это выберут ... Без гарантий конфиденциальности, широкомасштабное принятие новых технологий потребителем просто не произойдет» [14].

В пост-Сноуден мире глобальных раскрытий наблюдения и незаконного сбора информации о пользователе, потребители

принимают более активное участие в защите их конфиденциальность и спрос на устройства для скрининга потенциальных уязвимостей безопасности и нарушение конфиденциальности растет с каждым годом. Потребители все чаще воспринимают риски конфиденциальности и проблемы безопасности как серьезную угрозу, что перевешивает для них ценные предложения устройств Интернета вещей, они предпочитают откладывать запланированные покупки или подписки на услуги. Для предотвращения несанкционированного доступа пользователей (то есть людей и устройств) к системе должны использоваться механизмы аутентификации и авторизации, гарантирована безопасность, конфиденциальность и целостность персональных данных. Относительно персональных данных пользователей и информации должны обеспечиваться защита и конфиденциальность, прежде всего потому, что устройства имеют к ней доступ и способны ей управлять (например, сведения о привычках пользователей). [15]

По мере внедрения 5G-сетей по всему миру можно будет представить себе практически любой сценарий реализации Интернета вещей. Обычные люди смогут использовать умные гаджеты и дополненную реальность, широкое распространение получит телемедицина, удаленное управление машинами на опасных производствах, снизятся риски для работников, а массовое внедрение технологий умного города муниципалитетами, повысит качество жизни людей.

Каждое новое поколение связи учитывает опыт предыдущих поколений и включает инновационные технические решения, что позволяет обеспечить большую эффективность при меньших затратах. Умные города, беспилотный транспорт, дополненная реальность – в настоящее время это лишь проекты, не имеющие четких бизнес-планов. Однако, прогнозы по триумфальному развертыванию 5G на данный момент кажутся более оптимистичными, чем реальность.

Список литературы

1. Вышегородцев Д. Е. Особенности сетевых сообществ Интернета: Русскоязычный сегмент: диссертация ... канд. соц. наук. – М.: МГСА, 2002. – 123 с.
2. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы [Текст]: Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. // Собрание законодательства РФ. – 2017. – № 203. – С. 4.
3. Тихвинский В. О., Бочечка Г. С. Концептуальные аспекты создания 5G // Электросвязь. – 2013. – № 10. – С. 29-33.

4. Тихвинский В. О., Бочечка Г. С. Перспективы сетей 5G и требования к качеству их обслуживания // Электросвязь. – 2014. – № 11. – С. 43.
5. Тихвинский В. О., Бочечка Г. С. Концептуальные аспекты создания 5G // Электросвязь. – 2013. – № 10. – С. 29.
6. Яненко М. Б., Яненко М. Е. Маркетинг взаимодействия в информационной экономике: проблемы и перспективы развития Интернета вещей // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого, 2014. – № 82. – С. 77.
7. Андреева О. Ю., Батуева Я. К. Лидеры инноваций: потребители Интернета вещей // Пермский национальный исследовательский политехнический университет. – 2014. – С. 89.
8. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы [Текст] : Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. // Собрание законодательства РФ. – 2017. – № 203. – С. 2.
9. Nordrum A. Popular Internet of Things Forecast of 50 Billion Devices by 2020 Is Outdated. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://spectrum.ieee.org/tech-talk/telecom/internet/popular-internet-of-things-forecast-of-50-billion-devices-by-2020-is-outdated> (Дата обращения: 02.10.2018)
10. Соколов М. Н., Смолянинова К. А., Якушева Н. А. Проблемы безопасности. Интернет вещей: обзор // Вопросы кибербезопасности. – № 5(13). – 2015. – С. 32.
11. Рынок Интернета вещей и Промышленного Интернета в России и Мире (15 Мая 2017 года). [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.directinfo.net/index.php?option=com_content&view=article&id=162%3A2010-07-06-13-57-09&catid=1%3A2008-11-27-09-05-45&Itemid=89&lang=ru (Дата обращения: 22.09.2018).
12. Интернету вещей нужны сети 5G. – С. 1. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://telecom.cnews.ru/articles/internetu_veshhey_nuzhny_seti_5g (Дата обращения: 25.09.2018).
13. Aleisa N., Renaud K. Privacy of the Internet of Things: A Systematic Literature Review (Extended Discussion 13 Sep 2016) // School of Computing Science, University of Glasgow. – С. 10.
14. Basenese L. The Best Play on the Internet of Things Trend // Wall Street Daily. Retrieved 28 March 2017. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.wallstreetdaily.com/2015/12/21/internet-of-things-future/> (Дата обращения: 26.09.2018).
15. Леонов А. В. Интернет вещей: Проблемы безопасности // Омский научный вестник. – 2015. – № 140. – С. 215.

Иванова Т.Н., Стрельникова П.А.

(Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

ЭКОЛАГЕРЬ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. Рассмотрены вопросы экологических проблем регионов России в контексте экологического воспитания населения, цель которого заключается в формировании экологической культуры каждого члена общества. Авторы акцентируют внимание на необходимости развития государственной направленности экологического просвещения, образования и воспитания населения.

Ключевые слова. Экология, общество, воспитание, региона, культура, государство, просвещение, образование, природа, лагерь, система, учащийся.

Работа выполнена в рамках гранта РФФИ проект № 17-46-630560 «Концептуальная инновационная модель социо-эколого-экономической системы Самарского региона».

Во второй половине XX века в центре внимания человечества в целом оказались глобальные экологические проблемы, связанные с ростом численности населения Земли, дефицитом питьевой воды, опустыниванием, обеднением биоразнообразия, эрозией почв, истощением природных ресурсов, а также проблемы, являющиеся неблагоприятным следствием урбанизации, технического прогресса, обеспечения растущих потребностей мирового хозяйства в энергии и природных ресурсах (защита здоровья людей и охрана природной среды). Экологические проблемы оказывают влияние на самые основы цивилизации и в большей степени детерминируют возможности выживания человечества.

Согласно требованиям Федерального Закона от 10.01.2002 № 07-ФЗ «Об охране окружающей среды»[1] (в последней редакции, вступающей в силу с 1 января 2017 года), Федерального Закона «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 года[2] (изменен в 2016 году), Постановления Правительства Российской Федерации «О мерах по улучшению экологического образования населения» [3], а также Нормативных правовых актов Российской Федерации система экологического образования населения должна носить всеобщий, комплексный непрерывный характер, цель

которого состоит в формировании экологической культуры каждого члена общества.

В большинстве регионов России система экологического воспитания имеет следующий вид:

- дошкольное экологическое воспитание в детских садах;
- школьное экологическое воспитание в средних образовательных учреждениях (школах, гимназиях, колледжах, лицеях, техникумах);
- экологическое образование в высших учебных заведениях;
- послевузовское образование (получение второго – экологического – образования);
- повышение экологической квалификации в области экологии управленцев, специалистов и других профессиональных категорий;
- экологическое воспитание широких слоев населения посредством СМИ, библиотек, музеев и другое.

Цель соответствующего обучения и воспитания состоит, прежде всего, в усвоении населением таких экологических и этических норм, ценностей и отношений, профессиональных навыков и образа жизни, которые необходимы для устойчивого развития мира.

В целях развития экологической культуры в обществе, формирования бережного отношения к природе, умеренного использования природных ресурсов осуществляется экологического просвещение через распространение знаний об экологической безопасности, достоверной информации о состоянии окружающей среды и об использовании природных ресурсов (Ст. 74 ФЗ «Об охране окружающей среды»).

ФГОС (Федеральные государственные образовательные стандарты) нового поколения также в своих положениях затрагивает проблему формирования экологической культуры, к которой относится развитие представлений об основах экологической культуры на примере экологически обоснованного поведения в быту и природе, безопасного для человека и окружающей среды, а также формирование познавательного интереса и бережного отношения к природе.

Таким образом, необходимо отметить государственную направленность экологического просвещения, образования и воспитания населения. В Федеральных Законах, Постановлениях, Концепциях, Нормативных актах и образовательных стандартах особое внимание уделяется комплексному, системному и непрерывному экологическому образованию, так как на современном этапе развития

общества экологическое воспитание – это один из методов профилактики возникновения экологических проблем.

Как было сказано ранее, экологическое просвещение проводится на всех этапах школьного и профессионального образования, однако, особое внимание уделяется экологическому воспитанию подростков-школьников.

В последнее время появляется большое количество методических публикаций относительно опыта использования экологических лагерей в системе экологического образования и воспитания школьников. На данный момент отмечается развитие этого направления экологического образования: большое количество программ реализации эколагерей, процесс осмысления места эколагеря среди других видов летних оздоровительных лагерей, задача технологизации деятельности данного направления [4].

Необходимо отметить, что точное определение понятия «экологический лагерь» еще не состоялось. Рассмотрим данное понятие подробнее.

Термин «лагерь» в первоначальном своем значении напрямую соотносится с военной тематикой. Большая советская энциклопедия дает следующее определение «лагерь – это место размещения войск вне населенных пунктов, специально оборудованное в соответствии с выполняемой ими задачей» [5].

История летних детских лагерей берет свое начало в послереволюционное время, когда важной частью дополнительного образования выступали летние трудовые школы, станции юных любителей природы, пионерские лагеря.

1970 год отмечается появлением в Иркутской области первого загородного лагеря палаточного типа «Юный эколог», главным отличием которого было наличие эколого-воспитательной работы. По прошествии десятилетия летние лагеря приобретают статус востребованной формы экологического просвещения в системе отечественной системы образования [6].

Впервые термин «экологический лагерь» в методической литературе был упомянут М. М. Ушаковой, которая дала следующую интерпретацию данного понятия: экологические лагеря – лагеря, основа которых экскурсионная и исследовательская работа. Первая расширяет знания детей, вторая – дает возможность провести самостоятельные исследования в природных условиях и закрепить некоторые знания. Кроме того, массовые вечерние мероприятия, должны иметь также

эколого-биологическую направленность, подспудно закрепляющие знания, полученные на экскурсиях и практических занятиях [7].

Проанализировав существующие подходы к определению данного термина, можно выделить несколько главных специфических черт эколагерей:

- организация в условиях природного окружения;
- недлительные сроки пребывания;
- различные формы деятельности, развивающие экологическую культуру школьников (молодежи), соответствующие программе лагеря в зависимости от его типа [8].

На основании систематизации изученной литературы, мы предлагаем следующее определение рассматриваемого понятия. Экологический лагерь представляет собой комплексную форму дополнительного экологического образования школьников и (или) молодежи, проводимая педагогическим коллективом в условиях природного окружения, осуществляющая в непродолжительные сроки разнообразные формы деятельности школьников, сфокусированные на развитие экологической культуры.

Рассмотрим программу летнего экологического лагеря на примере Комплексной образовательной программы «Учись – твори – отдыхай» в условиях летнего лагеря [9].

Данная программа не является повторением школьной программы по экологии и школьных методов, однако имеет сильный образовательный эффект, направленный на развитие у детей нравственного отношения к природе, экологического мировоззрения, высокого уровня экологической культуры.

Перед подростками в эколагере стоят следующие задачи:

- 1) усвоение знаний о родном крае;
- 2) развитие навыков практической исследовательской деятельности;
- 3) понимание значимости своей практической помощи природе.

Реализация комплексной образовательной программы в условиях экологического лагеря осуществляется в рамках тематической (экологической) смены, рассчитанной на 21 день.

Вся деятельность педагогического коллектива и воспитанников, детей, отдыхающих на смене в конкретном лагере направлена на:

- реализацию/приобретение дополнительного (экологического) образования (онлайн лаборатории, ландшафтный дизайн, кружки «Юны

эколог-исследователь», «Экологический дизайн», «ЗОЖ» и др., студии «Экологический театр», фото-студия «Лики природы» и т. д.);

- осуществление творческой части комплексной программы экологической направленности (тематические дни «День Зари», «День птиц», например).

Каждая неделя смены состоит из следующих блоков:

1. Блок дополнительного (экологического) образования: онлайн лаборатории, кружки, студии – понедельник, пятница.

2. Блок творческого развития: тематические дни – вторник, четверг.

3. Блок содержательного досуга: спортивные соревнования, походы, экскурсии, выставки достижений, конкурсы, встречи с интересными людьми, танцевальные вечера, костры, огоньки – среда, суббота, воскресенье.

Таким образом, рассмотренная нами программа предполагает повышение качества дополнительного образования посредством разработки и реализации образовательной программы для экологической смены в условиях летнего лагеря.

Данная комплексная программа в конечном итоге предполагает:

- увеличение спектра программ дополнительного образования, направленных на развитие интеллектуальной, творческой и досуговой составляющих;

- реализацию индивидуальных траекторий, обучающихся;

- воспитание у школьников этического отношения к природе, экологического мировоззрения, высокого уровня экологической культуры;

- развитие у молодого поколения экологической грамотности;

- формирование у вожатых и воспитанников экологической этики;

- вовлечение максимального числа вожатых и воспитанников к сознательному выбору здорового образа жизни и содержательного досуга;

- модернизацию педагогических методов экологического воспитания и дополнительного образования.

Н. В. Горошко и Е. К. Емельянова [10] отмечают, что экологическая профильная смена может быть реализована на базе стационарного (неподвижного) детского лагеря, передвижного лагеря (лагеря-экспедиции), а также смешанного типа (сочетание обеих форм).

Исследователи выделяют несколько условий эффективности экологического воспитания в смене лагеря:

- сочетание разнообразных форм деятельности;

- включение в исследовательскую деятельность;
- личностно значимое восприятие экологической информации;
- воспитание ценностного отношения к природе;
- коммуникативный диалог между учащимися разных возрастных групп, студентами и педагогами;
- координация между учреждениями, осуществляющими экологическое воспитание.

Экологический лагерь включает в себя организацию практических работ, пеших маршрутов на местности, экскурсий, квестов, других мероприятий, а также возможную (в случае необходимости) очистку территорий от мусора.

В результате работы лагеря выявляются негативные факторы воздействия на природные комплексы, осознаются взаимосвязи между человеком и экологическими объектами, а также развивается ответственность за состояние окружающей природной среды.

На современном этапе развития общества цели и задачи эколагеря могут быть реализованы благодаря инновационным технологиям. Примером подобной инновации выступают интерактивы – диалоговое обучение, в процессе которого происходит взаимодействие руководителя (педагога, вожатого) и обучающегося. В процесс обучения вовлечены все ребята, которые имеют возможность рефлексировать по поводу того, что они знают и думают.

Основными ожидаемыми результатами работы эколагеря выступают [11]:

1. Интерес к творческой, коллективной деятельности.
2. Навыки ведения поиска, обработки и анализа информации.
3. Опыт практического участия в природоохранных делах, коллективного решения вопросов сохранения природных систем.
4. Умение вести исследовательскую, туристическую и природоохранную деятельность в природных условиях.
5. Развитие коммуникативных навыков и работы в команде.
6. Воспитание лидерских качеств.
7. Повышение уровня экологической культуры (грамотное и сознательно-ответственное поведение в общении с природой).
8. Практическое участие в решении экологических проблем своей местности.
9. Развитие физического и психофизического здоровья, а также физического потенциала.

Следует отметить, что направление экологического лагеря в системе экологического образования находится на этапе развития. Эколагерь выступает одним из самых эффективных способов получения экологических знаний на практике и пропаганды необходимости охраны окружающей среды. Ключевыми моментами при организации профильных экологических смен для учащихся являются подготовка материально-технической базы, выбор доступных объектов исследования, разработка методов практической работы, адаптированных к местности. Раскрытие творческих, организаторских, интеллектуальных способностей учеников позволяет закрепить их знания школьной программы и развить экологическое мышление.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/ (Дата обращения: 20.09.2018 г.).
2. Федеральный Закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (Дата обращения: 20.08.2018 г.).
3. Постановление Правительства РФ от 03.11.1994 № 1208 «О мерах по улучшению экологического образования населения» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=215800#07229018755137078> (Дата обращения: 20.09.2018 г.).
4. Демидова Н. Н., Киселева Н. Ю. Дополнительное экологическое образование: технологический аспект // Современные наукоемкие технологии. – 2016. – № 1-1. – С. 92 – 96.
5. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bse.scilib.com/article068255.html> (Дата обращения: 22.09.2018 г.).
6. Некипелова О. А., Киселева Н. Ю. Возникновение и развитие экологических лагерей – закономерный результат трансформации российской системы экологического образования // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). – 2017. – № 7. – С. 281 – 289.
7. Ушакова М. М., Ушаков В. А., Ушаков А. В. Организация и проведение экологических лагерей. Методическое пособие для педагогов. Издание 2, перераб. и доп. – Н. Новгород: Экоцентр «Дронт», 2011 – С. 4.
8. Некипелова О. А., Киселева Н. Ю. Особенности организации исследовательской деятельности школьников в условиях экологического

лагеря // Современные наукоемкие технологии. – 2016. – № 2-1. – С. 122 – 125.

9. Алмазова И. Г., Соловьева Е. А., Усачева И. Н. Особенности организации комплексной образовательной программы по экологическому образованию в условиях летнего лагеря // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – № 1 (68). – С. 192 – 194.

10. Горошко Н. В., Емельянова Е. К. Профильная смена как среда экологического воспитания // Медицина и образование в Сибири. – 2016. – № 4 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29916114> (Дата обращения: 10.09.2018 г.).

УДК 316.346.32

Кошарная Г. Б., Корж Н. В., Л. Ф. Каримова
(г. Пенза, Пензенский государственный университет)

ДЕПРИВАЦИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ ТРУДА

Аннотация. Рассматриваются причины низкой занятости молодых специалистов и включенности их социально-трудовые отношения. При написании статьи был использован анализ статистических и теоретических материалов.

Ключевые слова. Безработица, молодежь, рынок труда, занятость, трудоустройство, молодые специалисты.

В условиях глобализации экономики, происходит распространение и внедрение новых информационных технологий, совершенствуется производство, улучшается качество услуг - все эти процессы влияют на то, что требования к качеству рабочей силы становятся все выше. На данном этапе развития российской экономики возникает потребность в высококвалифицированных специалистах. Но не всегда рынок труда может удовлетворить потребности работодателей. В связи с этим наблюдается безработица среди трудоспособного населения, а в частности молодежи.

В настоящее время ситуация на молодежном рынке труда обусловлена влиянием ряда факторов. Переход к рыночным отношениям дал свободу выбора перед соискателем. На сегодняшний момент каждый может выбирать сферу деятельности, тип занятости, социальные гарантии и т.д. С одной стороны, казалось бы, такие возможности, должны способствовать гарантии трудоустройства каждому желающему трудиться. Но фактически, не каждый соискатель может найти себе работу. Это связано с тем, что самой главной

проблемой занятости российского населения является ее экономическая нестабильность в последние годы. Число безработных значительно возрастает в периоды кризиса и уменьшается в период экономического подъема. По данным Росстата, уровень безработицы среди трудоспособного населения на 2017 год составляет чуть более 5%. Однако, если рассматривать по возрастным группам (рисунок 1), наибольшая доля безработных приходится на такую категорию, как молодежь.

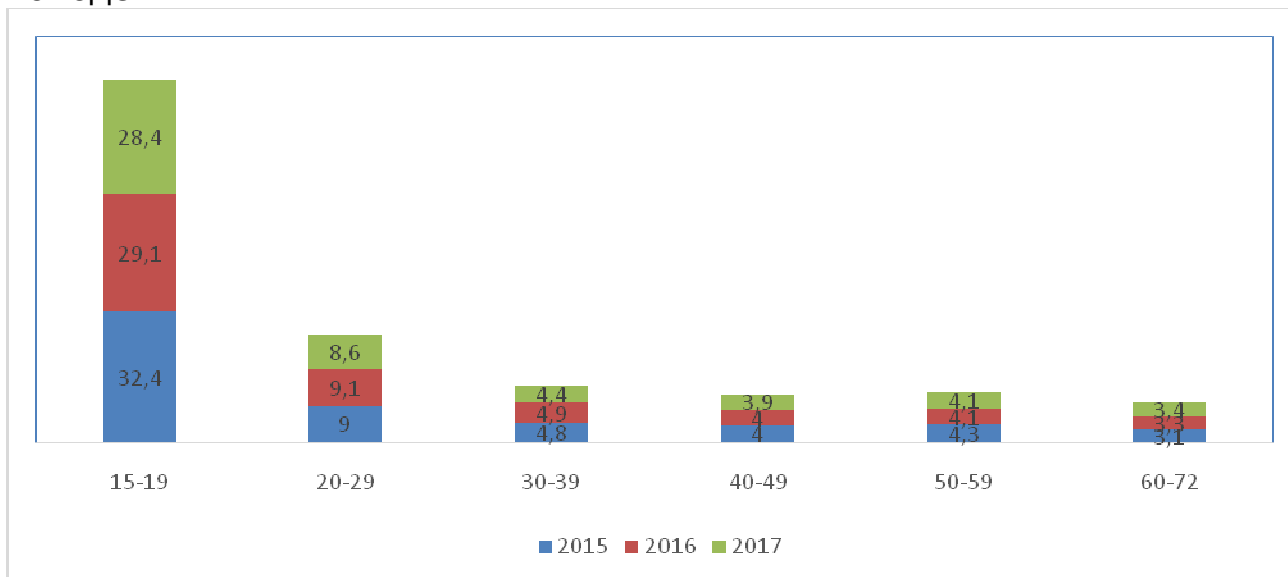


Рисунок 1 - Уровень безработицы населения в возрасте 15-72 лет, в процентах (по данным выборочного обследования рабочей силы; тыс. человек)
Источник: Ситуация на рынке труда в таблицах, графиках, диаграммах/www.gks.ru

Стоит отметить один важный момент: как правило, большое количество безработных в России не фиксируется в официальных статистических данных, в связи с этим можно констатировать неблагоприятную картину на рынке труда, особенно его молодежный сектор, и отсутствие эффективной политики в области занятости населения.

Молодежь как социальная категория обладает своими особенностями и характеристиками. Данные особенности связаны, в первую очередь, с возрастом. На данном этапе происходит встраивание в основные социальные институты, профессиональная социализация, построение структуры трудовых установок и формирование жизненного пути. Социологи отмечают, что на примере данной социальной категории возможно рассмотреть основные проблемы, связанные с изучением роли ценностей и морали в профессиональном выборе и профессиональном становлении личности [1, с.8] Несмотря на то, что молодые люди обладают творческим и инновационным потенциалом, адаптируемостью к изменениям, на рынке труда наблюдается низкий уровень востребованности молодежи и, как следствие, высокий уровень безработицы среди данной категории населения. Следует учитывать,

что данная группа работников характеризуется самым продолжительным периодом трудоспособности. У молодежи больше шансов получить работу по сравнению с людьми среднего и старшего возраста, однако тут возникает другая проблема – отсутствие опыта работы. Большинство работодателей негативно относятся к таким качествам молодых людей как отсутствие навыков трудовой деятельности, умения выстраивать трудовые взаимоотношения в коллективе, неустойчивость поведения и т.д. Данные стереотипы приводят к нарушению прав молодых специалистов. Несмотря на наличие диплома о высшем образовании, многие работодатели отказывают выпускникам из-за отсутствия опыта работы. На практике получается, что молодые специалисты не только не имеют опыта трудовой деятельности, но и не имеют возможности его получить.

Если же молодой специалист находит себе место работы, на этом этапе решается только часть проблемы. Как уже было отмечено, данная группа является наиболее уязвимой в силу отсутствия опыта работы, низкого профессионального статуса, в организации по отношению к таким работникам могут не всегда соблюдаться правовые нормы. Так, распространённой практикой является трудоустройство с испытательным сроком, после которого молодого «новичка» увольняют без объективных объяснений. Социальные гарантии, которые были обещаны при трудоустройстве не всегда предоставляются: хорошие условия труда, достойная оплата труда и т.д. Именно поэтому в отношении большинства молодежи не соблюдается принцип справедливой оплаты труда [2, с. 11-14]. Все трудности, с которыми сталкиваются молодые люди, сокращают возможности выбора трудоустройства. В связи с этим молодые люди вынуждены соглашаться на любую работу, которая могла бы приносить доход. Отсутствие работы по специальности приводит к потере квалификации, утрате профессиональных знаний и навыков.

Таким образом проявляется относительная депривация молодых специалистов как социальной группы. В социологии под депривацией понимается ситуация, когда отдельные индивиды или социальные группы «испытывают чувства и вырабатываемые суждения, неблагоприятным по сравнению с другим индивидуумом в пределах своей или другой группы» [4, с. 485]. По сравнению с молодыми людьми, имеющими трудовые навыки, молодые люди, не имеющие их, оказываются ущемленными в выборе места и условий работы. Относительная депривация формируется на осознании различий в том, что представители одной социальной группы имеют больше возможностей (благ) по сравнению с другими. Такое несоответствие возможностей и ожиданий увеличивает неудовлетворенность в рамках той или иной социальной группы. В рамках молодежи как социальной группы нет еще четко сформировавшейся нормативной системы, четко

определенных трудовых ценностей, что приводит к отсутствию уверенности и безопасности в социально-трудовых отношениях. Для российской действительности характерно трансформации достижений и ожиданий на фоне нестабильной ситуации в экономике, что проявляется в социальных настроениях как отдельных социальных групп, так и общества в целом.

Молодежный рынок труда является самым нестабильным в связи с социально-профессиональной неопределенностью молодых людей. Получив профессию, некоторые выпускники, выйдя на рынок труда, разочаровываются в ней и меняют свои профессиональные стратегии. Несовпадение представлений молодых специалистов и требований работодателей, обусловлено не всегда обоснованными ожиданиями о возможностях адаптации молодежи на рынке труда. Это проявляется сначала в выборе профессии, а затем в дальнейшем трудоустройстве. На сегодняшний момент остро стоит проблема дисбаланса спроса и предложения на рынке труда. Можно наблюдать несоответствие требующихся специальностей в различных секторах экономики и наличием специалистов, окончивших профессиональные учебные заведения. В связи с нестабильной ситуацией в экономике очень сложно становится прогнозировать, какие специалисты будут востребованы. Получая сегодня, казалось бы, востребованную, престижную специальность, по окончании вуза выпускник рискует быть не востребованным на рынке труда [3, с.58-64]. Кроме того, региональный рынок труда имеет свои особенности. Так, на некоторые специальности в регионе существует повышенный спрос, а по некоторым специальностям он переполнен. Для трудоустройства выпускники «невостребованных» специальностей вынуждены переобучаться, либо идти работать не по профессии.

Кроме выше перечисленных факторов, осложняющих выход на рынок труда молодых специалистов, можно выделить следующие: отсутствие механизмов, которые связывают между собой рынок труда и рынок образовательных услуг; большинства выпускников не имеют необходимых навыков самопрезентации на рынке труда, а также навыков ведения переговоров с работодателями; высокая, необоснованная самооценка выпускников своих профессиональных знаний.

Таким образом, в настоящее время существует огромное количество проблем на рынке труда в молодежном сегменте. Эти проблемы имеют двусторонние причины. С одной стороны, молодыми специалистами трудно устроиться в силу своих высоких притязаний, отсутствие мотивации и т.д. С другой стороны, завышенные требования работодателей, ущемление социальных гарантий по отношению к молодым сотрудникам. Не все организации видят преимущества найма молодых специалистов, хотя их достаточно много, например, наличие

ярко выраженного стремления к новаторству, инициативность; более высокая преданность «воспитанных» внутри организации специалистов, и ориентированность на ее цели по сравнению с теми, кто имеет опыт работы.

К решению проблем трудоустройства молодежи нужно подходить комплексно. В данном процессе должны быть задействованы все субъекты рынка труда: государство, учебные заведения, работодатели и сами соискатели. Даже частичное решение этой проблемы будет способствовать улучшению качества жизни молодых граждан. Отсутствие должного внимания к данной проблеме может способствовать росту преступности, социальному расслоению, а как следствие, к социальной напряженности.

Список литературы

1. Занятость молодежи в мотивационном и структурном измерении [Электронное издание] / [М. К. Горшков и др.]; Отв. редактор М. К. Горшков. – Электрон. текст. дан. – М.: Институт социологии ФНИСЦ РАН, 2017.
2. Корж Н. В. Социальная справедливость в представлениях молодежи/Корж Н.В.// В сборнике: Социокультурные факторы консолидации современного российского общества: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией Г.Б. Кошарной, А.Л. Маршака. - 2015. - С. 11-14.
3. Кошарная Г. Б. Ценностные ориентации студенческой молодежи в трудовой сфере/Кошарная Г.Б., Корж Н.В. //Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. - 2013. - № 2 (26). С. 58-64.
4. Большой толковый социологический словарь (Collins). Т. 1 (А-О) / Пер. с англ. М.: Вече; АСТ, - 2001.

УДК 378.14

В.А. Куклев, О.А. Нечаева, В.А. Глушков, А.С. Сальников
(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации)

ФОРМИРОВАНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ И ПОТРЕБНОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОМФОРТНЫХ УСЛОВИЙ ТРУДА В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ТЕХНОСФЕРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. Рассмотрены условия реализации ноксологического мировоззрения, формирования здорового образа жизни и потребности

обеспечения комфортных условий труда в процессе подготовки обучающихся по техносферной безопасности.

Ключевые слова. Техносферная безопасность, условия труда, безопасность личности.

Известно, что содержание образования изменяется под влиянием объективных и субъективных обстоятельств. Под объективными обстоятельствами важно понимать потребности общества, формирующие необходимую систему научных знаний и связанных с ними практических умений, навыков и компетенций, которыми следует овладеть обучающимся и которые развивают их умственные и творческие способности, формируют мировоззрение. Субъективные обстоятельства отражают политику и идеологию общества, где в качестве приоритетных задач развития выдвигаются вопросы обеспечения экологической безопасности, личной и коллективной безопасности граждан.

Одновременно, по мнению В.А. Девисилова [1], необходимо учитывать прагматические основания современного образования: снижение рискогенности деятельности человека, сохранение жизни и здоровья человека (снижение аварийности и травматизма, улучшение демографической ситуации, повышение безопасности и улучшение условий труда, улучшение экологической обстановки). Исследователи подчеркивают, что возрастает роль специалистов по техносферной безопасности, ответственных за определение степени рискогенности новых технологий, они приобретают ключевые социальные и политические позиции в обществе.

По утверждению В.А. Девисилова [1] в настоящее время формируется новая научная ноक्सферная картина мира, интегративная система знаний о которой должна являться основой формирования нового, ноксологического мировоззрения и риск-ориентированного мышления. Подчеркнем, что основой формирования культуры профессиональной безопасности является общепрофессиональная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности», которая должна присутствовать в образовательных программах всех направлений и специальностей, дисциплина носит мировоззренческий характер. В дисциплине углубленно изучаются негативные и опасные факторы профессиональной среды, их влияние на человека и природную среду, методы их идентификации и защиты с преимущественной ориентацией на методы коллективной защиты. Отметим, что человек, имеющий профессиональное образование, должен знать комплекс опасностей современной среды обитания, уметь их идентифицировать и быть знакомым с методами защиты. Мы опираемся на мнение Н.П. Кириллова, выделяющего в [2] социальные аспекты техносферной безопасности, которая наряду с государственной, общественной, информационной, экологической, экономической, транспортной, энергетической безопасностью и

безопасностью личности должна входить в систему обеспечения безопасности России.

В настоящее время научная и педагогическая общественность ожидает утверждения федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования 3-го поколения (ФГОС ВО 3++) согласно [3], на которые с сентября 2019 г. должны перейти вузы России для подготовки студентов, для которых в качестве результата образования задаются сформированные у обучающегося компетенции: универсальные, общепрофессиональные и профессиональные. Подчеркнем наличие в проекте ФГОС ВО 3++ универсальной компетенции УК-8 (способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности), что является обязательным условием при реализации вузами ОПОП по направлению 20.03.01 «Техносферная безопасность» [4]. Важным является требование учета при реализации ФГОС ВО 3++ профессиональных стандартов (рис. 1).



Рис. 1. Взаимосвязь образовательного стандарта с профессиональным стандартом

Известно, что здоровье человека в значительной степени определяется образом жизни, поэтому при изучении общепрофессиональной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» особое внимание уделяется вопросам безопасности при работе на ПЭВМ, в том числе для оценки физических факторов. Известно, что согласно СанПиН 2.2.4.3359-16 «Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах», введенными с 1.01 2017 г., установлены предельно допустимые уровни факторов, которые при ежедневной (кроме выходных дней) работе в течение 8 ч, но не более 40 ч в неделю, в течение всего рабочего стажа не вызывают

заболеваний или отклонений в состоянии здоровья, обнаруживаемых современными методами исследований, в процессе работы или в отдаленные сроки жизни настоящего и последующего поколений. Безопасным считается суммарное время работы на ПЭВМ, не превышающее 4 ч в день, данная рекомендация доводится до обучающихся при использовании разработанного в Ульяновском государственном техническом университете на основе разработок [5,6] и внедренного в образовательный процесс Ульяновского института гражданской авиации имени Главного маршала авиации Б.П. Бугаева (УИ ГА) сетевого электронного курса по дисциплине "Безопасность жизнедеятельности" (рис. 2), выполненного по блочно-модульному принципу, что способствует, на наш взгляд, развитию проектной деятельности курсантов и студентов с учетом требований по соблюдению требований по безопасной деятельности. Такая деятельность, на наш взгляд, должна ориентироваться также на международный CDIO подход.

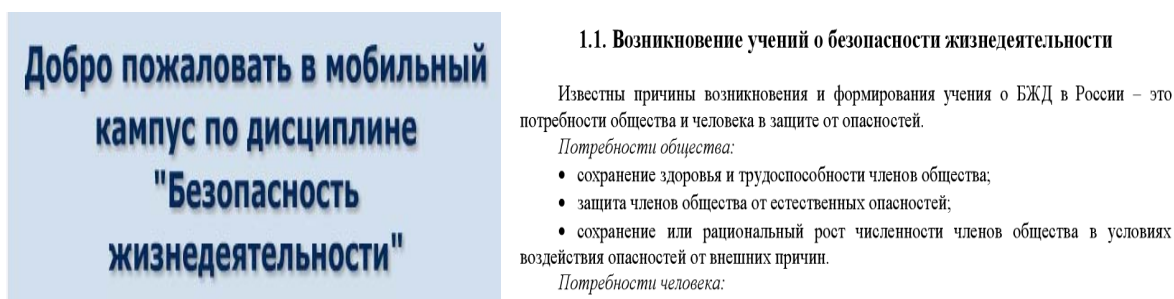


Рис. 2. Вход в сетевой курс

Действительно, принципы проектной деятельности положены в основу международного CDIO подхода в образовании, под которым понимают выполнение цепочки: «Планировать – Проектировать – Производить – Применять». Данный подход нацелен на усиление практической направленности обучения будущих инженеров, а также введение системы проблемного и проектного обучения. Идеология CDIO обучения направлена на устранение наблюдающегося в инженерном образовании во всем мире противоречия между теорией и практикой. Подчеркнем, что такая деятельность должна обеспечивать сохранение жизни и здоровья обучающихся.

Известно, что инициатива CDIO опирается на три общие идеи обучения студентов, чтобы они могли продемонстрировать: глубокие практические знания технических основ профессии; мастерство в создании и эксплуатации новых продуктов и систем; понимание важности и стратегического значения научно-технического развития общества.

Можно выделить декларируемую цель CDIO: инженер – выпускник вуза должен уметь придумать новый продукт или новую техническую идею, осуществлять все конструкторские работы по ее воплощению.

Метод проектов, являясь универсальным методом обучения, способствует формированию всего комплекса компетенций, необходимых будущим инженерам. В этом методе происходит интеграция специальных дисциплин с математикой, информатикой, экологией, физикой, программированием, алгоритмами и структурами данных, введением в инженерную деятельность, обеспечивая «осязаемость» результатов проекта. Проведенные исследования и практическая работа показали, что реализация проектной деятельности способствует формированию у курсантов культуры мышления, коммуникативных навыков, повышает научный интерес, стимулирует их самостоятельную научно-исследовательскую деятельность, способствует формированию профессиональных компетенций.

На наш взгляд, в рамках изучения общепрофессиональной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» представляют интерес реализуемые нами формы учебной работы с целью формирования здорового образа жизни и потребности обеспечения комфортных условий труда в процессе подготовки обучающихся по техносферной безопасности.

На кафедре поискового и аварийно-спасательного обеспечения полетов и техносферной безопасности УИГА реализуется система смешанного обучения, суть которой заключается в сочетании традиционных занятий с использованием возможностей информационно-образовательной среды вуза на базе системы дистанционного обучения MOODLE, которая рекомендована для работы не более 4 часов в день. Традиционные технологии представлены лекциями и практическими занятиями в специализированной аудитории. Иновационные образовательные технологии реализуются в виде активных и интерактивных форм проведения занятий. Внедрена балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения, выявлен лидер изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» - курсант Л.С. Жильцов (гр. ТБ17-1), набравший 137 из 150 баллов.

В рамках года культуры безопасности (2018), объявленного МЧС в России, проведено ставшее традиционным соревнование по лайф-реслингу среди обучающихся по направлению 20.03.01 «Техносферная безопасность». В основу лайфрестлинга (русское название – «борьба за жизнь») положены навыки оказания первой помощи с использованием методик подготовки элитных подразделений, спецподразделений и спасателей МЧС России. В рамках состязаний курсантом группы ТБ-16 П.И. Шурашевым представлены собственные креативные разработки, созданные на идеях формирования культуры безопасности. Курсанты группы ТБ-17 приняли активное участие в составлении мнемосхем в области безопасности, в терминологическом тренинге по разгадыванию специализированных кроссвордов на понимание терминологии по безопасности жизнедеятельности, в выполнении приемов оказания пер-

вой помощи на компьютеризированном манекене.

В заключение отметим, что доклад сопровождается презентацией, раскрывающей суть предлагаемых креативных решений по формированию здорового образа жизни и потребности обеспечения комфортных условий труда в процессе подготовки обучающихся по техносферной безопасности, реализуемых на кафедре поискового и аварийно-спасательной обеспечения полетов и техносферной безопасности УИГА.

Список литературы

1. Девисилов, В.А. Состояние, проблемы и задачи обучения безопасности в высшей школе / В.А. Девисилов // Техносферная безопасность как комплексная научная и образовательная проблема. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 3-12.
2. Кириллов, Н.П. Социальные аспекты техносферной безопасности // Техносферная безопасность как комплексная научная и образовательная проблема. – СПб.: Изд. Политехн. ун-та, 2018. С. 172-177.
3. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29.12.2012 г. (с изм. 2017 г).
4. Симакова, Е.Н. Подходы к формированию ОПОП на примере направления «Техносферная безопасность» (бакалавриат) / Е.Н. Симакова // Техносферная безопасность как комплексная научная и образовательная проблема. – СПб.: Изд. Политехн. ун-та, 2018. С. 17-21
5. Куклев, В. А. Изучение основ техносферной безопасности в модели смешанного обучения / В.А. Куклев, В.А. Глушков, Н.Н. Иванская // Электронное обучение в непрерывном образовании 2017: сборник научных трудов. - Ульяновск: УлГТУ, 2017. - С. 299-307.
6. Куклев, В. А. Становление и развитие системы мобильного обучения / В. А. Куклев. – Ульяновск: УИГА, 2017. – 263 с.

УДК 316.351

М.В. Манова

(Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

Е.В. Ширнина

(Самара, Самарский государственный экономический университет)

УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ В РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ Г.О. ТОЛЬЯТТИ)

Аннотация. Необходимость проведения политики в отношении молодежи определяется спецификой ее положения в обществе. Молодежь уже мало понимать только в традиционном смысле или в

качестве будущего общества. Ее необходимо оценивать как органическую часть современного общества, несущую особую, незаменимую другими социальными группами функцию ответственности за сохранение и развитие нашей страны.

Ключевые слова. Молодежь, общественная группа, критерии, возрастные границы, запросы, потребности, молодое поколение, социализация молодых людей, неформальные объединения, движения молодежи.

Одной из главных проблем, целей и направлений молодёжной политики является формирование в процессе социализации ценностных ориентаций современной молодёжи, как самой динамичной части общества. Молодежная политика в городском округе Тольятти реализуется в 7 направлениях, установленных Концепцией молодежной политики г. Тольятти с 2005 г.

Основной смысл направлений - выстраивание деятельности органов местного самоуправления и муниципальных учреждений, рационализация усилий и предотвращение «распыления» ресурсов и сил. Данные приоритетные направления служат основой мероприятий, проектов и целевых программ, разрабатываемых и реализуемых по отрасли «Молодежная политика».

Охват участников мероприятий (проектов, программ) реализуемых по приоритетным направлениям молодежной политики ежегодно составляет от 112 до 165 тысяч человек.

В последний годы показатель включенности представителей молодого поколения в значительной степени снизился по сравнению с предыдущим годом. Хоть и активистов в формирование гражданской культуры стало больше, все же эту тенденцию нельзя назвать положительной. Причин подобной ситуации несколько.

Во-первых, понижение интереса молодежи и смена приоритетных направлений. Во-вторых, реализация молодежной политики в городе существенно снизила свои обороты, что повлекло за собой уменьшение числа проводимых мероприятий.

Попытка ответить на вопрос «Кто работает с тольяттинской молодежью?» нередко сталкивается с противоречием, вызванным «межотраслевой» природой молодежной политики. Обозначить единственную структуру, выстроить четкую иерархическую модель - не получается. Скорее, можно говорить о сетевом взаимодействии различных равноправных субъектов. На основе этого можно выделить следующие субъекты молодежной политики в городском округе Тольятти:

- Органы власти и муниципальные учреждения (Комиссия по социальной политике, Департамент образования, Департамент культуры, Управление физической культуры и спорта и т.д.); Все

муниципальные структуры, осуществляющие работу с детьми и молодежью в Тольятти, можно разделить на 2 группы:

- органы и должностные лица местного самоуправления;
- муниципальные предприятия и учреждения.

- Коммерческие структуры (проект "Отряд Чистый город" (2006 г., партнерство муниципалитета, региональных и федеральных структур), проект «Великолепный лес» (партнерство ФИА-Банка, Общественного Фонда Тольятти, ДиМОО «Движение молодежи Тольятти», муниципальных и федеральных структур), проект «Лесной брат» (ДиМОО «Движение молодежи Тольятти»).
- Общественные и некоммерческие организации; Всего в Тольятти насчитывается около 47 организаций и с каждым годом их список растет, так как происходит существенное обновление круга организаций, работающих в секторе, состав и задачи организаций постоянно меняются.

Данные организации имеют различные направления своей деятельности:

1. Формирование культуры здорового образа жизни молодежи (Проект «БАРАБАНЫ МИРА», ДиМОО "ДМТ", Клуб Мастеров Боевых Искусств «Лада-Союз», Ассоциация скаутов Тольятти).
2. Создание условий для интеллектуального и творческого развития молодежи (ТЕАТР-СТУДИЯ «БЕЗ ГРИМА», Детское общественное объединение «Лидер - XXI», Эстетический центр «Ассоль», Тольяттинская Лига КВН).
3. Содействие занятости и молодежному предпринимательству (ТГООИ «Центр Независимой Жизни», Городской МЭКОМ клуб).
4. Формирование гражданской культуры молодежи (АНО «КРУГ», ГОО "АУМ", ТГДМОО «Эко-Содружество»).
5. Развитие информационного обеспечения молодежи (АНО «Открытая Альтернатива», АНО "МОСТ").
6. Развитие детского и молодежного общественного движения («Социальный центр «Живая вода», ТГМОО «Молодежный корпус спасателей», Молодежная Палата г. Тольятти).

Процесс становления современной российской молодёжи происходил и протекает в условиях ломки «старых» ценностей советского периода и формирования новой системы ценностей и новых социальных отношений. Эти проблемы имеют свою специфику, опосредованную проводимой в отношении молодёжи молодёжной политикой.

Имея такого рода многофункциональность и влияние на развитие ценностных ориентаций молодежи, аспект эффективности проводимой молодёжной политики, несомненно, нуждается в тщательном изучении и контроле.

Объектом заявленного исследования является молодежь, детерминированная по возрасту на две группы: в возрасте до 21 лет, и от 22 и до 26 лет. Было опрошено равное количество респондентов разделенных по половому признаку.

Для проведения исследования было выбрано два метода – количественный (анкетирование) и качественный (интервью).

Обработка полученных данных производилась в компьютерной программе Microsoft Office Excel.

В ходе исследования мы опросили следующую совокупность респондентов: 100 человек, из которых половину составляли женщины (50%), а другую половину мужчины (50%). По возрасту, опрошенная молодежь разделилась на две равные по количеству группы; 50% - до 21 года и соответственно 50% - от 22 и до 26 лет. Что касается района проживания, то участники опроса из Автозаводского района составляли 48%, а из Центрального 52%.

Вводным вопросом, с которого начиналась анкета, служил вопрос – «Знаете ли Вы о проводимой молодежной политике?». Были получены следующие результаты: почти равное большинство респондентов слышали о молодежной политике (39%) и знают, но без подробностей (38%), 15% - вовсе не знают и лишь десятая часть (8%) опрошенных утверждают, что знают о проводимой молодежной политике.

Что касается гендерных особенностей, то можно отметить, что мужчины чаще, чем женщины выбирали вариант «знаю, но без подробностей»- 42% и 34% соответственно, в свою очередь женщины зачастую отмечали, что «слышали» о данной политике (44% и 34% соответственно). Если сравнивать такую категорию как возраст, то различие наблюдается в том, что молодежь до 21 года менее проинформирована в отличие от молодежи от 22 до 26 лет (20% против 10%). То есть можно сказать, что молодое поколение в своем большинстве имеет в разной степени представление о том, какая политика по отношению к ней проводится в стране.

Далее в анкете следовал вопрос об отношении к проводимой молодежной политике. Большую часть молодежи устраивает данная политика - 57%, в равной степени проявляется негативное отношение респондентов - 16% и положительное отношение - 15%. 12% опрошенных абсолютно не устраивает такая политика.

Так же респондентам был задан вопрос о том, как они оценивают эффективность проводимой молодежной политики, половина опрошенных (50%) считают её неэффективной и лишь 3% отметили эффективность данного направления деятельности, остальные (47%) затруднились в ответе. Различий в ответах респондентов, обусловленных возрастом и полом, не выявилось.

Таким образом, можно предположить, что нынешняя молодежная политика в глазах молодежи не рассматривается как эффективная,

следовательно, она оказывает незначительное влияние как механизм формирования ценностной системы у молодого поколения.

В вопросе о том, какую роль должна занимать молодежь в государстве - 57% опрошиваемых сказали, что молодежь должна тесно сотрудничать с властью на равных в решении своих проблем, 28% считают, что власть должна заботиться о молодежи и оказывать ей помощь во всем и 15% отметили вариант «молодежь должна иметь максимальную свободу от власти и возможность самостоятельно решать свои проблемы».

Уровень заинтересованности современной молодежи во взаимодействии с проводимой политикой определяют её социальную и гражданскую активность, которая проявляется в, так называемой, включенности в рассматриваемую нами сферу. Изучить уровень этой включенности в ходе нашего исследования мы решили через изучение факта участия в молодежных объединениях.

Для начала мы спросили, приходилось ли респондентам когда-нибудь состоять членом молодежной организации или молодежной группы. На сегодняшний день состоят в подобных объединениях 6% опрошенных; состоял ранее, но сейчас не состоит 11% респондентов и 83% ответили, что не состоят.

Сравнивая мужчин и женщин, различие в количестве проявляется в варианте «состою сегодня» 8% женщин выбрали именно этот вариант, а среди мужчин 4%. Так же по данному варианту ответа имеются отличия и между возрастными группами: 10% респондентов в возрасте до 21 года против 2% в возрасте от 22 до 26 лет. Тем самым можно сделать вывод, что на сегодняшний день включенность проявляют молодые люди в возрасте до 21 года, преимущественно женщины.

Данные представленные в отчете о реализации Концепции молодежной политике в городском округе Тольятти показали, что по итогам периода с 2010 по 2017 годы в состав детских и молодежных объединений входило 24570 чел., в том числе по отрасли «Молодежная политика» составила 10238 чел.

Изучив рейтинг приоритетных направлений деятельности молодежной организации г. Тольятти, выяснили, что самыми значимыми являются творческие объединения (48%), далее идут благотворительные (44%), следующее место по популярности занимают организации с политической направленностью (41%), на равных позициях находятся студенческие и добровольнические движения - по 25%, профессиональные союзы предпочитают 11% респондентов, на пятом месте находятся этнические организации (7%), и заключают этот список объединения, носящие религиозный и поисковый характер (2% и 1% соответственно).

При сравнении двух исследуемых групп по половому аспекту можно выделить следующее различие в предпочтениях: наиболее

приоритетной для женщин является творческая направленность организации (37%), у мужчин на пятом месте (11%); представители мужского пола на первое место ставят благотворительность (22%), у женщин данная позиция занимает третье место (18%).

На вопрос «Принимаете ли Вы участие в демонстрациях, митингах, пикетах?» большая часть респондентов ответили, что не принимают участие - 70%, 26% - участвуют, но редко и 4% - участвуют постоянно. Сравнивая молодежь по возрастным группам, можно отметить особенность - только респонденты до 21 года постоянно принимают участие в подобных мероприятиях (8%). В большей мере молодое поколение проявляет низкий уровень политической активности.

Таким образом, осуществление молодежной политики неразрывно связано с участием самой молодежи в ней, наличием соответствующего интереса.

УДК 613.6.027

О.А. Нечаева, Д.З. Измайлова

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации имени Главного маршала авиации Б.П. Бугаева)

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ АЛЛЕРГИЧЕСКИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ У МОЛОДЫХ РАБОТНИКОВ

Аннотация. Статья посвящена анализу аллергических профессиональных заболеваний молодых работников различных видов экономической деятельности. В работе рассматривается статистика заболеваний в группе нозологических форм профессиональной патологии вследствие воздействия различных аллергенов, а также самые распространенные формы профессиональных болезней и их механизмы возникновения.

Ключевые слова. Молодые работники, аллергические профессиональные заболевания, профессиональной патологии, условия труда

Ежегодно, тысячи людей признаются нетрудоспособными. Прежде всего, эта проблема связана со многими причинами, такими как: несчастные случаи, травматизм на производстве, а также профессиональные заболевания.

Согласно данным фонда социального страхования было проанализировано более 170 тыс. случаев заболеваний работников различными формами профессиональных заболеваний, при этом ежегодно регистрируется порядка 7 тысяч работников с впервые установленным диагнозом профессионального заболевания [4], [8].

Именно поэтому, нельзя оставлять данную проблему без внимания, поскольку сохранение жизни и здоровья работников, особенно молодых специалистов является основной задачей государственной политики в сфере охраны труда.

Так, профессиональные болезни возникают в результате воздействия на организм различных негативных факторов производства, и общая клиническая картина не способна установить принадлежность выявленной патологии к категории профессиональных болезней, поскольку большая часть симптоматики может относиться к заболеваниям не характерным для производственной среды.

К одной из таких категорий можно отнести аллергические заболевания, данный вид заболевания, в большинстве случаев, характеризуется хронической формой протекания болезни, которая возникла в результате длительного воздействия вредных и опасных веществ производства.

Рассматривая структуру профессиональной заболеваемости за 2017 год, наибольший удельный вес впервые зарегистрированной профессиональной патологии у работников предприятий по добыче полезных ископаемых – 45,96 %; среди работников обрабатывающих производств приходится 27,58 %. Третье и четвертые места принадлежат, уровням профессиональной патологии среди работников предприятий транспортировки и хранения (11,86 %) и на предприятиях сельского хозяйства, лесного хозяйства, охоты, рыболовства и рыбоводства (5,08 %) [2].

Результаты анализа обусловленности уровня профессиональной заболеваемости от стажа контакта работников с вредными производственными факторами, классов условий труда, возраста работников, профессии могут послужить для расчета уровней профессиональных рисков.

В 2017 году наблюдается перераспределение больных с профессиональной патологией в сторону более молодых работников, а также в сторону работников с меньшим стажем контакта с вредными производственными факторами.

Максимальный риск возникновения профессионального заболевания проявляется у работников-мужчин при контакте с вредным производственным фактором свыше 25-29 лет, у работниц-женщин – при стаже свыше 35 лет. В указанных стажевых группах доля зарегистрированных профессиональных заболеваний среди работников-мужчин составляет 20,69 %, среди работниц-женщин – 17,53 % от всех профессиональных заболеваний, распределенных по гендерному принципу [2].

По данным Федерального центра гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора удельный вес аллергических заболеваний в 2017 году составлял 1,47% (в 2016 – 1,54%, в 2015 – 1,85%) от всего

количества профзаболеваний. На сегодняшний день самыми распространенными формами профессиональных болезней являются: бронхиальная астма, контактный дерматит, а также экзогенный аллергический альвеолит [7].

Из государственного доклада «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Российской Федерации в 2017 году» следует, что наиболее распространенным аллергическим заболеванием является астматический бронхит (17,63 %), в 2016 году ее показатель от удельного веса заболеваний в группе нозологических форм профессиональной патологии вследствие воздействия различных аллергенов составлял 17,13 % (в 2015 – 19,98 %) [2], [3]. В большинстве случаев, под бронхиальной астмой понимают хроническое воспаление дыхательных путей, которое проявляется в виде приступов одышки, очень часто, заболевание сопровождается различными приступами сильного кашля и удушья [5]. Профессиональная бронхиальная астма возникает на почве различных факторов. Основная причина ее развития – это неблагоприятные условия труда. Воздух, которым дышит работник, является вредным, поскольку содержит в себе смеси различных газов, пыли, мелких частиц и иных производственных веществ. Чаще всего бронхиальная астма сочетается с наличием у больного рядом сопровождающихся симптомов: дерматит, ринит, экзема, в особо редких случаях, возникают приступы отека Квинке [1].

В начале заболевания, для того чтобы избавиться от приступов удушья, достаточно лишь покинуть производственную зону, но если заболевание характеризуется длительным хроническим процессом, то длительность периодов развития подобных приступов достаточно продолжительная.

Говоря о профессиональных аллергических заболеваниях, нельзя не отметить другую не менее опасную болезнь, а именно: профессиональный контактный дерматит.

Профессиональный контактный дерматит (ПрКД) – это заболевание, вызываемое взаимодействием кожи с химическими, биологическими или физическими агентами, находящимися в производственной среде [6].

В первую очередь воздействию вредных веществ подвергаются наиболее тонкие участки кожи, в последствии это характеризуется обильным притоком крови к определенному участку поверхности, наблюдается покраснение данной области, а также отек. Позднее поражаются более глубокие участки, что характеризуется появлением у больного мокнущих желтых струпьев.

В целом, ПрКД имеет благоприятный прогноз для лечения, опять же, лишь в случае своевременной диагностики заболевания, а также устранения вредных факторов, и правильного лечения. Но нельзя

исключить того, что заболевание примет форму хронического и тогда основной комплекс мероприятий по лечению следует направить на ликвидацию острых форм болезни, а также имеющихся симптомов. Рассматривая наиболее распространенные формы профессиональных аллергических заболеваний, нельзя не отметить, одну из самых опасных болезней, которая возникает при повреждении легочной ткани – экзогенный аллергический альвеолит. Обычно, болезнь возникает в случае длительного контакта рабочего с профессиональными аллергенами, в связи с этим, даже существует возможность предугадать к какой сфере деятельности относится работник [1]. Наибольшее значение при возникновении болезни, имеет наличие особых факторов, таких как: концентрация вдыхаемых вредных веществ и их механический состав.

Как правило, к данному заболеванию подвержены лица со слабой иммунной системой, которая не способна противодействовать потенциальному аллергену, в связи с чем, после длительного контакта с ним и развивается заболевание. Острая форма заболевания, по своей симптоматике очень схожа с пневмонией (воспаление лёгочной ткани). Из симптомов принято выделять следующие: повышение температуры тела, наличие хрипов в лёгких, изменения в составе крови (повышение СОЭ (скорость оседания эритроцитов), лейкоцитоз). В острой и хронической форме, лечение заключается в применении гормональной терапии. Хроническая форма, практически, не поддается лечению, в связи с этим прибегают к симптоматическому лечению.

Подводя итоги, хочется отметить, что анализ профессиональных аллергических заболеваний, является важной проблемой в сфере сохранения жизни и здоровья работников, особенно молодых специалистов в процессе трудовой деятельности.

Так, наибольшее влияние на состояние здоровья молодых работников оказывают условия труда в которых они вынуждены трудиться, в случае их несоответствия нормативным требованиям, возрастает риск возникновения различных профессиональных заболеваний, в том числе и аллергических. Таким образом, своевременное обнаружение нарушений, влияющих на качество условий труда, таких как несовершенство технологических процессов, рабочих мест, санитарно-технических установок и др. позволит на порядок сократить уровень профессиональных аллергических заболеваний.

Список литературы

1. Аллергические профессиональные заболевания работников – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ucrazvitie.ru/> – Загл. с экрана.

2. Государственный доклад «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Российской Федерации в 2017 году»: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. – 2018. – 286 с.

3. Государственный доклад «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Российской Федерации в 2016 году»: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. – 2017. – 220 с.

4. Корж, В. А. Основные направления улучшения условий труда работников // Охрана и экономика труда. – 2015. – № 3. – С. 4-7.

5. Медицинская энциклопедия – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://medportal.ru/> – Загл. с экрана.

6. Профессиональный контактный дерматит – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://safework.ru/> – Загл. с экрана.

7. Распределение профессиональных заболеваний и отравлений в зависимости воздействия вредных производственных факторов – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trudcontrol.ru/> – Загл. с экрана.

8. Самарская, Н. А. Состояние условий и охраны труда в современной России // Экономика труда. – 2017. – Том 4. – № 3. – С. 209-222.

УДК 37

Е.А.Пазенко

(Уссурийск, Дальневосточный федеральный университет)

ПРОБЛЕМА ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЫХ ПЕДАГОГОВ В ШКОЛУ: СТАТУС ПРОФЕССИИ

Аннотация. В статье рассматривается взаимосвязь проблемы обновления педагогического корпуса и статуса педагогической профессии в обществе. Отмечается значимость такого фактора привлекательности педагогической профессии как статус, прежде всего, для молодых выпускников университетов в процессе выбора карьеры.

Ключевые слова. Статус педагога, статус профессии, эффективные школьные образовательные системы, привлечение в педагогическую профессию, профессиональная подготовка, молодые педагоги.

Одной из важнейших задач современной образовательной политики является обновление педагогического корпуса. При этом, осуществление данной задачи осложняется наступающей проблемой дефицита педагогических кадров во многих странах мира, поскольку

большое количество специалистов достигнет пенсионного возраста. В связи с этим, возникает необходимость разработать эффективные стратегии привлечения молодых профессионалов в педагогическую профессию, системы мотивации и стимулов, побуждающих молодых выпускников прийти на работу в школу и удержаться на рабочем месте. Образовательные учреждения должны стать привлекательным местом работы, удовлетворяющим потребности в достойной оплате труда, условиях работы, перспективах профессионального развития. Многие страны, «сумевшие сделать профессию учителя привлекательной, добились этого не путем повышения заработной платы, а улучшением общественного положения учителей — предлагая им реальные перспективы служебного роста и доверяя им как профессионалам проведение реформ» [5, с.76]. Осознание данной проблемы нашло отражение в государственной программе «Развитие образования до 2020 года», в которой отмечается, что «важным фактором, неблагоприятно влияющим на качество образования, распространение современных технологий и методов преподавания, является состояние кадрового потенциала на всех его уровнях» [3, с.15]. В Программе в качестве одной из целевых ориентиров закреплено, что к 2020 году в результате реализации программы в Российской Федерации «повысится привлекательность педагогической профессии и уровень квалификации преподавательских кадров» [3, с.34]

В данной статье рассматриваются основные меры по привлечению молодых педагогов в школы в передовых образовательных системах мира и значение для решения данной проблемы такого фактора как статус педагога на основе данных международных сравнительных исследований.

Согласно ряда исследований, на привлечение учителей в школы и их удержание влияют такие факторы, как личностные характеристики учителей, их профессиональная подготовка, рабочие нагрузки и стиль школьного руководства (Darling-Hammond et al, 1999...). Для студентов, рассматривающих преподавание как вариант будущей карьеры, значимы такие аспекты профессиональной позиции учителя, как заработная плата, условия работы, отношение общественности к профессии преподавателя, а также возможность помочь учащимся в получении знаний (Stokes, 2007) [1, с.184]. Таким образом, социальный статус педагога является важным фактором, учитываемым при принятии решения о сфере профессионального самоопределения по окончании обучения, именно и прежде всего для молодых выпускников университетов.

Академические успехи учащихся, отмечается в международных исследованиях. являются заслугой прежде всего «хорошо подготовленных, опытных, высококвалифицированных» преподавателей

(Darling-Hammond, 2010), и в гораздо меньшей мере могут быть отнесены на счет какого-либо иного ресурса школы. [4,151].

Эффективные образовательные системы учитывают, что для квалифицированного учителя необходим ряд качеств, формируемых в процессе профессиональной подготовки: высокий общий уровень языковой и математической грамотности, хорошо развитые коммуникативные навыки и навыки межличностного взаимодействия, готовность учиться и наличие мотивации учить. В передовых школьных системах были отработаны процедуры выявления у кандидатов таких навыков и характеристик, что позволяет отбирать тех соискателей должности, которые с наибольшей вероятностью станут хорошими учителями [2, с.19]. Однако проблема заключается в том, что такие качества (метакомпетенции), как умение ладить с людьми (общаться, находить контакт, выстраивать отношения), умение разъяснять сложные вещи простым языком, многозадачность, игропрактика, которые формируются в том числе и в педагогическом образовании, могут быть востребованы в разных сферах деятельности, но не из любой профессии можно войти в преподавание.

Правительства многих стран, международные организации (ОЭСР, ЮНЕСКО) сосредотачивают усилия, в основном, на технических аспектах привлечения и удержания учителей: повышении начальной заработной платы до привлекательного уровня, конкурсный отбор абитуриентов на педагогические программы и кандидатов на должности учителя, оценивании учителей через внедрение процедур сертификации и лицензирования, дополнительные меры поощрения учителей, которые работают в сложных условиях, со сложным контингентом учащихся, и акценте на практической подготовке студентов [1, с.184].

Исследование М. Барбера и его команды продемонстрировало, что передовые школьные образовательные системы научились привлекать к учительской профессии качественные кадры. Это приводит к общему улучшению результатов обучения. Стратегии привлечения не отличаются особым разнообразием и концентрируются, в основном, на следующих направлениях: профориентация и качественный отбор абитуриентов на педагогические программы, эффективные процедуры аттестации учителей на различные должности, позволяя строить карьеру, и устанавливая высокую, соотносимую со среднерегиональной, начальную заработную плату. Такой подход приводит к повышению статуса профессии учителя, что способствует повышению привлекательности профессии для более качественных кандидатов [2, с.17].

Примеры создания эффективных образовательных систем показывают, что способность школьной системы привлекать к учительской профессии квалифицированных специалистов тесно связана со статусом этой профессии. В Сингапуре и Южной Корее

опросы общественного мнения показывают, что население в целом считает, что учителя вносят больший вклад в развитие общества, чем представители любой другой профессии. Согласно данным социологических опросов, учителя-новички, работающие в данных системах, утверждают, что статус профессии послужил одним из важнейших факторов в их решении стать учителем [2, с.28-29]. Очевидно, что «если школа не является привлекательным местом работы, если преподавание как профессия не позволяет молодым людям реализовать свой потенциал, если непрерывные реформы значительно повышают напряженность в школе, то сложившиеся у студентов представления о бедственном положении школьных учителей значительно влияют на вероятность их отказа от работы по выбранной специальности» [1, с.185].

Наблюдается отчетливая взаимосвязь между привлекательностью учительской профессии и тем статусом, который она имеет в обществе.

Исследования показывают, что привлекательными являются такие условия педагогической работы, которые влияют и на удовлетворенность педагогической работой, как:

- повышение заработной платы,
- работа на условиях постоянного контракта и на полную ставку,
- программы поддержки молодых преподавателей, в том числе, наставничество,
- техническая оснащенность школы,
- кооперативное управление и общие цели, позволяющие педагогам эмоционально и когнитивно идентифицировать себя со школой, влиять на происходящие там процессы,
- позитивная, объединяющая школьная атмосфера, которая способствует вовлеченности учителей в дела школы и снижает текучесть кадров [4, с.152-154].

Статус профессии учителя выражает общественную и государственную оценку важности педагогического труда, вклада, который вносят представители этой профессии в национальное благосостояние и развитие, ранжированную относительно других профессиональных групп или по определенной шкале (например, пятибалльная система). Статус профессии педагога отражает степень уважения к учителю в обществе и государственную оценку в виде признания особого статуса, предоставления льгот, компенсаций, нематериальных благ. Общественная и государственная оценки и, соответственно, статус, могут не совпадать. Они не являются неизменными величинами. Государство может влиять статус профессии и любые, в том числе, незначительные аспекты образовательной политики отражаются на статусе педагога. Как свидетельствует опыт Сингапура, Англии и Финляндии, энергичные усилия, направленные на повышение привлекательности преподавания в сравнении с другими

профессиями, могут кардинально изменить ситуацию [6, с.81]. При этом, следует опираться на то, что сами учителя ценят в профессии: социальная значимость преподавания, творческий характер работы, общение с молодежью, профессиональная самостоятельность и работа в кругу единомышленников.

В 2013 году Фонд Varkey GEMS провел крупномасштабное международное исследование статуса учителей — Глобальный индекс статуса учителей (2013 Global Teacher Status Index) [7]. В ходе исследования были опрошены 21 тысяча человек в 21 азиатском, европейском, южноамериканском и ближневосточных странах. Российская Федерация не была охвачена данным исследованием. Чтобы оценить социальный статус учителей, опрошенных просили ранжировать учителей в ряду других профессий, таких как врачи, юристы, государственные служащие и т.д; спрашивали о том, будут ли родители поощрять своего ребенка стать учителем, сколько нужно платить учителям, должна ли заработная плата учителей быть связанной с образовательными результатами их обучающихся, уважают ли, по их мнению, учащиеся учителей. Затем данные этого опроса были сведены к индексу, с ранжированием по каждой из 21 обследованной страны.

Результаты оказались не вполне предсказуемыми. Учителя имели самый высокий статус в Китае и Греции, а самые низкие — в Израиле и Бразилии. Большинство европейских стран, а также Великобритания и США, занимали срединные строчки индекса. Однако Великобритания оказалась выше по индексу статуса учителя, чем большинство других европейских стран, включая Финляндию, в том числе и других стран со сравнимым ВВП на душу населения, как Германия и Франция. Учителя средних школ Великобритании имели наивысший статус среди всех опрошенных европейских стран. При этом по другим критериям отличия от других европейских стран несущественны. Как и в большинстве других обследованных стран, британцы ставят учителей рядом с медсестрами и социальными работниками, и примерно четверть будет поощрять своего ребенка к профессии учителя, хотя этот показатель немного выше, чем в Германии, Франции и Финляндии. Причину этого можно обнаружить в той обширной и весьма успешной программе по повышению статуса педагога и преодолению дефицита педагогических кадров, которую провело британское правительство в 2000-2005 гг. «Агентству по подготовке и развитию кадров для школ (TDA) было поручено повысить качество и количество претендентов на получение профессии учителя. Агентство применило самые передовые маркетинговые и рекрутинговые приемы, позаимствованные в частном секторе: оно тщательно сегментировало свою целевую аудиторию, отслеживало динамику кандидатов через сложную информационную систему, предполагающую учет индивидуальных потребностей клиента

и установление долговременных персональных каналов связи, расписало алгоритм взаимодействия между своими представителями и потенциальными учителями и отслеживало реакцию на свои действия через опросы и маркетинговые исследования». Также были открыты альтернативные пути к учительской профессии, что резко увеличило количество и качество потенциальных соискателей. В 2006 г. в Великобритании были доступны 32 способа приобрести учительскую профессию [2, с.31]. Кроме того, в Великобритании обнаруживается феномен «суперруководителя», когда директора школ рассматриваются как агенты перемен в системе образования. Это отличается от культуры других стран, где директора школ рассматриваются скорее как администраторы, чем педагогические лидеры.

В большинстве обследованных стран обнаруживались различия в статусе между уровнями образования: наиболее уважаемыми являются директора школ, затем преподаватели средних школ, а затем учителя начальной школы, за исключением Франции, Китая, Турции и США, где учителей начальных классов уважают больше, чем их коллег в средней школе. В большинстве стран общественность считает, что у учителей должна быть более высокая заработная плата, хотя были исключения. Во Франции, США и Японии считают, что учителям нужно платить меньше.

По меньшей мере, половина опрошенных поддерживают зависимость размера оплаты труда от результатов деятельности учителей. Но самые сильные различия обнаружились в восприятии учительской профессии между восточными странами и Западом. За исключением Греции, учителя в Китае, Южной Корее, Египте, Турции и Сингапуре имели более высокий статус, чем в европейских странах и США.

В европейских странах от 10 до 25% опрошенных склонны думать, что ученики уважают учителей, по сравнению с 75% в Китае. Менее 20% немцев поощряли бы своего ребенка стать учителем по сравнению с почти 50% китайцев. Из всех стран, охваченных опросом, только в Китае учителей по статусу сравнивают с врачами.

Выводы данного исследования содержат важное послание правительствам в нынешние времена бюджетного дефицита и жесткой экономии. Не обнаружено четкой связи между статусом учителя и образовательными результатами учеников. Профессиональный статус в одних странах совпадает с уровнем материального вознаграждения, в других существенно отличается (высокий статус - невысокая зарплата как в Китае, или высокая зарплата - не очень высокий статус как в Финляндии). А, значит, нет оснований рассчитывать на то, что улучшение статуса учителей приведет к улучшению результатов учащихся в условиях низкого материального вознаграждения.

В 2016 г. ВЦИОМ провел очередной опрос россиян об отношении к профессии учителя. Вполне престижной профессию учителя считают 21% опрошенных, 37% считают, что это обычная профессия, не слишком престижная, но и непрестижной ее не назовешь, 37% уверены, что эта профессия сегодня однозначно непрестижна. При этом работу учителей в целом 34% опрошенных оценивают выше среднего, 41% - удовлетворительно. [5]

Статус профессии учителя является значимым фактором, обеспечивающим привлекательность учительского труда в глазах, прежде всего, выпускников университетов и амбициозных профессиональных кандидатов, рассматривающих преподавание как карьеру, как область, где они могут самореализоваться. Соответственно, необходимо сосредоточить усилия на повышении статуса в глазах именно этих категорий рекрутов. Статус педагога не является неизменной величиной и может положительно изменяться в результате целенаправленных усилий государственных институтов. Среди общих мер, способствующих повышению статуса педагога, можно отметить следующие: повышение стартовой заработной платы, рекламные кампании, повышающие значимость учительского труда, улучшение стартовых условий для молодых специалистов, контроль над количеством мест на педагогических программах посредством финансирования для ограничения предложения, институт наставничества и помощь молодым педагогам в адаптации к профессиональным нормам, улучшение условий труда педагога.

Представление о профессии педагога как призвании, где награды должны получаться только от социального уважения, обречено на провал. Если мы хотим, чтобы лучшие выпускники университетов шли в педагогическую профессию и добивались лучших результатов от учеников, необходимо добиться того, чтобы профессия учителя рассматривалась как вознаграждаемая и высокостатусная профессия

Список литературы

1. Айдарова Е.В. Бедственное положение учителей и уход студентов-педагогов из профессии. Воспринимаемое, переживаемое и понимаемое пространство школы // Вопросы образования. – 2012. – №2. С.183-207.
2. Барбер М., Муршед М. Как добиться стабильно высокого качества обучения в школах. Уроки анализа лучших систем школьного образования мира // Вопросы образования. – 2008. – №3. – С.7-60.
3. Государственная программа Российской Федерации “Развитие образования” на 2013-2020 годы. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 мая 2013 г. № 792-р [Электронный ресурс] – Режим доступа:

https://минобрнауки.рф/документы/3409/файл/2228/13.05.15-Госпрограмма-Развитие_образования_2013-2020.pdf.

4. Смит У., Персон А. Удовлетворенность преподавателей работой в школах с высоким уровнем бедности: поиск корректирующих мер политического воздействия в Эстонии, Грузии и Латвии // Вопросы образования. – 2016. – №2. – С.146-182.
5. Профессия «учитель»: вчера и сегодня. Опрос ВЦИОМ / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=398>.
6. Шляйхер А. Учитель как специалист высокой квалификации: построение профессии. Уроки со всего мира // Вопросы образования. – 2012. – №1. – С.74-92.
7. Dolton P., Marcenaro-Gutierrez O. Global Teacher Status Index /Varkey GEMS Foundation.October 2013 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.varkeyfoundation.org/media/4604/global-teacher-status-index.pdf>.

УДК 316.75

Т.А. Рассадина

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации)

СТУДЕНЧЕСКОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Статья посвящена анализу некоторых особенностей студенческого самоуправления (ССУ) в контексте формирования политической активности молодежи. Приводится сравнительный анализ аспектов ССУ в советский период и в современной России. Обозначены современные проблемы формирования политической активности и гражданских установок молодежи в процессе участия в ССУ.

Ключевые слова. Студенческое самоуправление, политическая активность, политическое участие, гражданские установки, современная российская молодежь.

Интерес к молодежной политической активности в новейшую историю России возникал чаще или даже как правило вслед за неуправляемой энергией молодежи. К примеру, на фоне роста протестной активности, девиаций, эпатажных ситуаций и т.п.

В последнее время наблюдается проявление государством действенного регулярного интереса к молодежи, молодежным лидерам, поиски современных форм взаимодействия.

Современная молодежь безусловно, более свободна, чем предыдущие поколения, более предрасположена к восприятию нового, с выраженными ценностями эпохи постмодерна, где системообразующей ценностью стал плюрализм. Все это очень важно для развития общественной самоорганизации.

Вопрос самоорганизации, самоуправления чрезвычайно сложен для людей со статусом взрослого вообще, тем более исторически привыкших жить в авторитарных системах, в условиях «ручного» управления. Молодежь, отягощенная реальным статусом незрелого, недосоциализированного, недообразованного, невоспитанного, осваивает такие формы жизни тоже непросто.

Анализу этих процессов посвящен большой пласт современных исследований [1]. Не претендуя на исчерпывающую постановку вопроса, на истину в последней инстанции, обозначу некоторые аспекты, которые находятся в плоскости моих многолетних наблюдений над развитием студенческого самоуправления в контексте формирования политической / гражданской активности молодежи.

Участие в студенческом самоуправлении – это не прямое политическое участие. Оно максимально близко и понятно студенческой молодежи, касается практически всех сторон ее жизни.

Современная система студенческого самоуправления в силу ряда причин не может быть отнесена к институтам подлинного гражданского общества; в то же время, ее социализирующее воздействие на молодых граждан нельзя недооценивать.

Уточним, термин «активность» принято относить к жизненным установкам в целом; термин «активизм», как известно, используют для выделения форм общественно-политической активности.

Вопрос об активизме молодежи в России объективно не прост. Сказываются факторы советского прошлого, сложный характер трансформаций в постсовременной России, смена критериев ценностей, сложность определения критериев общественной пользы (полезности), гражданской активности.

Интересным представляется советский опыт развития студенческой самодеятельности.

Советская система социализации студенчества предполагала обязательную государственную легитимизацию любой приемлемой для властей студенческой инициативы. В то же время следует констатировать наличие реальной, не имитационной низовой активности, вполне лояльной по отношению к патерналистской опеке, присущей советскому студенчеству.

Советская молодежь, студенческая как ее реальный авангард, активно вовлекалась в официальную политику. Участие было и добровольным, и вынужденным, и добровольно-принудительным. Активность молодежи целенаправленно стимулировалась,

формировалась, контролировалась. В советское время критериями активной жизненной позиции были: участие во всех мероприятиях, которые одобрялись официальными общественными организациями (партией, комсомолом, профсоюзами); подчинение большинству, коллективу; приоритет духовных ценностей над материальными; знание политических документов. Политически грамотен и морально устойчив – фразы, которыми заканчивались характеристики-рекомендации, в том числе, для поступления в престижные вузы, на определенную работу, выезда за границу и т.д.

Есть точка зрения, что в советский период гражданское общество было сформировано больше, чем в современной России. Действительно, были ежемесячные собрания (комсомольские, профсоюзные, партийные, трудовых коллективов, групповые, курсовые, факультетские и т.п.). От них уставали, с них сбегали. Но это были площадки, на которых шло обсуждение вопросов не только по залегитимизированным сценариям. Имели место и указания на актуальные действительные проблемы; критика шла, не взирая на лица и нередко статусы. Еще до перестройки (например, в первой половине 80-х) в критерии оценки публичных выступлений включались обязательные критика и предложения.

Уже в советское время происходило осознание потери субъектности молодежи. Это было не только в теории, но и на практике. Были реальные призывы к ее восстановлению (призывы быть хозяевами в своих организациях, решать конкретные проблемы, влиять на самые разные решения в организациях). Участие в молодежных организациях нередко оказывало серьезное влияние на дела в организации, селе, городе, области, даже стране.

Несмотря на разную информацию о комсомольских лидерах (чего только стоили в те времена книги, публикации в прессе - «ЧП районного масштаба» Ю. Полякова, «Вольские аномалии» в «Комсомольской правде» и др.), было немало лидеров, которые влияли не скрытым административным ресурсом, а настоящим авторитетом. Зачастую молодежь с ее максимализмом, верой в подлинные ценности иных просто не признавала. Особенно это относилось к студенческой молодежи. Было немало умных, референтных наставников (ректоров, секретарей парткомов, деканов), которые прошли школу комсомола, управления, сами стали влиятельными для молодежи лидерами.

Студенческое самоуправление и игра в него (типа дней самоуправления) - вполне реальная серьезная жизнь. Такие традиции воспитания, плотного взаимодействия с молодежью в советский период были повсеместно. Реальностью был и жесткий, тотальный контроль, и открытый, и латентный, который, как известно, создавал эффект «сжатой пружины». Когда он ослабевал или сходил на нет, как в конце перестройки и в начале постперестроечного периода, наблюдался

выброс неконтролируемой и неуправляемой активности с явным проявлением антиценностей предыдущего периода (потребительство, падение моральных ценностей, неформальная активность, разные формы девиантного поведения).

В постперестройку наблюдалось странное и безусловно ошибочное отстраненное отношение власти к молодежи, отсутствие интереса к ее проблемам. Молодежная политика имела форму реакции на чрезвычайные ситуации в молодежной среде.

Сегодня другая реальность. Молодежь живет взрослыми серьезными проблемами, как-то: безработица, платное образование, реальный плюрализм, новые технологии, информационное пространство, культурные практики, новые стратификации и т.д. Адаптационные практики в условиях постоянных изменений альтернативны советским: индивидуализм пришел на смену коллективизму; мобильность, риск – стабильности; карьеризм, амбиции – на смену работе на одном месте, скромности в карьере; ценность потребления, материального; деньги – эквивалент свободы, независимости, успешности.

Сегодня наблюдается уникальная общественная ситуация и для непосредственного проживания, и для ее изучения, понимания.

Жизнь в условиях монолита (чего реально никогда не было) – усредняет, но жизнь в условиях постоянного выбора из огромного количества вариантов, возможностей, дорог, средств – сложная, размывает нормативную систему, межпоколенную коммуникацию, преемственность. Нередко отмечается и рост инфантилизма среди молодежи.

Многие годы исследователи констатировали как данность политическую апатию молодежи. По ощущениям самих молодых людей, они не оказывают заметного влияния на государство. Активное участие молодежи в политических протестах конца 2011 – начала 2012 гг. для многих стало неожиданностью: еще накануне СМИ и некоторые эксперты сокрушались по поводу пассивности молодежи. Весной 2017 г. некоторые группы молодежи всколыхнули информационные выпады против власти и призывы к протестам оппозиционера Навального.

Разговоры об абсолютной пассивности современной молодежи – миф.

Осенью 2017 г. наблюдали проявление студенческой солидарности в связи с размещенными в интернете курсантами Ульяновского института гражданской авиации роликами, реакцией на это административных структур и общественного мнения.

Большинство или даже подавляющее большинство, как показывают исследования в регионах демонстрируют желание заниматься общественно-полезной деятельностью (по данным НИЦ «Регион» (УлГУ) – свыше 80%), но присоединяться к кому-то, например,

в качестве волонтеров, а не создавать новые проекты, не брать на себя всю ответственность.

Повседневная рутина учебы, семейных дел, работы остается самой важной для молодых людей [2]: сфера учебы, образования в наибольшей степени для 69 % опрошенных (в рейтинге № 1); семья, дети, дом – для 67 % (2 место); работа, карьера, продвижение по службе – 48 % (3 место). Политика, общественная деятельность являются приоритетными лишь для 4 % опрошенных. Аналогичные тенденции продемонстрировало наше исследование (Репина Е.И., Рассадина Т.А. «Рационализация сознания и поведения современной российской молодежи, 2017-2018 г. »).

Интерес к политическому участию находится в конце рейтингов интересов. Студенческое самоуправление – это площадки для взаимодействий, коммуникации, обмена мнениями, диалога. Здесь создаются сообщества знающих друг друга лично, доверяющих друг другу людей; формируется равнодушное отношение к общественной жизни, интерес к защите коллективных интересов. Любопытно, несмотря на кардинально изменившуюся эпоху преподаватели, давно работающие в вузах, замечают, как практики советского периода, с которыми непосредственно не знакомы современные студенты, странным образом как социальные стереотипы или даже архетипы коллективного бессознательного проникают и укореняются у современной молодежи. Видимо мало, или нет других образцов, или так поступать легче, результативнее.

Гражданская социализация в процессе участия в работе органов самоуправления возможна тогда, когда деятельность последних характеризуются реальной автономией, даже если сами «рамки» деятельности заданы администрацией вузов. Основные сложности в развитии студенческого самоуправления кроются в относительно низком общем уровне молодежной активности, в традиционной для России практике административной опеки молодежи и в отождествлении самоуправления студентов с одним из направлений воспитательной работы вуза или молодежной политики.

Действительно, сейчас студенческое самоуправление курируют заместители деканов, проректоры по работе с молодежью. Заниматься молодежью, безусловно, необходимо, хотя это прямой административный ресурс. Даже в комсомоле все-таки руководили организациями студенты, сама молодежь. Взрослые оказывали косвенное воздействие через лидеров. Взаимодействие молодежи и взрослых шло в рамках общественной работы, бесплатной, в которой другие рычаги воздействия. Сегодня очень востребованы умные, современные, референтные наставники, которым есть что передать, которые умеют не навязывать свое мнение, не манипулировать, даже

если работу с молодежью они выполняют как представители администрации, за это получают заработанную плату.

Как продемонстрировало исследование Павловой С.М. [3], абсолютные показатели гражданской активности и у «активистов», и у обычных студентов невысокие, преобладают патерналистские установки. Опыт участия в студенческом самоуправлении позитивно влияет на повышение гражданской активности молодых людей, в том числе вне вуза и после него. Это влияние проявляется как в сфере мировоззрения, так и на уровне поведенческих практик.

В процессе студенческого самоуправления формируются гражданские установки. Этот процесс, как и формирования установок вообще, – сложный, неоднонаправленный, многофакторный. Уровень их интернализации всегда и у всех разный. Как аспект социализации происходит на протяжении всей человека, никогда не бывает полным.

Связь между установками и поведением личности очень сложная. Есть ситуации, когда установка влечет за собой поведение. «Любое действие рождается от мысли» (Ральф-Вальд Эмерсон). И тогда логика формирования установки практически соответствует ее последовательной традиционной структуре: знание (когниция) – эмоции (отношение) – поведение. Есть ситуации, когда мысль – дитя поступка. Существует целенаправленное воздействие на молодых людей с самых ранних этапов жизни, когда создаются специальные ориентирующие ситуации. Известен древний прием – «кооптация», когда молодых лидеров включают в актив, на престижный пост, в определенную роль. Такие аффилированные довольно быстро усваивают требуемые установки. И вообще, человек многократно получает соответствующую информацию; высказываемое утверждение (например, публично) психологически становится убеждением (основой поведения). Есть еще и фактор взаимовлияния людей, особенно в публичном пространстве, что особым образом сказывается на формировании и проявлении установок.

И конечно, формирование гражданской идентичности происходит не только в рамках групповой активности, к примеру, в вузе. Есть и другие институты, культура. В студенческое самоуправление приходят зачастую уже во многом сформировавшиеся участники, со своим габитусом, установками, опытом, именно они, а не иные, прежде всего, попадают в эти структуры. Не будем исключать ситуации, когда в студенчестве возникает интерес к такой активности.

Действия участников студенческого самоуправления, как и активистов гражданского общества вообще, полимотивированные. Мотивы не кроются только в сфере гражданственности, помощи людям и т.п. Есть мотивы коммуникационные, чистого ПР, престижные, карьерные, накопления разных видов капиталов, связанные с трудоустройством и т.д. Диспозиции нередко остаются на уровне

различных интересов (общение, карьера), не дотягивая до того уровня, когда регуляция поведения осуществляется ценностными ориентациями, включая такие непростые как гражданские. И это относится не только к молодежи.

Студенческое самоуправление – динамично изменяющаяся, по определению сфера. Однако, как и во всех сферах социальной жизни и в общественном сознании, позитивные изменения здесь даются не просто, не отменяют и не уменьшают количества проблем. Где-то остается попустительское отношение к этой сфере, где-то избыточный авторитарный контроль. Решение этих проблем в немалой степени лежит в плоскости управленческих полномочий, прежде всего взрослых, персонифицировано, зависит от конкретных личностей, их образованности, ума, ценностей, личностной и социальной зрелости, смелости, честности, наличия чувства нового, преобладания внутренних мотивов деятельности, над внешними, презентационными, иными словами, от базовых характеристик, которые являются и должны быть обычной нормой функционеров от управления.

Список литературы

1. Омельченко, Е.Л. Молодежный активизм в России и глобальные трансформации его смысла / Е.Л. Омельченко // Журнал исследований социальной политики – 2005. – № 3 (1). – С. 59-85; Погосян, Л.А., Веселая, Т.В. Формирование и специфика политической культуры молодежи в современном российском обществе / Л.А. Погосян, Т.В. Веселая // Гуманитарий юга России. – 2015. – № 4. – С. 276-282; Мельников, А.В. Формирование общественно-политического потенциала российской молодежи в процессе политической социализации / А.В. Мельников // Среднерусский вестник общественных наук. Серия Политология. – 2015. – Т.10. – № 5. – С. 105-109; Макеева, Е. А., Кондрашова, К. Э., Литвинова, М. А. Студенческое самоуправление как особая форма общественной деятельности студентов / Е. А. Макеева, К. Э. Кондрашова, М. А. Литвинова // Молодой ученый. – 2016. – №10. – С. 1238 – 1241. – URL <https://moluch.ru/archive/114/29588/> (дата обращения: 04.01.2018) и др.

2. Малик, Е.Н. Средства массовой информации как институт политической социализации молодежи в современной России. Монография. / Е.Н. Малик. – Орел: Издательство ОРАГС, 2009. – 168 с.

3. Павлова, С.М. Участие в студенческом самоуправлении как фактор развития гражданской активности молодежи / С.М. Павлова // Автореферат ... кандидата социологических наук. – Пенза, 2017. – 23 с.

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА НА РАЦИОНАЛЬНОСТЬ КАК СУЩНОСТНОЕ СВОЙСТВО СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Статья посвящена анализу особенностей рациональности сознания и поведения современной российской молодежи, обусловленных социально-демографическим фактором. В основе статьи – результаты социологического исследования, выполненного методом анкетного опроса, проведенного среди молодежи Ульяновска.

Ключевые слова. Рациональность, рационализация сознания и поведения молодежи, современная российская молодежь.

Рациональное (от лат. *rationalis* – разумный) - относящееся к разуму (рассудку), установленное и обоснованное им, проистекающее из него, доступное его пониманию. Применительно к целям нашего исследования под рациональностью понимается определенный тип работы сознания (теоретического и практического), составляющий специфику рационального отношения к реальности, взятой в самом широком смысле как совокупность внешнего мира человека и его внутреннего ментального мира [5, с. 105].

В условиях современного общества на фоне явного укрепления самодетерминированности, автономности личности рациональность становится одним из значимых сущностных свойств молодого поколения, призванным обеспечить успешность, эффективность деятельности его представителей.

Рациональность – сложный по своим механизмам, имеющий многообразные формы, детерминированный множеством факторов и их взаимодействием феномен. Анализ особенностей рациональности как определенного типа отношения молодежи к миру требует их более подробного рассмотрения.

Фактор (с лат. *делаящий, производящий*) - движущая сила процесса, явления [3, с. 265]. Рационализация сознания и поведения молодежи обусловлена влиянием внешних (по отношению к молодому человеку как социальному актору) и внутренних (идуших от него) факторов. Задача настоящей статьи – проблематизировать особенности воздействия социально-демографического фактора на развитие рациональности как сущностного свойства современной российской молодежи. В статье приведены результаты социологического исследования рационализации сознания и поведения молодежи, выполненного на основе количественной методологии. Объект

исследования – молодежь Ульяновска (возраст 18-35 лет), а именно: студенты ульяновских вузов (N=400) и работающая молодежь Ульяновска (N=400), исследование выполнено методом анкетного опроса. Полевой этап: май – июнь 2018 г.

Ключевые социально-демографические характеристики личности, коими являются пол и возраст, неслучайно легли в основу нашего анализа, поскольку, как показывают многочисленные социологические исследования, именно ими определяются многие различия в сознании и поведении индивидов.

Однако, как следует из результатов исследования, гендер не является основополагающим фактором дифференциации содержательных особенностей рациональности (табл. 1). Так полагают более половины опрошенных: 60% студентов и 63% респондентов из числа работающей молодежи. Обращает на себя внимание тот факт, что противоположная точка зрения довольно популярна среди девушек-студенток (43,7%) и работающей молодежи в возрасте 27-30 лет (47,3%).

Табл. 1. Представления молодежи о гендерных отличиях рациональности

Варианты ответов	Студенческая молодежь					Работающая молодежь						
	Всего	Муж.	Жен.	18-21	22-26	Всего	Муж.	Жен.	18-21	22-26	27-30	31-35
Есть ли отличия в рациональности мужчин и женщин?												
Отличия есть	39,9	35,9	43,7	40,1	37	37	38,3	35,7	38,2	35,1	26,2	47,3
Отличий нет	60,1	64,1	56,3	59,9	63	63	61,7	64,3	61,8	64,9	73,8	52,7

Респонденты, констатирующие существование гендерных отличий рациональности, объясняют их следующим образом.

По оценкам респондентов, гендерные отличия рациональности лежат в плоскости психологических особенностей мужчин и женщин. Одной из них является эмоциональность как составляющая темперамента (В. Д. Небылицын), как свойство, характеризующее содержание, качество и динамику эмоций и чувств человека (А. Е. Ольшаникова). Эмоциональность рассматривается респондентами скорее в качестве индивидуально-психологической детерминанты деятельности женщин: *«женщинам присуща такая особенность – думать при помощи эмоций»* (студент технического профиля); *«женщинам свойственны импульсивные поступки»* (студентка технического профиля); *«женщинам рациональность дается труднее, потому что многие моменты они чувствуют и переживают сердцем»* (Ж, специалист). Наиболее распространенное мнение респондентов (как девушек, так и юношей) на этот счет - «женская рациональность» эмоциональна. Опрошенные не соскальзывают в область гендерных стереотипов, не отрицают принципиальной способности женщин

рационально мыслить и, как следствие, действовать. Они подчеркивают, что женщины ориентируются, в большей мере, на аффективный тип социального действия (М. Вебер) [1], тогда как, мужчины - на целерациональный, основанный на точном расчете, калькуляции: *«у мужчин всегда на первом месте логика и расчет, никаких эмоций»* (Ж, домохозяйка); *«мужчины трезво оценивают ситуацию»* (М, специалист); *«мужчина пытается все максимально рассчитать и действовать на основе строгой логики»* (М, специалист).

Эта тенденция отражается, в конечном итоге, на логике целеполагания: *«женщины рациональны в мелочах, мужчины - при решении масштабных задач»* (студентка гуманитарного профиля); *«мужчины больше думают о личной перспективе, женщина принимает во внимание дела близких людей»* (М, предприниматель); способах достижения целей: *«мужчины действуют эффективно сами, женщины пытаются делегировать задачи друзьям и родным»* (студент экономического профиля); *«мужчины более последовательны, женщины склонны действовать по ситуации»* (Ж, специалист); сфере проявления рациональности: *«женщины стремятся к «успеху» в семье, быту, мужчины – в карьере»* (Ж, специалист); *«женщины рациональнее относятся к своему здоровью, мужчины - к работе»* (Ж, специалист).

И хотя в целом участники опроса декларировали свободомыслие, неподверженность давлению каких бы то ни было стереотипов, в том числе гендерных, показательны их представления о качествах (признаках) рациональной личности. Для значительной части респондентов женщины рациональны в силу личностных качеств, традиционно воспринимаемых как фемининные: житейская мудрость, хитрость и коварство, внимание к мелочам, искусственное усложнение простых вещей, склонность к созданию надуманных проблем, вербальная активность. Напротив, в портрете мужчины – рационалиста доминируют типично маскулинные черты: хладнокровие, карьеризм, умение идти «напролом», многоходовое решение задач, прежде всего, количественных и пространственных. Вместе с тем, респонденты приводят «гендерно-нейтральные» качества, выраженность которых рациональности сознания и поведения индивида: целеустремленность, гибкость ума, ответственность, организованность и т.д.

Отвечая на открытый вопрос анкеты, респонденты неоднократно обращают внимание на такой аспект рациональности, как планирование, продумывание действий, решений: *«девушки продумывают ситуацию заранее и ищут все варианты исхода»* (студентка технического профиля). Респонденты также подчеркивают: *«женщины подходят к жизни более рационально, более продуманно. Мужчины же просто идут по накатанной»* (Ж, специалист). Встречаются и такие высказывания: *«женщины более рациональны, т.к. думают о будущем, мужчины же живут одним днем»* (студентка гуманитарного профиля).

Отметим, что ориентиры «ноуви́зма», выраженные в принципах «жить сегодняшним днем», «жить здесь и сейчас», особенно распространены в молодежной среде [2, с. 31]. Такие факторы, как социальная незрелость, несформированность системы взглядов и ценностей, зависимость от родителей и других «помогающих фигур» [4, с. 69], детерминируют ориентацию молодежи на инструментальное отношение к жизни, исчерпывающееся построением краткосрочных планов и использованием любой возможности для претворения их в жизнь. Небезынтересно, что респонденты приписывают ноуви́стские настроения больше молодым людям, в то время как девушкам - стремление к планированию, продумыванию альтернативных вариантов. Нам представляется, что это связано с различиями в саморегуляции молодых людей, стремящихся активно и автономно существовать и действовать в изменяющемся обществе. В процессах саморегуляции, самоорганизации находят отражение ценности, убеждения, нормы, закрепленные в сознании и логически прослеживаемые в способах поведения и реакции. Бесспорно, этим в определенной степени обуславливается выбор способов самоорганизации, который может варьироваться в зависимости от гендерных характеристик личности.

Резюмируя размышления о различиях в рациональности мужчин и женщин, необходимо отметить безосновательность выделения «женской» и «мужской» рациональности как двух самостоятельных типов рациональности, обуславливающих особенности сознания и поведения индивида. Скорее, можно утверждать рациональность в качестве универсального способа «вписывания» человека в окружающий мир, имеющую определенные гендерные отличия, детерминированные биологическими и психологическими особенностями личности.

Следует отметить, что дифференциация рациональности не исчерпывается гендерными особенностями субъектов. Обратимся к таблице 2 для анализа фактора возраста и его роли в рационализации сознания и поведения молодежи.

Табл. 2. Представления молодежи о влиянии фактора возраста на рациональность

Варианты ответов	Студенческая молодежь					Работающая молодежь						
	Всего	Муж	Жен	18-21	22-26	Всего	Муж	Жен	18-21	22-26	27-30	31-35
Рациональность в больше степени присуща:												
Молодежи	9,8	13,8	6	9,7	11,1	9,1	7	11,3	17,6	8,8	9,2	5,4
Людям среднего возраста	73,6	65,5	81,5	74,3	66,7	63,5	65,2	61,7	52,9	61,4	69,2	64,9
Пожилым	6,1	7,6	4,6	5,6	11,1	10,4	13,9	7	8,8	8,8	4,6	17,6

Старым	0,7	0,7	0,7	0,7	0	1,3	1,7	0,9	2,9	1,8	0	1,4
Есть ли отличия в рациональности молодежи и старшего поколения?												
Отличия есть	50,3	46,9	53,6	48, 7	66, 7	57,8	51,3	64,3	32, 4	61, 4	60	64, 9
Отличий нет	49,7	53,1	46,4	51, 3	33, 3	42,2	48,7	35,7	67, 6	38, 6	40	35, 1

Как видим, респонденты демонстрируют твердую убежденность относительно того, что рациональность – это в большей степени качество людей среднего возраста, нежели молодых, пожилых и старых. Об этом свидетельствуют более 70% ответов студенческой и более 60% ответов работающей молодежи. Что же касается остальных возрастных групп, то здесь уровень признания их высокой рациональности респондентами колеблется между 1-6% и не превышает 10%. Подчеркнем, что у участников опроса, относящихся к разным группам по признакам пола, возраста и типа занятости, отсутствует существенная разница в оценке данной проблемы.

Главный аргумент респондентов «в пользу» высокой рациональности людей среднего возраста – наличие у них жизненного опыта как совокупности знаний, представлений о социальной действительности, способствующих их эффективной самореализации: *«молодежь бросается из крайности в крайность, спешит жить, не уверена в результате своих действий; зрелые люди опытные, они знают, как решить проблему с меньшими потерями и убытками»* (студентка технического профиля).

Особого внимания заслуживают межпоколенческие различия рациональности, которые отмечаются подавляющим большинством респондентов – 50% опрошенных студентов и почти 60% работающей молодежи (табл. 2).

Примечательно, что отвечая на открытый вопрос анкеты, чем именно рациональность молодежи отличается от рациональности старших поколений, значительное количество респондентов акцентируют внимание на детерминирующую роль макросоциальных факторов. Речь идет о разнице в социально-экономических и -политических условиях социального становления современной молодежи и представителей старшего поколения, чья молодость пришлась на советский период существования российского общества. Проиллюстрируем данный тезис следующими цитатами: *«сегодня молодежь не зажата рамками политического строя, как было раньше»* (студент технического профиля); *«раньше была стабильность в обществе, люди могли «плыть по течению», сейчас больше обмана, поэтому необходимо действовать разумно»* (студентка технического профиля); *«сейчас на молодежь оказывается меньшее давление»* (студентка технического профиля). Из приведенных цитат становится понятно, что участники опроса оценивают современные условия

жизнедеятельности как способствующие более самоорганизованному, самостоятельному формированию молодежи своей субъектности.

Кроме того, непохожесть условий формирования рациональности молодежи и старшего поколения респонденты связывают с информационным фактором, деятельностью средств массовой коммуникации, развитием ИКТ. По их мнению, влияние данного фактора на «рацио» современной молодежи неоднозначно. С одной стороны, у нее формируется механистическое отношение к информации, снижается критичность мышления и, как следствие, рациональность сознания и поведения: *«сейчас много информации из Интернета, что препятствует самостоятельному решению проблем»* (студентка технического профиля); *«из-за переизбытка возможностей молодежь обесценивает их»* (студентка технического профиля); *«раньше сами «вертелись», сейчас это можно сделать благодаря гаджетам»* (студент технического профиля). С другой стороны, у молодежи формируется рефлексивность, более гибкое, динамичное мышление: *«постоянный поток информации заставляет молодежь мыслить иначе, шире»* (студентка экономического профиля); *«благодаря информационной доступности на ситуации можно смотреть с разных сторон»* (М, служащий).

Важно отметить, что респонденты, сопоставляя рациональность современных поколений, молодого и старшего, сравнивали эти два явления как «рациональность современную» и «рациональность советскую, традиционную, консервативную». Иными словами, в сознании респондентов устойчива связь рационального отношения к реальности и социокультурных, социально-экономических и социально-политических факторов, условий его становления и развития.

Результаты проведенного количественного исследования подтвердили наличие определенной обусловленности рационализации сознания и поведения молодых людей их социально-демографическими характеристиками, а именно – гендерными и возрастными.

Вместе с тем, в ходе исследования выявилась неполнота и одномерность объяснения специфики рациональности сознания и поведения столь подвижного субъекта, как молодежь, воздействием лишь социально-демографического фактора. В связи с чем актуализировалась проблема более глубокого осмысления детерминации рациональности рядом других факторов – социальных, социокультурных и психологических.

Список литературы

1. Вебер, М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
2. Вишневский, Ю. Р., Шапко, В. Т. Парадоксальный молодой человек // Социологические исследования. – 2006. - №6. – С. 26 – 36.

3. Краткий словарь иностранных слов / Сост. С.М. Локшина. – М.: Рус. яз., 1984. - 352 с.

4. Магун, В. С. Динамика ресурсных стратегий молодежи // Вопросы воспитания. - 2010. - №1.- С. 66 – 73.

5. Швырев, В. С. Рациональность в современной культуре // Общественные науки и современность. – 1997. - №1. – С. 105 – 116.

УДК 316.354.2

А.В. Савинова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ ИНЖЕНЕРОВ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ УЛЬЯНОВСКОЙ И САМАРСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)

Аннотация. Развитие технологий в постиндустриальном обществе существенно влияет на понимание профессии «инженер» и эффективность подготовки молодых специалистов. В статье раскрываются важные аспекты профессиональной адаптации молодых инженеров в новых экономических условиях и в трудовых коллективах на основе анализа работ отечественных исследователей и авторского социологического исследования.

Ключевые слова. Профессиональная адаптация, инженерное образование, молодые инженеры

Тенденция стремительного развития технологий в современном мире оказывает значительное влияние на социум. Необходимость освоения новых технологий, внедрения инноваций в промышленность для успешного развития экономики государства превращает профессию «инженер» в одну из ключевых в постиндустриальном обществе. Исследователи отмечают, что «революционные технологические изменения оказывают огромное влияние на содержание и организацию работы, на управленческие технологии, на требования, предъявляемые к профессионалам, воздействуя одновременно на трудовую этику, самоидентификацию, ориентации и поведение работников, занятых не только в постиндустриальных секторах экономики, но и в старых, традиционных отраслях промышленности» [4, с.217].

С другой стороны, наблюдаются некоторые противоречия между потребностями рынка труда в лице промышленных предприятий, качеством реальной подготовки будущих инженеров и представлениями молодых людей о своем профессиональном будущем. Н.В. Латов и Ю.В. Латова характеризуют их как структурно-профессиональные

диспропорции – дисбаланс в системе «государство - население - институт постшкольного образования - производство» [5, с. 132].

Эти явления значительно усложняют процесс профессиональной адаптации выпускников технических направлений к реальным условиям труда, трудоустройству не по полученной профессии, необходимости к быстрому освоению недостающих компетенций, что негативно сказывается на экономике в целом. Это говорит «о значительном несоответствии массово выпускаемого отечественного «образовательного товара», в том числе инженерно-технического профиля, производственным потребностям работодателей» [1, с.22].

Целью данной статьи является выявление условий, влияющих на профессиональную адаптацию молодых инженеров в новых экономических условиях.

Одним из важных условий успешной профессиональной адаптации молодого инженера является *освоение необходимых профессиональных и личностных компетенций*. По результатам исследования Л.Н. Банниковой, «инженеры на производстве и будущие инженеры-исследователи осознают несоответствие, разрыв между требуемым и реальным уровнем компетенций» [3, с. 14]. В ходе авторского социологического исследования «Профессиональные траектории выпускников технических вузов» (выборка квотная по регионам с разным уровнем социально-экономического развития – Ульяновская и Самарская области, n=690) нами были выявлены наиболее важные для успеха в профессии, по мнению молодых инженеров, компетенции. Исходя из индексов ответов, мы построили их рейтинг: поиск и анализ информации; владение и совершенствование технологий производства продукта; научно-исследовательские компетенции (производство новых идей и продуктов); разработка и управление проектами; управление коллективом. Инженеры отмечают значимость научной и инновационной деятельности, а также навыки в менеджменте и личностные характеристики. Это говорит о необходимости подготовки разносторонних специалистов, инженеров новой формации.

Среди наиболее значимых факторов профессиональной успешности молодые инженеры выделяют *способности и талант* (51%), *качество профессионального образования* (44%), *личные качества* (39%) (рис. 1).

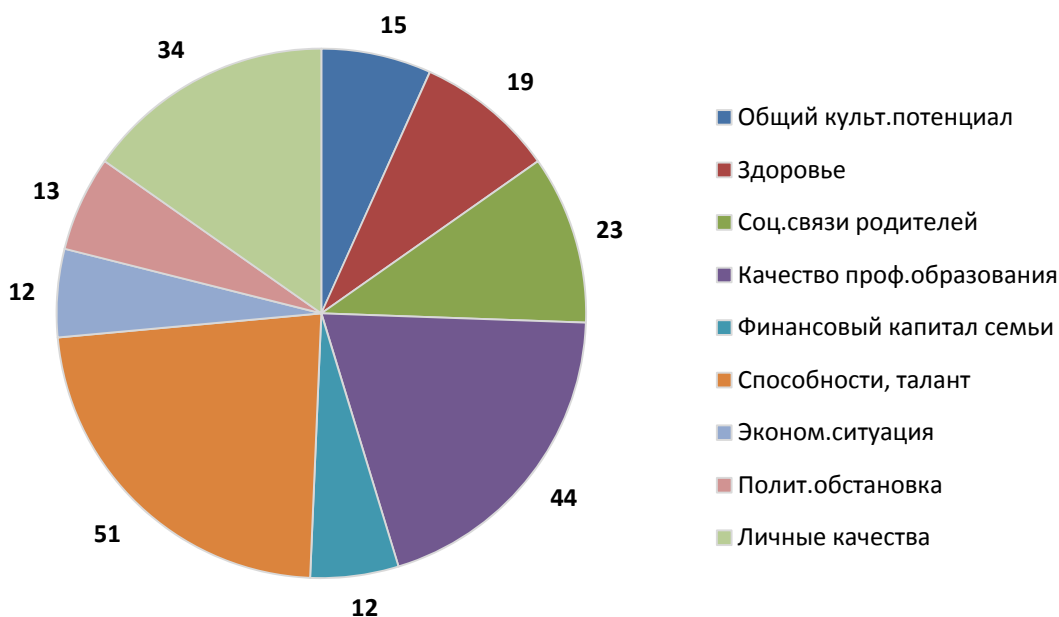


Рисунок 1. Факторы профессиональной успешности выпускников (в % от числа опрошенных, n=690)

При этом макроэкономические факторы, по мнению опрошенных, крайне незначительно влияют на успех: влияние экономической ситуации в стране отметили лишь 12% респондентов, политической обстановки – 13%. При этом инженеры из Самарской области большую значимость придают общекультурному потенциалу, чем из Ульяновской (30% и 15%, соответственно). Региональные особенности имеет и фактор социальных связей родителей: если в Ульяновской области на него рассчитывает лишь 7%, то в Самарской – 17% респондентов.

Мы видим, что решающими факторами успеха выпускники технических вузов считают качественное образование и личностные характеристики. Выявлена тенденция, связанная с опытом работы инженеров: *чем дольше инженер работает в профессии, тем сильнее на него влияют общекультурные и личностные факторы.*

Профессиональная адаптация во многом зависит от того, насколько интенсивным было взаимодействие между вузом и работодателем, насколько вовлечены были в этот процесс будущие инженеры. Отечественные исследователи Л.Н. Банникова, Л.Н. Боронина и Ю.Р. Вишневский в ходе исследования выявили, что «реализация практико-ориентированных программ бакалавриата позволяет ликвидировать социальный разрыв между присущими выпускникам вузов притязаниями на повышенный социальный статус и потребностью рынка труда в рабочих кадрах, умеющих работать на высокотехнологичном оборудовании» [2, с. 20].

Исследуя формы взаимодействия вуза и предприятия, мы выявили наиболее популярные практики взаимодействия с потенциальными работодателями: прохождение практики в организациях региона (44%),

совместные мероприятия вуза и предприятия (20%), открытие базовых кафедр (13%) и преподавание учебных курсов практиками (12%). Остальные формы, в той или иной степени, присутствуют и в Ульяновской, и в Самарской областях (рис. 2).

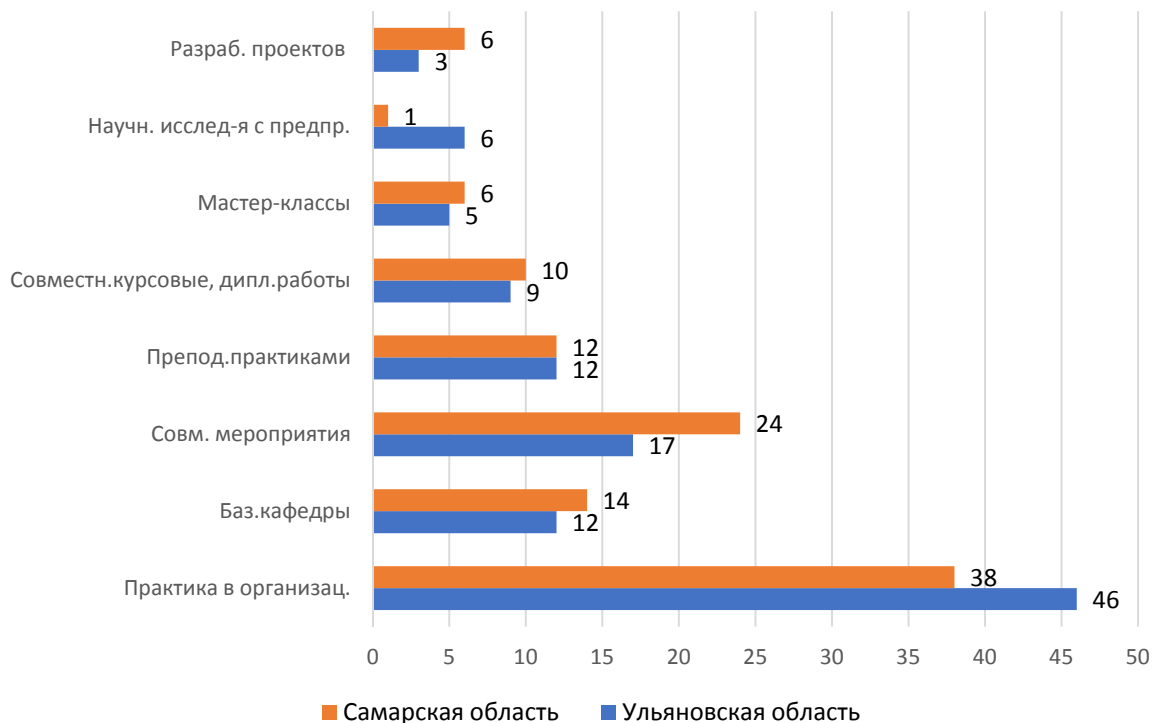


Рисунок 2. Формы взаимодействия вуза и предприятия в Ульяновской и Самарской областях (в % от числа опрошенных, n=690)

В Самарской области чаще применяются более прогрессивные, нестандартные формы взаимодействия. Это может говорить о том, что сотрудничество с предприятиями в Самарской области ориентировано не только на соблюдение формальных требований образовательного процесса (прохождение практик), но и на выстраивание учебного процесса, научной деятельности с целью более качественной подготовки студентов.

По результатам исследования, среднее время, необходимое молодому инженеру для адаптации на рабочем месте – 3-6 месяцев. При этом наиболее существенными факторами хорошей психологической атмосферы респонденты назвали адекватное отношение руководителей (56%) и четкое понимание своих обязанностей (52%). Однако на успех в профессии молодого инженера влияют и его *социальные практики*.

В ходе авторского исследования было выявлена тенденция: чем выше занимаемая должность выпускников технических вузов, тем осознаннее они занимались научной деятельностью в университете. Практически каждый второй топ-менеджер и руководитель среднего звена занимались наукой неформально – участвовали в олимпиадах,

научных конкурсах, конференциях. При этом, чем ниже должность, тем выше доля тех, кто не занимался наукой в вузе – 24% топ-менеджеров и 35% специалистов.

Среди форм повышения квалификации за последние 3 года у молодых инженеров самые популярные – самостоятельное приобретение новых навыков (32%) и совершенствование навыков работы на компьютере (27%). Иностранные языки изучали лишь 10% респондентов, а доля тех, кто никак не повышал свой профессиональный уровень, составила 7%. Объясняет подобные результаты отсутствие мотивации к профессиональному росту из-за недостаточной связи с карьерной ростом – только 15% респондентов отметили сильную связь между этими событиями. Интересно, что доля инженеров Самарской области, воспринимающая повышение квалификации как карьерный лифт, выше Ульяновской. Это может быть связано с уровнем развития менеджмента на предприятиях и заинтересованностью в высокой квалификации сотрудников.

Таким образом, на современном этапе существуют дисбалансы функционирования института инженерного образования, влияющие на профессиональную адаптацию молодых инженеров. Решающую роль играет качество взаимодействия в системе «вуз-предприятия», способное определить набор необходимых компетенций для инженера новой формации, эффективные формы участия потенциальных работодателей в образовательном процессе; минимизировать период адаптации на рабочем месте и количество усилий по дополнительной подготовке выпускников технических направлений.

Список литературы

1. Арефьев А., Арефьев М. Об инженерно-техническом образовании в России. Центр социального прогнозирования и маркетинга [Электронный ресурс]. URL: http://www.socioprognoz.ru/files/File/publ/Inkzenerno_tehnicheskoe.pdf
2. Банникова, Л.Н. Инженерное образование и воспроизводство инженерных кадров: практика и актуальные проблемы / Л.Н. Банникова, Л.Н. Боронина, Ю.Р. Вишневский // Инженерное образование. – 2017. – №21. – С. 18-24.
3. Банникова Л.Н. Образ современного инженера в оценках молодых специалистов. [Электронный ресурс]. URL: http://elar.ufu.ru/bitstream/10995/38784/1/dn_2015_01_04.pdf
4. Козина И. М., Виноградова Е. В. Молодые инженеры: трудовые ценности и профессиональная идентичность // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2016. – № 1. – С. 215—230.

5. Латова, Н.В. Структурно-профессиональные диспропорции в современной России / Н.В. Латова, Ю.В. Латов // Terra Economicus. – 2014. – Т. 12 – № 3. – С. 131-151.

УДК 316.422.42

А.В. Седлецкий

(Пенза, Пензенский государственный университет)

ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КРЕАТИВНОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В настоящее время у российской молодежи имеется стремление быть креативными, создавать и реализовывать новые идеи в различных областях человеческой деятельности. Потребность современного общества в людях, способных раскрыть имеющийся инновационный потенциал, обусловлена актуальными требованиями развития постиндустриального общества, необходимостью подготовки людей к жизни в быстро меняющихся условиях.

Ключевые слова. Креативность, креативное мышление, креативная молодежь, инновационная деятельность.

Проблема формирования креативной молодежи остается актуальной для человеческого сообщества. Особенную значимость приобретает вопрос формирования инновационного потенциала молодежи в условиях информационного или современного общества. Характерными чертами современного общества являются высокий уровень информатизации, возможность всесторонней интерпретации информации, преобладание материального производства над духовным; глобализация основных сфер жизни общества (экономики, политики, культуры); господство массовой культуры. Все это и многие другие аспекты современного общества накладывают некоторые особенности на формирование креативной молодежи в процессе инновационной деятельности.

Креативная молодежь в постиндустриальном обществе - это синтетическое образование, представляющее собой неразрывное единство биосоциального и технического начала. Молодежь объединяется в группы, состоящие из людей работающих с вычислительной техникой. Ресурсом влияния выступает информация научно-технического, гуманитарного и культурно-ценностного содержания, передаваемая в самых разных формах, благодаря высокому уровню развития информационных и телекоммуникационных технологий. В условиях постиндустриального общества креативная

молодежь может быть привлечена для решения конкретных задач, носящих глобальный характер.

Творческие коллективы креативной молодежи представляют собой взаимодействие уникальных личностных субъектов, а чтобы создать субъект креативности, необходимо сформировать творческую личность.

Благоприятная социальная среда - важное условие для формирования креативной молодежи. Элементами социальной среды, являются такие социальные институты как образование, семья и средства массовой информации. Семья формирует фундамент способностей и культурно-ценностных основ креативной молодежи.

В роли доминирующего института особо выделен социальный институт образования. Необходимыми особенностями института образования в постиндустриальном обществе, является формирование креативной молодежи по многим направлениям. А именно: - формирование осознания высокого уровня социальной и культурной ценности инновационной деятельности; - передача гуманитарных знаний, умений и навыков, необходимых для инновационной деятельности; - создание способностей по формированию и укреплению творческого потенциала у молодежи на основе современных информационных технологий; - модернизация и передача информационной культуры.

Средства массовой информации с помощью информационных технологий культурно-ценностного и неформального образовательного характера влияют на инновационную деятельность молодежи [2, С. 146].

Активное и эффективное взаимодействие социальных институтов образования, семьи и средств массовой информации создают условия формирования креативной молодежи, а повышение значимости интеллектуальных технологий и креативный подход в труде активизирует инновационную деятельность креативной молодежи в постиндустриальном обществе. Реализация креативного потенциала молодежи способствует достижению успеха в профессиональной деятельности.

В основе познания и развития человека должен лежать жизненный опыт, приобретая который личность обогащает свои знания, умения и навыки. Накопление опыта - это еще один важный фактор в развитие креативности молодежи. Идея эмпиризма в деятельности человека поддерживается прагматиком Дж. Дьюи: «Если перед ребенком (или взрослым) даже и стоит проблема, но у него нет прежнего опыта, заключающего подобные же условия, то требовать, чтобы он думал, вполне бесполезно» [1, С. 19].

Следовательно, креативная личность начинает формироваться с младенческого возраста и накапливает опыт в виде знаний, приобретаемых путем собственных действий, наблюдений и навыков.

Разработка интеллектуальных моделей у креативной молодежи связана с интеллектуальной деятельностью, характеризующуюся сбором, анализом и синтезом информации, что с позиции прогрессивного общественного развития имеет высокую ценность.

На основе данных моделей создается креативный продукт. Таким образом, молодежь с младенчества должна приобретать информацию, которую можно затем применить в инновационной деятельности [3, С. 139].

По мнению В. П. Эфроимсона, главными особенностями креативной молодежи являются высокая работоспособность и стремление к воплощению творческих идей [4, С. 26].

Современные исследования отечественных ученых в области инновационной деятельности приходят к выводу: «Влияние на создание у молодежи сознательного стремления к инновационной активности является сложной задачей, которая может быть решена путем трансформации социальной среды. Креативная личность должна отличаться не только высоким уровнем творческих способностей, сколько особыми жизненными ценностями, отношением к миру, к смыслу осуществляемой деятельности». [5, С. 171].

Таким образом, для реализации инновационного потенциала креативной молодежи большую роль играет среда, имеющая необходимые условия и разнообразные качественные линии развития.

Образовательная среда креативной молодежи должна быть ориентирована на склонности, индивидуальные и возрастные особенности молодых людей. В данной среде человек в образовании становится субъектом деятельности. Необходимо поощрять инновационные проявления, меньшую однозначность требований, что будет благоприятствовать развитию креативности. При формировании данной среды необходимо всесторонне привлекать креативную молодежь к творческому процессу.

Список литературы

1. Дьюи, Д. Психология и педагогика мышления / Д. Дьюи. – М. : Совершенство, 1997. –С.19
2. Кошарная, Г.Б. Мотивация современных российских предпринимателей// Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2015. – № 4 (36). – С. 146-154.
3. Седлецкий, А.В. Особенности мотивации инновационного поведения в постиндустриальном обществе// Управление реформированием социально-экономического развития предприятий, отраслей, регионов. Сборник научных статей VI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. 2015. - С. 139-141.
4. Эфроимсон, В. П. Генетика гениальности / В. П. Эфроимсон. – М. : Тайдекс Ко, 2002. – 376 с.

5. Юрина, А. А. Влияние личностных характеристик субъекта творческой деятельности на результативность творческих достижений // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2006. – №2 – С. 169- 172.

УДК 316.6

О.М. Слепова²

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ КАК УСЛОВИЕ СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ УСПЕШНОСТИ

Аннотация. В статье рассматривается влияние цифровой компетентности на социально-профессиональную успешность молодёжи в условиях модернизирующегося общества. Проанализированы источники реализации информационно-цифровой активности молодежи, компьютерные практики молодых людей и мотивация их совершенствования.

Ключевые слова. Цифровая компетентность, профессиональная успешность, информационное общество, цифровизация.

В современных условиях происходит активное внедрение информационно-компьютерных технологий во все сферы жизни общества. Этот процесс сопровождается неравномерным доступом к цифровым технологиям в силу дифференциации территорий и неравномерного освоения компьютерных навыков в социальных группах, возрастных когортах. Экономические, политические и технологические преобразования в современной России актуализируют вопросы, связанные с адаптивными стратегиями и практиками населения, особенно его молодого поколения, в информационно-компьютерной сфере. Новые механизмы адаптации к изменяющимся условиям модернизации общества еще не приобрели массовых масштабов.

Под влиянием глобализации меняется облик социально-профессиональной сферы, при этом именно молодежь является активным субъектом социально-профессиональных отношений, как на мировом, так и на социетальном уровнях. Важным условием социально-профессиональной успешности молодежи в современном обществе является наличие цифровой компетентности.

² Материал подготовлен при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ). Грант №18-411-730009 «Информационно-цифровое неравенство и способы его преодоления в регионе»

Цель статьи – определить степень влияния цифровой компетентности на социально-профессиональную успешность молодежи в условиях модернизации российского общества.

Термин «цифровая грамотность» был впервые предложен в 1997 г. Полом Гилстером. Он определил цифровую грамотность как способность понимать и использовать информацию, получаемую посредством компьютера в различных форматах из широкого диапазона источников. Термин стал более востребованным в контексте расширяющейся комплексной «оцифровки» информации и стремительным распространением Интернета [1,23].

Определение было конкретизировано Алланом Мартином, который под цифровой грамотностью понимал осознание, установки и способность отдельных лиц надлежащим образом использовать цифровые инструменты и средства для идентификации, доступа, управления, интеграции, оценки, анализа и синтеза цифровых ресурсов, Эти ресурсы, считал ученый, нужны для построения систем новых знаний, а также общения с другими людьми, конструктивных социальных действий в контексте конкретных жизненных ситуаций [2, 19].

Анализ показывает, что концепция цифровой компетентности относится к числу активно развивающихся представлений, в нее вносятся изменения в соответствии с развитием инфокоммуникационных технологий. В контексте изучения выделенной нами темы под «*цифровой компетентностью*» понимается готовность личности применять инфокоммуникационные технологии эффективно, критично и безопасно в разных сферах жизнедеятельности на основе овладения соответствующими компетенциями - системой знаний, умений, ответственности и мотивации.

Важный вклад в изучение молодежи как субъекта сетевого информационно-коммуникативного общества внесли зарубежные исследователи Дон Тэпскотт и Марк Пренски. Дон Тэпскотт ввел в социальные науки такое понятие как «сетевое поколение». В своих трудах Д. Тэпскотт отмечает, что молодежь более грамотна и опытна в обращении с новыми технологиями, чем старшие поколения; подчеркивает зависимость межпоколенных отношений от темпов научно-технического и социального развития [4,54].

М. Пренски разделил всех пользователей новых технологий на два типа: цифровое поколение (*digitalnatives*) и цифровых иммигрантов (*digitalimmigrants*). Цифровое поколение — это те, кто вырос в мире компьютеров, мобильных телефонов, видеокамер и видеоигр, а цифровые иммигранты — это старшее поколение, те, кто чувствует себя в цифровом мире неуютно [3,22].

Российский исследователь И.В. Янченко в работе «Карьерные возможности цифрового поколения» выявил ресурсы молодежи, связанные с профессиональным самоопределением, успешностью

карьеры и жизнедеятельности в целом. Цифровые компетенции по важности он ставит на второе место и рассматривает как необходимое условие для того, чтобы ориентироваться во все возрастающем потоке информации; цифровые технологии имеют решающее значение в успешности профессионального и социального роста [6,45].

Зарубежные и отечественные концепции сходятся в том, что молодежь, выросшая в цифровую эпоху, успешнее адаптируется к информационным преобразованиям и способна превращать их в новые ресурсы, активно использовать в профессиональной сфере.

В исследовании «Цифровая компетентность подростков и родителей», проведенном Фондом Развития Интернета (2013 г.) путем соотнесения компонент цифровой компетентности со сферами жизнедеятельности сформулированы четыре вида цифровой компетентности: 1) *информационная и медиакомпетентность* – знания, умения, мотивация и ответственность, связанные с поиском, пониманием, организацией, архивированием цифровой информации и ее критическим осмыслением, созданием информационных объектов с использованием цифровых ресурсов; 2) *коммуникативная компетентность* – знания, умения, мотивация и ответственность, необходимые для различных форм коммуникации (электронная почта, чаты, блоги, форумы, социальные сети); 3) *техническая компетентность* – знания, умения, мотивация и ответственность, позволяющие эффективно и безопасно использовать технические и программные средства для решения различных задач (компьютерные сети, облачные сервисы); 4) *потребительская компетентность* – знания, умения, мотивация и ответственность, позволяющие решать с помощью цифровых устройств и интернета различные повседневные задачи, связанные с конкретными жизненными ситуациями [5,122].

Для подтверждения или опровержения рассмотренных теоретических положений нами было проведено социологическое исследование «Информационно-цифровое неравенство населения региона» (февраль-июнь 2018 г.); выборка исследования – региональная, многоступенчатая; анкетным опросом охвачено 1250 жителей разных поселений Ульяновской области.

В модернизирующихся условиях важно определить *источники реализации информационно-цифровой активности молодежи*.

Удовлетворение информационных потребностей молодежи Ульяновской области преимущественно происходит с помощью сети Интернет, на него указали 77% респондентов. Молодежь хорошо представлена в Интернете (аккаунты и страницы в социальных сетях, электронная почта, блоги, чаты, форумы), предпочитает использовать Интернет для образовательных и развлекательных целей с помощью мобильных электронных гаджетов и устройств.

Большинство молодых жителей региона позитивно оценивает роль информационных и компьютерных навыков в своей жизни. Три четверти опрошенных считают, что они могут помочь в получении новой работы. Чаще всего в этом убеждены молодые специалисты с высшим образованием (82%), жители крупных городов (78%), представители средних и состоятельных семей (86%). Большинство (68%) считает, что информационно-компьютерные навыки могут помочь им в повышении самооценки и социальной адаптации; в первом случае – на это чаще надеются молодые люди с невысоким уровнем образования и дохода; свою адаптацию в обществе чаще связывают с компьютерной грамотностью молодые жители сельских районов.

«Предприимчивый» тип молодежи, занимающий активные позиции в жизни, возлагает большие надежды на информационно-компьютерные навыки; он считает, что компьютерные технологии позволят получить новую работу, повысить самооценку и адаптироваться в социуме. Но данный тип насчитывает только треть от всего состава молодых людей.

«Консерваторы» также связывает освоение ИКТ с получением новой работы и повышением самооценки, но, прежде всего, они озабочены сохранением достигнутого; их удельный вес составляет половину от состава молодых людей 18-35 лет. Каждый пятый молодой человек представляет «пассивный» тип, который питает надежды в получении новой работы, если хватит сил и мотивации поднять уровень компетенций в сфере ИКТ. Внимания заслуживает следующий факт: «пессимисты», которые не верят в собственные инициативы и ничего не предпринимают («не могу изменить сложившуюся ситуацию»), не проявляют большого интереса к Интернету; половина из них пользуется Интернет-услугами достаточно редко, либо не пользуется совсем. Можно констатировать, что Интернет в современных условиях выступает своеобразным индикатором социальной адаптивности и активности молодежи: чем мобильнее человек, тем чаще ему требуется мобильный выход в виртуальное пространство.

Самые большие ожидания от информационно-компьютерных навыков у студентов высших учебных заведений: совершенствование компьютерной грамотности они связывают с получением новой работы (83%), социальной адаптацией (81%), повышением самооценки (73%).

Среди специалистов с высшим образованием – самая высокая доля «продвинутых» пользователей компьютером. Однако анализ дальнейшего совершенствования компьютерной грамотности выявил, что среди квалифицированных работников с высшим образованием весомая доля тех, кто остановился и больше «ничего не предпринимает» (24%); а доля тех, кто продолжает свое компьютерное образование, не так много (20%). Владение компьютером, компьютерная грамотность сопряжены с поведенческим критерием информационно-

цифрового неравенства среди населения. Полученные результаты опроса позволили наполнить страты этого нового для России вида неравенства. В группы риска чаще попадают молодые люди из бедных семей (23%), жители поселков (18%) и дети родителей с невысоким уровнем образования (19%). Очевидно, что владение компьютером не сводится к приобретению «умного устройства», оно требует определенной грамотности и умений, поэтому к географическим и экономическим критериям добавляются социокультурные (образование, формы повышения квалификации, использование новых технологий в потреблении и досуге).

В целом молодые люди являются активными пользователями всемирной сети: 84% ежедневно используют Интернет для решения разных проблем; большую и разнообразную информационную активность проявляют молодые родители с детьми школьного возраста (84%); а также молодежь с активной жизненной позицией – «проявляю инициативу, чтобы быть успешнее» (87%).

В ходе исследования выявлено, что молодежь в перечне видов информационно-цифровой деятельности находится на продвинутом уровне. Они не только удовлетворяют потребительские и развивающие интересы, но и меняют качество жизни пользователей: помогают настраивать новостные источники и хранить свои данные на «облаке» (22-26%), дистанционно получать образование и участвовать в вебинарах (27%), использовать услуги «умного дома».

Среди основных стимулов повышения компьютерной грамотности изменение среды современных коммуникаций: наличие новых гаджетов (41%), требования в профессиональной сфере (40%) и расширение возможностей Интернета для общения (39%). Наличие новых гаджетов и возможностей Интернет-коммуникаций более важно для мужчин, в том числе учащейся молодежи (до 61%). Использование новых технологий в работе чаще считают стимулом молодые люди активного трудоспособного возраста (42-44%), работающие в крупном городе, имеющие высшее образование. Профессиональная необходимость, больше чем потенциал гаджетов для развлечения, вызывают у этой группы интерес к развитию информационно-цифровых компетенций.

Таким образом, проведенное исследование показало, что чем выше уровень цифровой компетентности молодежи, тем успешнее они в социально-профессиональной сфере. Уровень цифровой грамотности зависит от сочетания четырех видов компетенций: коммуникативной, технической, потребительской, медиа-компетентности.

Человеческий капитал молодежи характеризуется рядом особенностей, которые делают его гибким: высокая обучаемость, новаторство, адаптивность, мобильность (социальная во всех видах), повышенная восприимчивость к инновациям, а также наличие значительных потенциальных возможностей для формирования и дальнейшей

реализации навыков в профессиональной сфере. Именно эти качества формируют капитал молодежи и позволяют использовать его в течение длительного периода. Необходима реализация гибкого подхода к реформированию образовательного пространства с учетом возрастных, профессиональных, культурных и социальных составляющих молодежи, что не всегда внедряется в реальной практике. Неоспоримым фактом является необходимость формирования у молодежи устойчивой положительной мотивации к саморазвитию в пространствах «онлайн и оффлайн».

Список литературы

1. Gilster P. Digital Literacy. N.Y. : Wiley Computer Publishing, 1997.
2. Martin A., Madigan D. (Eds.). Digital literacies for learning. L. : Facet, 2006.
3. ПренскиМ. ЦифровыеРожденные, ЦифровыеИммигранты / М. Пренски; реферативныйперевод М. Гербовицкой. URL : file:///C:/Users/user/Downloads/Digital%20Natives.pdf (датаобращения: 18.10.2018)
4. Tapscott D. Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. – McGraw-Hill, 2008. 384 p.
5. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования / Г.У. Солдатова, Т.А. Нестик, Е.И. Рассказова, Е.Ю. Зотова. М.: Фонд Развития Интернет, 2013. – 143 с.
6. Янченко И. В. Карьерные возможности цифрового поколения /И.В. Янченко // Молодой ученый. – 2012. – №11. – С. 50.

УДК 378

Е.С.Тарханова, Е.А. Данилова

(г. Пенза, Пензенский государственный университет)

ИССЛЕДОВАНИЕ ТОЛЕРАНТНОСТИ И ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЁЖИ К ПРОБЛЕМЕ ИНВАЛИДНОСТИ, ЛИЦАМ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДАМ

Аннотация. В статье выделяются важнейшие направления в формировании толерантности молодёжи к лицам с ограниченными возможностями и инвалидам, особенно в инклюзивном образовании. Также рассматривается отношение молодежи к проблеме инвалидности и к лицам с ограниченными возможностями и инвалидам.

Ключевые слова. Лица с ограниченными возможностями здоровья, молодёжь, отношения, проблема инвалидности, толерантность.

«Человек с ограниченными возможностями» – так позиционируется инвалид в современном обществе. Проблема инвалидности сложная и многоаспектная, и является одной из актуальных и отношение к ней общественности постепенно меняется, что требует дополнительных исследований.

Важную роль в повышении толерантности и регулировании исследуемой проблемы играют не только социальные институты, но и отдельные социальные группы.

Молодёжь представляет собой особую социально-возрастную группу, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе, в деятельности которой, как в зеркале, отражается вся социальная жизнь.

Именно молодёжь может помочь в исследовании данной проблемы, предложить направления в её решении, привлекая внимание общественности, участвуя в различных волонтерских движениях по поддержке и адаптации лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью в социально-трудовой сфере.

Важными направлениями в формировании толерантности молодёжи к лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам, на наш взгляд, будут являться следующие.

1. Важным шагом улучшения толерантного отношения молодежи к лицам с ограниченными возможностями и инвалидам, а также выстраивания взаимодействия с ними является внедрение системы инклюзивного образования в школы и вузы, под которым понимается процесс «безбарьерного» развития всей системы образования, его доступности для лиц с особыми потребностями.

При этом, обычные учащиеся, обучаясь в одной группе с учащимися, имеющими ограниченные физические возможности, учатся толерантности и ответственности, что очень важно для улучшения выстраивания отношений и решения проблемы инвалидности.

Воспитание в духе толерантности должно быть направлено на противодействие влиянию, вызывающему чувство отвращения и отчуждения по отношению к другим, «не таким как я». Воспитание должно способствовать формированию у молодежи навыков независимого мышления, терпимости, критического осмысления и выработки суждений, основанных на моральных ценностях [2, С.51].

Формирование толерантности должно начинаться с дошкольного образования и продолжаться на всех уровнях.

2. Необходимо привлекать внимание и интерес общественности и особенно молодёжи на разных этапах социализации к проблеме инвалидности и людям с инвалидностью для формирования «положительного мнения» с последующим желанием помочь и участием в различных направлениях её решения.

Ведь ограниченные физические возможности не означают ограничение по интеллекту, отзывчивости, таланту. Можно привести

множество примеров, когда люди с различными ограничениями здоровья и инвалидностью добивались мирового успеха и внесли важный вклад в развитие общества. Приведём наиболее яркие примеры из истории и современности:

- летчик Алексей Маресьев всю жизнь был очень активен и боролся за права инвалидов, по истории которого была написана «Повесть о настоящем человеке»;

- Рэй Чарльз, знаменитый американский слепой музыкант в стилях соул, джаз и ритм-энд-блюз, 17 раз был награжден премиями «Грэмми», его записи были включены в Библиотеку Конгресса США;

- Стивен Хокинг – лауреат Нобелевской премии, обладатель двенадцати почетных ученых званий, который изучал фундаментальные законы управления Вселенной;

- Оскар Писториус, инвалид с рождения, достиг выдающихся результатов в спорте: он стал легкоатлетом-бегуном, не имея ног ниже колена; причем после многочисленных побед на соревнованиях для инвалидов он добился права соревноваться с полностью здоровыми спортсменами и достиг больших успехов;

- Кристи Браун, родился с ограниченными возможностями (диагноз ДЦП) не просто научился читать, говорить и писать, но и стал известным художником и новеллистом; о его жизни был снят фильм «Кристи Браун: Моя левая нога», сценарий к которому написал сам Браун [1];

- Ник Вуйчич, австралийский мотивационный оратор вдохновляющий пример для молодых людей по всему миру. Он стал первым ребенком-инвалидом, обучавшимся в обычной Австралийской школе. Благодаря тому, что у Ника сохранилась часть стопы, он научился ходить, плавать, писать, кататься на скейте и сёрфинговой доске. Он получил два университетских образования. На сегодняшний день Ник Вуйчич является президентом благотворительной организации и главой мотивационной компании "Attitude Is Altitude". Со своими вдохновляющими выступлениями он успел объездить весь мир.

И это не исчерпывающий перечень. Данную информацию необходимо популяризировать и использовать для формирования позитивного общественного мнения к проблеме инвалидности.

Поэтому для людей с ограниченными возможностями и инвалидностью, а также их родственников, данные примеры могут послужить стимулом к действию, саморазвитию, раскрытию потенциала.

3. Привлечение молодёжи и лиц с ограниченными возможностями и инвалидов к совместному участию во вне учебной деятельности. Это могут быть различные научные собрания, кружки по интересам, игры, совместные выезды, психологические тренинги с использованием различных методик и программ, а также с привлечением различных специалистов, не только психологов, медиков, педагогов, но и управленцев, менеджеров, бизнес-тренеров, консультантов и т.д.

Включение лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в общественную жизнь, позволит им наладить нормальное взаимодействие с другими членами общества, приобрести знакомых, друзей, или просто опыт и положительные впечатления от общения, что, по мнению ряда исследователей, является мощнейшим фактором адаптационного процесса инвалидов и важным направлением практического решения существующих проблем.

4. Важным направлением социально-трудовой адаптации лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов является содействие занятости и улучшению положения их на рынке труда с помощью разработки и внедрения дополнительных мер и целевых программ.

Обеспечение возможностей для реализации права занятости и образования требует, чтобы система профессиональной ориентации лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов учитывала их потребности, интересы, возможности и требования рынка труда. Соответственно, содействие занятости можно организовать по нескольким направлениям и с учётом группы инвалидности.

Целью профессиональной подготовки и реабилитации является помощь инвалидам в нахождении и сохранении работы, карьерном росте и содействии их интеграции в общество [3].

Процесс социально-трудовой адаптации должен опираться на систему социальных гарантий, обеспеченных законами государства и подкрепляемых морально-нравственными принципами общества.

Для выявления отношения молодёжи к лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам в студенческой среде, проанализируем результаты социологического исследования, которое было проведено в 2016 г. в г. Краснодар, в Краснодарском государственном университете культуры и искусств и в Южном институте менеджмента. В данном исследовании приняли участие 600 студентов (200 мужчин, 500 женщины), очной (126 человека) и заочной (474 человек) форм обучения [2, С. 50].

Например, 81,75 % студентов, считают, что инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья могут обучаться вместе с ними в высших учебных заведениях. 18,25% придерживаются противоположного мнения. В случае необходимости могут оказать помощь 87% респондентов; 8,73% не хотели бы этого и 4% не будут оказывать помощь инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья. На вопрос могли бы вы дружить и общаться с однокурсниками, которые являются инвалидами или лицами с ограниченными возможностями респонденты ответили да – 94 %, против 6 %. При этом 90-% всех опрошенных осуждают людей избегающих общения с инвалидами, а 10% разделяют их действия. Были выявлены некоторые отличия по гендерному признаку в отношении к лицам с ограниченными возможностями здоровья: среди юношей – 100% респондентов считают, что лица данной социальной группы могут обу-

чатся на равне со всеми в высших учебных заведениях, среди девушек только 80% [2, С.51].

Опрос студентов ПГУ разных направлений подготовки в сентябре 2018 г. (n=165) также показал толерантное отношение студентов к инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья.

Около 90% респондентов считают, что необходимо уделять внимание государственных и общественных структур к проблемам инвалидов и разработке направлений по их решению и улучшению положения в социально-трудоустройственной сфере.

83% считают, что толерантно относятся к данной категории обучающихся. Более 70 % опрошенных знают о системе «инклюзивного образования в вузы» и не против совместного обучения.

На вопрос какие чувства вы испытываете при общении с лицами с ограниченными возможностями здоровья, опрашиваемые испытывают те же чувства как и в общении с остальным обучающимися – 61,6 %; терпимость – 18,4%; жалость – 10,5%; затруднились ответить – 9,5 %.

53 % ответили, что могут беспрепятственно общаться и подружиться с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами, а 24% уже имеют друзей из данной социальной группы. Однако, стоит отметить, что 47 % испытывают некоторые трудности при общении и не знают как правильно общаться с и в присутствии инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, что говорит о некотором не сформированном отношении к данной социальной группе и не доработке социальных механизмов выстраивания взаимодействия с данной категорией.

Важно отметить, что 78 % опрошенных уже участвовали в различных социальных проектах, проводимых в г. Пенза и Пензенской области по поддержке инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Например, больше половины студентов также слышали о социально-образовательном проекте «Квартал Луи», запущенного в 2014 году в Пензенской области, а также открытого в 2017 г. в г. Пензе благотворительного проекта «Дом Вероники». Это активный пансион для молодых людей с инвалидностью с тяжелыми формами и лишенных родительского попечения, в котором они живут, учатся и работают. Это первый проект в России, который даст возможность молодым людям с ограниченными способностями реализовать себя в жизни, получить профессию. «Дом Вероники» рассчитан на 35 человек.

Здесь они обеспечены всеми необходимыми условиями для проживания, обучения, медицинской и социальной реабилитации. Как отмечает, инициатор проекта Мария Львова-Белова, «ребята будут просто учиться жить. Потом, в процессе мы будем смотреть, у кого есть какие таланты, возможности. Составим карту развития каждого студента и перспективе подберем им работу: в арт-холле, типографии, хостеле. Возможно, бизнес-структуры помогут трудоустроить наших ребят. Верим, что наш проект даст возможность еще многим ребятам с ограниченными

возможностями жить полноценной жизнью... Помимо жилого пространства, в «Доме Вероники» есть мини-ферма, терапевтический сад, коворкинг-зона, где будут проводиться семинары, тренинги и презентации. Все помещения обустроены с учетом потребностей инвалидов-колясочников...». [4]. На базе «Дома Вероники» также созданы нескольких рабочих мест для людей с инвалидностью.

Участие в строительстве «Дома Вероники» приняли органы государственной власти, Пензенская епархия РПЦ, предприниматели, частные лица. Как отметил министр труда и социальной защиты РФ М.Топилин: «...Проекты для молодых инвалидов у нас есть, например, в Санкт-Петербурге, в Пскове, но не в частно-государственном партнерстве, а только в госучреждениях. В плане удобства, дизайна, комфортности проживания же, в Пензе, возможно, даже лучший опыт в стране» [4].

К участию в реализации проекта привлекаются различные социальные группы, в том числе и студенческая молодёжь, а также различные общественные организации, СМИ, работодатели и предприниматели.

Данный проект имеет положительный опыт функционирования, и в дальнейшем, подобные проекты будут реализованы и в других регионах России.

Таким образом, работа по развитию толерантности среди студенческой молодёжи к рассматриваемой социальной группе проводится, и должна продолжаться с учётом выявленных особенностей. Необходимо активное привлечение молодёжи к разработке и реализации предложенных направлений, что позволит формировать и развивать толерантность, смягчить наиболее острые моменты социально-экономического неравенства инвалидов и расширить возможности социального функционирования и взаимодействия с обществом лиц с ограниченными возможностями здоровья в целом.

Список литературы

1. Десять всемирно известных людей с ограниченными возможностями. [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://dislife.ru/articles/view/27549>

2. Волкова, Е. А. Опыт исследования и воспитания толерантного отношения студенческой молодежи к лицам с ограниченными возможностями и инвалидам // Научный вестник ЮИМ. – 2016. – № 2. – С.49-51.

3. Пономарева, Г. Т. Инклюзивное образование в России // Педагогика высшей школы. — 2017. — №2. — С. 59-62. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moluch.ru/th/3/archive/55/1934/>

4. В Пензе открылся «Дом Вероники». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dislife.ru/materials/802>

Т.В. Фадеева, А.Б. Пивень

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОТНОШЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ К ЗДОРОВЬЮ КАК РЕСУРСУ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ

Аннотация. Условия современной действительности требуют от молодёжи развития бережного отношения к собственному здоровью, чтобы состояться в жизни. В статье на основе теоретических положений и результатов эмпирического исследования рассматривается отношение студенческой молодёжи к собственному здоровью, определяется его влияние на социальную мобильность и успешность молодых людей.

Ключевые слова. Студенческая молодёжь, социальная мобильность, здоровье студентов, социальная успешность.

Условия политической и экономической нестабильности на мировой арене, экономические санкции против нашей страны, рост интенсивности изменений во всех сферах жизни общества, появление новых требований к занятому населению диктует необходимость активизации молодёжью всех ресурсов, которыми она располагает, во время освоения профессии и вступлении в профессиональную деятельность. Сегодня основным вектором развития общества выступает движение в сторону информационного общества: изменяется рынок труда, образуются новые формы занятости [2, с. 46].

Современный работник может работать удаленно от своего места работы, из любой точки мира, используя широкий арсенал средств связи и техники, что существенно повышает его мобильность. Но при этом растут и требования к такому работнику: он вынужден совмещать в своих трудовых практиках множество функций, не являющихся его профессиональными должностными обязанностями: самостоятельно организовать своё рабочее пространство и время, следить за техническим состоянием средств производства, подбирать программы профессионального развития [2, с. 47].

Сегодня только лишь наличие диплома о высшем образовании не является гарантией успешного трудоустройства и карьеры молодого человека. Пропуском в «социальный лифт» становится сформированный за годы учебы социальный капитал – социально востребованные качества личности и профессионала, коммуникативная активность в различных сферах профессиональной и социальной жизни, навыки саморазвития и воспроизводства индивидуальных ресурсов. Другими словами, особую роль приобретает мобильность молодого поколения как ресурс достижения социальной успешности. Для

накопления этого социального капитала студентам необходимо здоровье. Оно играет важнейшую роль в процессе адаптации молодых людей в жизни и повышении социальной мобильности.

Однако в современной молодежной среде ресурс здоровья расходуется неэффективно. Молодые люди излишне оптимистичны в оценке собственного здоровья. С возрастом взгляд на здоровье меняется на более объективный. Если 15,5% молодых людей в возрасте 15-19 лет оценивают состояние собственного здоровья как «очень хорошее», то к 30 годам меньше половины молодых людей считает своё здоровье «очень хорошим» - 6,6% [4, с. 53].

Кроме того, по данным официальной статистики, в Российской Федерации с начала 2000-х гг. заболеваемость подростков и юношества растет более быстрыми темпами, чем в предшествующие периоды. К моменту поступления в профессиональные учебные заведения только треть молодых людей признаются относительно здоровыми. Среди молодёжи 15-17 лет на 1000 человек в 2000г. приходилось 885 выявленных нарушений здоровья, в 2010г. уже 1357, а в 2013 - 1437. Обнадеживает факт, что с 2014 года наметилась тенденция к уменьшению нарушений здоровья и в 2016 году они составили 1372 на 1000 человек. Но если проследить тенденции по видам болезней, то наблюдается лишь снижение заболеваемости инфекционными болезнями, по остальным группам идёт рост: заболеваемость болезнями крови (в т.ч.анемией), болезнями эндокринной системы, нарушения обмена веществ (заболеваемость сахарным диабетом среди молодёжи увеличилась в 2 раза), нервной системы, органов дыхания, глаз и другими по данным на 2016 год увеличилась [4, с. 73].

Показатели здоровья молодёжи ухудшаются более быстрыми темпами, чем взрослого населения; текущая заболеваемость, доля хронических больных и инвалидов за время реформ выросла, реальный потенциал здоровья, с которым молодёжь начинает свою трудовую деятельность, продолжает снижаться. В ходе предварительного анализа нами выявлено обострение противоречия между потребностью общества в мобильных, здоровых молодых людях и стремительным ухудшением здоровья студенческой молодёжи. В связи с этим особую актуальность приобретает изучение здоровья студенческой молодёжи как ресурса социальной мобильности.

В России проблемам социальной мобильности посвящены работы Л.А. Беляевой, Т.И. Заславской, Е.М. Авраамовой и других авторов. Предпочтение отдается системному подходу, что вызвано необходимостью осмысления глобальных перемен в нашей стране в последние десятилетия как на уровне общества в целом, так и на уровне социальных групп. Однако социологические исследования, рассматривая подробно социально-профессиональные и экономические факторы, чаще всего не затрагивают субъективные детерминанты

социальной мобильности. Для реализации мобильности, подчеркивает Авраамова Е.М., «недостаточно существование внешних социальных условий, необходимы личностные способности, желание и умение осуществлять социальную мобильность» [1, с. 45].

Мы исследовали проблему поведенческих стратегий студенческой молодежи с позиции структурно-функционального и деятельностного подходов, раскрывающих влияние социальных институтов на мобильность и здоровье студентов. Нами проведено социологическое исследование «Академическая и социальная мобильность студентов вузов» (2013). В качестве основного метода сбора данных выбран анкетный опрос; общий объем выборочной совокупности составил 710 человек. Единицами наблюдения стали студенты 3-го - 6-го курсов государственных высших учебных заведений Ульяновской области всех профилей (классического, технического, педагогического университетов и сельскохозяйственной академии). Репрезентативность обеспечена общим объемом, рассчитанным для численности студентов в регионе, а также выделением в структуре выборочной совокупности адекватных сегментов по профилю специальности и курсу обучения. Погрешность выборки не превышает 2%.

На формирование здоровья студенческой молодежи в процессе обучения влияет большое число факторов, которые условно можно разделить на две группы. Первая группа – это объективные факторы, непосредственно связанные с учебным процессом (продолжительность учебного дня, учебная нагрузка, обусловленная расписанием, перерывы между занятиями, состояние учебных аудиторий). Вторая группа факторов – субъективные, личностные характеристики (режим питания, двигательная активность, организация досуга, наличие или отсутствие вредных привычек и т.д.). В реальных условиях обучения и быта именно вторая группа факторов, характеризующая образ жизни студентов, в большей степени влияет на здоровье. Оценки собственного здоровья молодыми людьми показывают, что в большинстве своем они не думают о реальном его состоянии; почти 50% студентов не обладают информацией о состоянии своего здоровья. Самооценка здоровья может служить важным индикатором динамики здоровья студентов в дополнение к объективным медицинским исследованиям; отражает субъективную характеристику человека, его удовлетворенность условиями жизни [5, с. 197].

Результаты опроса показали, что почти половина студентов считает себя практически здоровой (45%), столько же оценивает состояние своего здоровья как удовлетворительное (45%), отмечая, что «иногда случаются временные расстройства здоровья». Что касается серьезных нарушений здоровья (наличия тяжелых и хронических заболеваний) – отметили лишь 10% студентов. Просматривается такая закономерность: чем старше курс, тем реальнее молодые люди смотрят

на свое здоровье. Если 49% студентов третьего курса считают себя здоровыми, то к пятому курсу доля здоровых сокращается вдвое и составляет уже 29%. Это связано с дополнительной занятостью старшекурсников (получение второго образования, устройство на работу и совмещение с учебой), усиливающейся учебной нагрузкой перед выходом «на защиту». Все это существенно отражается на здоровье студентов, и к ним приходит осознание нехватки ресурсов собственного здоровья («здоровье не такое уж и крепкое, и следует о нем заботиться»). Среди наиболее распространенных проблем, связанных со здоровьем, наличие которых отметили практически все студенты, - усталость, легкие недомогания, плохое настроение, эмоциональные стрессы и личностные разочарования.

Тем не менее, результаты социологического исследования демонстрируют устойчивый интерес к собственному здоровью и здоровому образу жизни в студенческой среде. 79% студентов заявили, что заботятся о своем здоровье. Среди мер по поддержанию собственного здоровья наряду с мерами, которые не требуют от студентов особых усилий (прием витаминов и прогулки на свежем воздухе), студенты называют занятия физической культурой и спортом. Однако занятия спортом, поддержание своей физической формы не являются распространенными способами укрепления здоровья студентов. Половина студентов посещает спортивные комплексы для поддержания своего здоровья, а вторая половина все же нет.

Прослеживается такая зависимость: студенты, относящие себя к мобильным людям, больше следят за своим здоровьем, чем немобильные. Из них 56% посещают спортивные комплексы, а среди немобильных – только 22%. Большинство нездоровых студентов считают себя одновременно немобильными людьми (81%). Все это говорит о том, что мобильные студенты в связи со своей высокой социальной активностью быстрее осознают, что здоровье – важный компонент жизни человека, который необходимо поддерживать и развивать.

На здоровье студентов существенную роль играет экономическая составляющая – уровень жизни и доходов семьи. Наблюдается тенденция снижения уровня культуры здоровья параллельно со снижением уровня жизни студентов: самые низкие показатели сформированности навыков поддержания здоровья выявлены у студентов из бедных и малообеспеченных семей. 27% студентов из семей с доходом ниже 15 тысяч рублей на человека не заботится о своем здоровье. И такой же процент студентов из неполных семей не заботится о своем здоровье.

Итак, важно отметить зависимость социальной мобильности от уровня здоровья молодого поколения; однако у большинства студентов не сформировано понимание взаимосвязи социальной успешности и

сохранения здоровья. Российские студенты довольно уверенно ставят здоровье на первые места в иерархии жизненных ценностей, но принимают его как данность и не затрачивают больших усилий по его поддержанию. Другими словами, современные молодые люди не рассматривают свое здоровье как капитал, который нужно сохранять и преумножать, чтобы в дальнейшем он принес дивиденды.

Одновременно в студенческой среде наблюдается устойчивый интерес к собственному здоровью и здоровому образу жизни. На это нужно опираться государству при формировании социальной политики в сфере здравоохранения и вузам в просветительской работе со студентами. Что касается государства, то в настоящее время правовые документы в сфере здоровья направлены преимущественно на лечение заболевших людей. В России сегодня отсутствует идеология здоровья. Это выражается не только в характере юридического обоснования социальной политики в сфере здоровья, но также в финансировании всех сфер жизни, связанных со здоровьем населения (здравоохранение, образование, досуг, физкультура, спорт и др.) и практической реализации принятых решений [3, с. 424]. Современная система высшего образования также слабо направлена на формирование грамотного отношения студентов к своему здоровью, как важнейшему ресурсу социальной мобильности и профессиональной карьеры. Необходимо, чтобы учебные заведения стали качественным и надежным источником информации для студентов о возможностях самосохранения и воспроизводства ресурсов здоровья.

Список литературы

1. Авраамова, Е.М. и др. Современное высшее образование и перспективы вертикальной мобильности // *Общественные науки и современность*. – 2004. – №6. – С. 41-55.
2. Голенкова, З. Т. Социальное пространство российских регионов (монография): З. Т. Голенкова и др., Институт социологии РАН. – Москва: ИС РАН, 2017. – 193 с.
3. Журавлёва, И. В. Здоровье молодёжи: возможно ли его улучшить? // *Россия реформирующаяся*. – 2017. – №15. – С. 419-436.
4. *Здравоохранение в России. 2017: Стат.сб.* / Росстат.М., 2017. – 170 с.
5. Ушакова, Я В. Здоровье студентов и факторы его формирования // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. – 2007. – № 4. – С.197 - 202.

ЧАСТЬ II: МОЛОДЫЕ АВТОРЫ О МОЛОДЕЖИ

УДК 331

А.М.Ф. Аль Дарабсе

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

НОВЫЕ ПРОГРАММНЫЕ ПОДХОДЫ К МОЛОДЕЖНОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

Аннотация. Нет единой модели политики для поощрения и продвижения предпринимательской активности среди молодых людей. Действительно, по мере того как новые программы развиваются в различных национальных и культурных условиях, они, как правило, демонстрируют больше, а не менее разнообразны по своим контенту и механизмам доставки. Эта статья пытается собрать громоздкую массу информации о программах предпринимательства в разных странах-членах ОЭСР, стремясь к сравнительному подходу. Он направлен на определение базовых концепций, полезных для лиц, определяющих политику, и других, заинтересованных в практических действиях. Он не пытается провести полную инвентаризацию программ в любой из выбранных стран, а скорее осветит те, которые появились в качестве примеров «лучшей практики» в различных национальных условиях.

Ключевые слова. Лучшей практики, молодых людей, политика, программа предпринимательства, правительства, молодого предпринимателя.

Чтобы обеспечить основу, на рис. 1 схематично выглядит два вопроса: «Кто это работает?» И «Что влекут за собой программы?» Ответы представляют собой просто меню возможностей. На практике их комбинации принимают разные формы. Ни одна страна не включает в себя всех игроков и все элементы по-настоящему систематически. Даже рассматривать такой подход, вероятно, утопичен. Однако для практической политики на рисунке 1 показано, как широкий диапазон игроков и деятельности, которые существуют в той или иной стране, и предлагать директивным органам, где могут быть заполнены пробелы. Понятно, что поощрение предпринимательства иногда начинается уже в учебном или внеучебном начальном образовании с аккультурацией посредством информационных и просветительских программ. Такие действия также происходят и позже. Большинство образовательных.

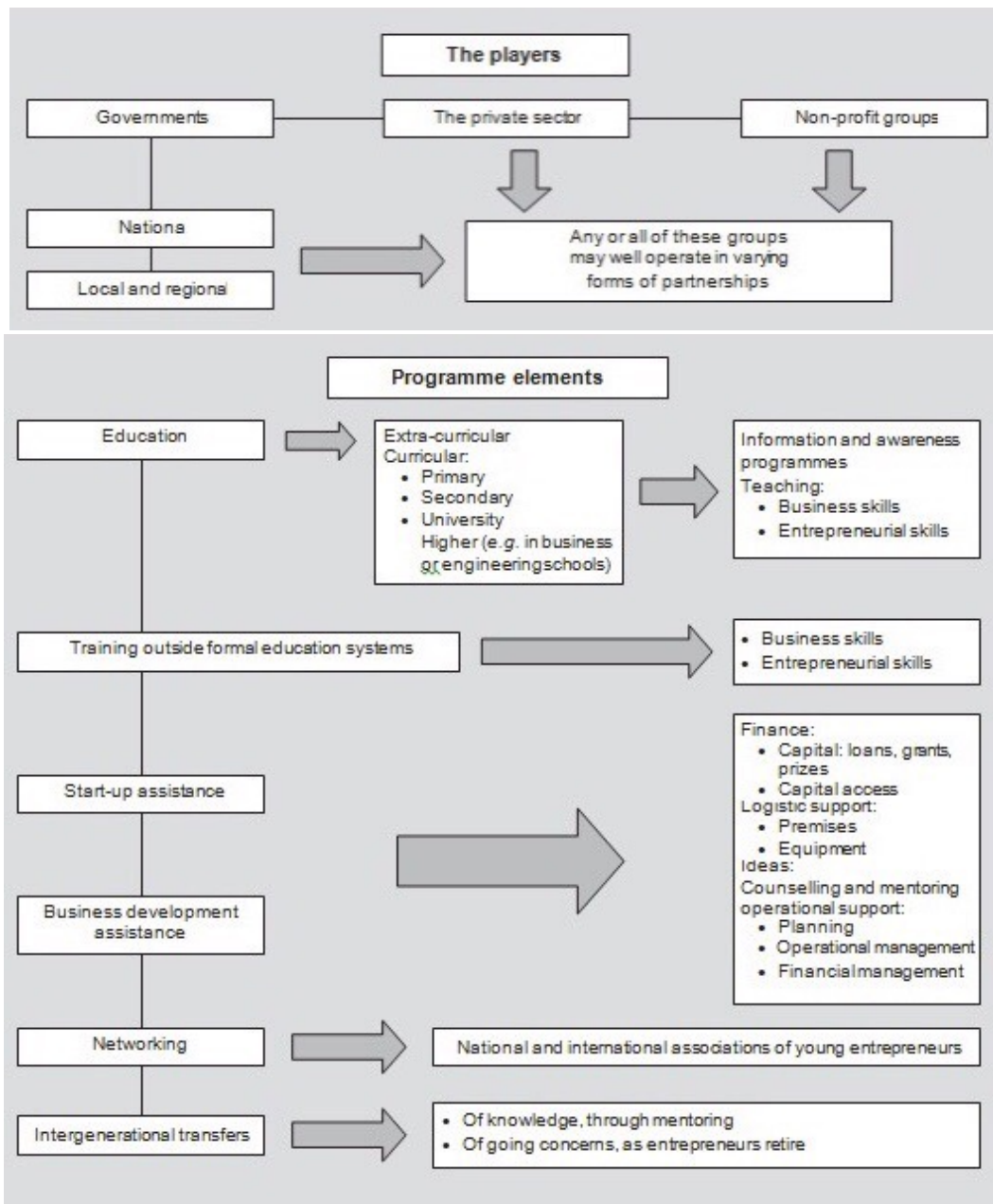


Рис.1. Программы содействия молодежному предпринимательству: схематическое представление

Бизнес и предпринимательские навыки постепенно прогрессируют, когда люди проходят через свои подростковые годы, переходят в университет и ищут еще высшее образование. Обучение вне системы образования может либо укрепить то, что происходит во время школьного обучения, либо заполнить пробелы - часто большие - то, что большинство образовательных систем все еще остается открытым. Программы, предназначенные, в первую очередь, для помощи при запуске, должны часто обеспечивать такую подготовку. Для тех, кто обучен и готов к созданию собственного бизнеса, акцент переходит на практическую помощь для начинающих - доступ к капиталу, материально-техническую поддержку и оперативную помощь - и аналогичные меры для молодых фирм, прошедших старт-ап стадию и

готовы к расширению. Рассматривая, как работают демократические общества и их бизнес-сообщества, молодые предприниматели могут создавать ассоциации как для взаимопомощи, так и для представления своих интересов. Наконец, в некоторых программах обращается внимание на потенциал передачи между поколениями, главным образом знаний, которые могут быть приняты предпринимателями и деловыми людьми, если это делается для организации (например, через программы наставников), а также самих предприятий, как их собственников уходить в отставку.

Хотя приведенное выше описание может показаться довольно систематическим, ни одна страна не воспроизводит его полностью, при этом все соответствующие учреждения собираются вместе для выполнения всех видов деятельности в упорядоченной последовательности и достижения целых групп населения. Ни одна страна не имеет «царство предпринимателей», и немногие, если таковые имеются, захотят этого. Тем не менее логика того, что необходимо, достаточно очевидна - и экономики ОЭСР достаточно похожи, чтобы выявить эту логику, по крайней мере, в ее широких очертаниях, - что многие программы, опрошенные, все попадают где-то по спектру, показанному на рисунке 3. Из этого в наибольшей степени заинтересованы и разнятся ключевые вопросы: в какой степени программы молодежного предпринимательства охвачены всем соответствующим молодежным населением? Какова роль государственных и частных организаций в предоставлении этих услуг? Что подчеркивает программа, раскрывают национальные представления о том, где такие услуги больше всего нужны?

Многие эксперты в этой области искренне верят, что предпринимательское образование и подготовка должны начинаться как можно раньше по двум основным причинам. Во-первых, они, очевидно, составляют существенный компонент подготовки потенциальных молодых предпринимателей для самостоятельной работы в бизнесе. Во-вторых, они также стимулируют предпринимательские привычки ума и трудовых навыков, которые также могут служить успешным сотрудникам в новых, глобализированной, постиндустриальной экономики, как для тех, кто на самом деле предпочитает создавать свои собственные предприятия. Как показывает анализ в этой главе в этой главе, многие программы тесно связывают образование и профессиональную подготовку с другими формами помощи. Хотя они действительно не могут быть отделены от этих других видов помощи, однако их роль считается достаточно важной, что в следующей главе будет подробно изучаться ее. Эти процессы аккультурации и предоставления гибких возможностей, которые важны для них, требуют времени и имеют долгосрочную и краткосрочную политику. Их эффекты часто проявляются медленно, а не сразу. Страны, которые серьезно

стремятся активизировать молодежную предпринимательскую деятельность в краткосрочной перспективе, уменьшить безработицу и адаптироваться к развивающейся экономике, нуждаются в более быстрых результатах. Поэтому они стремятся уделять более пристальное внимание политике программам поддержки начинающих и бизнес-разработчиков, часто включающим в себя специальную подготовку вне системы образования для восполнения пробелов в навыках, игнорируемых традиционным образованием.

Возможно, самым большим препятствием для создания любого предпринимателя, особенно для младших, является поиск достаточного начального и оборотного капитала для успешного ведения бизнеса на начальных этапах. Эта спорная тема подвергает риску запутывание в бесплодной дискуссии о том, должны ли правительства субсидировать образование молодых компаний или предоставлять гарантии по кредитам, которые оказывают субсидирование, если они обеспечивают капитал по ставкам ниже рыночных. Многие правительства готовы вмешаться таким образом; некоторые - нет. Некоторые успешные программы, финансируемые из частных источников, хотя у них ограниченные ресурсы и, безусловно, не охвачены всеми потенциальными молодыми предпринимателями, используют кредиты, гранты и призы в качестве источников капитала для новых молодых фирм. Вне сферы официальных программ многие молодые люди продолжают находить свой первоначальный капитал традиционными, а не всегда эгалитарными способами - посредством наследования или займов от семьи и друзей.

Проблема доступа молодых предпринимателей к капиталу имеет такое же значение, как и обеспечение самого капитала. Это может стать препятствием для формирования нового бизнеса, даже в богатых и растущих экономиках. Он имеет два аспекта. С одной стороны, банкиры и другие кредиторы или инвесторы (например, венчурные капиталисты) могут разделять общую социальную предвзятость, что ставит под сомнение способность молодых людей находить 44 Успешно. Возможно, отчасти из-за этого и, конечно же, поскольку молодые предприниматели остаются относительно редкой породой, потенциальные кредиторы сами могут иметь образовательные пробелы; они часто неспособны должным образом оценивать жизнеспособные предложения для молодежи и бизнеса. Некоторые признаки указывают на изменение к лучшему в этом отношении. Многие успешные программы связывают банкиров с их работой, и банкиры даже создали несколько из них. С другой стороны, повторяющаяся тема многочисленных общественных и частных программ молодежного предпринимательства в регионе ОЭСР тесно связывает способность молодого предпринимателя подготовить адекватные бизнес-планы к другим формам помощи при запуске. Без хорошего бизнес-плана поиск капитала становится оправданным

безнадежным. Операторы программ в большинстве случаев делают свою помощь обусловленной подготовкой таких планов, часто после соответствующей подготовки. Благодаря хорошему плану оперативник может эффективно продвигать молодого предпринимателя, чтобы попытаться найти желаемого кредитора или предоставить капитал, если у программы есть такая возможность.

Независимо от того, предоставляют ли они или помогают в поиске капитала, многие программы предлагают другие виды поддержки начинающих компаний и развития бизнеса, пытаясь сделать их подходы к оказанию помощи молодым предпринимателям как можно более целостным. Возможно, наиболее распространенные такие услуги включают обобщенное консультирование и наставничество до и после молодой деловой формы. Так или иначе, они часто привлекают помощь опытных, иногда отставших бизнесменов, которые тесно сотрудничают с новыми фирмами. Программы часто предоставляют оплату за такую работу. Другие услуги имеют более оперативную направленность, оказывая помощь в текущем планировании, оперативном и финансовом управлении (например, бухгалтерском учете), а некоторые предоставляют молодому деловому человеку временные начальные помещения, пространство для показа и тому подобное. Некоторые частные предприниматели готовы предоставить бесплатное или недорогое оборудование, такое как серверы, ПК и программное обеспечение для сетевых компьютерных систем.

Однако есть один общий пробел. За исключением нескольких стран и программ, продолжающаяся помощь в развитии бизнеса и расширении после почти одного года операций практически отсутствует. Это может произойти из-за того, что официальные программы и даже некоторые частные становятся предвзятыми по краткосрочным вопросам политики в области труда, а именно к сокращению безработицы среди молодежи и связанным с ней социальным проблемам быстро и резко. Тем не менее, потенциал новых предприятий может создавать новые рабочие места в качестве, они растут, и наем может на самом деле проявляться сильнее всего, поскольку они выходят за рамки первоначального истеблишмента. Поэтому с точки зрения политики отсутствие программ развития бизнеса и расширения для молодых предпринимателей может представлять значительную упущенную возможность.

Подводя итог до сих пор, препятствия на пути успешной самостоятельной занятости для молодых людей частично связаны с их недостаточной осведомленностью о его потенциале, отчасти из-за отсутствия надлежащего образования и обучения, а частично от практических вопросов начала работы на собственном предприятии, выживающих и растущих. Программы по устранению этих препятствий охватывают один или несколько из этих трех факторов, но с большим изменением целей, целей и методов. Они занимают по существу три

шага, которые не являются иерархическими, но важными. Во-первых, для повышения осведомленности о том, что создание бизнеса и самозанятость являются жизнеспособными вариантами карьеры, поощряет такое изменение отношения через образцы для подражания и информационные услуги. Он может иметь краткосрочную направленность, когда он пытается привлечь потенциальных молодых предпринимателей в возрастных группах, подходящих для создания предприятий или долгосрочных, в программах (обычно внеучебных), направленных на очень молодых. Второй, долгосрочный подход, улучшает обучение и вес преподавания бизнеса и предпринимательских навыков в рамках или параллельно с системой образования на всех уровнях. В-третьих, переход к краткосрочным целям обеспечивает фактические услуги по запуску и поддержке бизнеса.

Список литературы

1. Маркова Е.В., Морозов В.В. Методика оценки уровня конкурентоспособности продукции инновационного предпринимательства. Вестник Самарского муниципального института управления. 2013. №1 (24). С. 47-54.

2. Аль-Дарабсе А.М.Ф., Маркова Е.В. Автоматизированный метод обучения студентов инженерных специальностей // Технологическое развитие современной науки : тенденции, проблемы и перспективы. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2018. – С.4-6.

3. Маркова Е.В. Инновационный потенциал наукоемкого предприятия авиационного космического комплекса. Вестник Самарского муниципального института управления. – 2014. – Т. 16. № 6-2. – С. 501-507.

4. Аль-Дарабсе А.М.Ф., Маркова Е.В. Реализация концепции программы автоматизации управленческого учета // Актуальные проблемы финансов глазами молодежи. – М., 2017. – С. 31-33.

УДК 343.976

С.С. Балахнева, В.Н. Зубарева

(Ульяновск, Ульяновский Институт Гражданской авиации имени главного маршала авиации Б.П. Бугаева)

МОЛОДЕЖЬ В БОРЬБЕ С НАРКОТИЗАЦИЕЙ НАСЕЛЕНИЯ

Аннотация. Статья посвящена одной из глобальных проблем современного мира - наркомании - её взаимосвязи с деятельностью молодежных организаций и формам антинаркотической пропаганды.

Ключевые слова. Наркомания, наркотизация населения, молодежь, молодежные организации, антинаркотическая деятельность, профилактика наркомании.

Наркомания является одной из самых волнующих тем для современной России. Конец XX века «ознаменовался» тем, что употребление наркотических средств переросло из проблемы, касающейся здоровья человека, в явление, угрожающее национальной безопасности государства в целом. Проблема заключается также в том, что в распространение и потребление наркотиков в России вовлечено большое количество несовершеннолетних. 20% наркозависимых в России – младше 16 лет, ещё 60% – от 16 до 30 лет. На рисунках 1 и 2 представлена динамика заболеваемости населения наркоманией за последнее десятилетие по России[2] и в Ульяновской области[4].



Рисунок 1 – Заболеваемость населения наркоманией (на 100 000 человек населения)

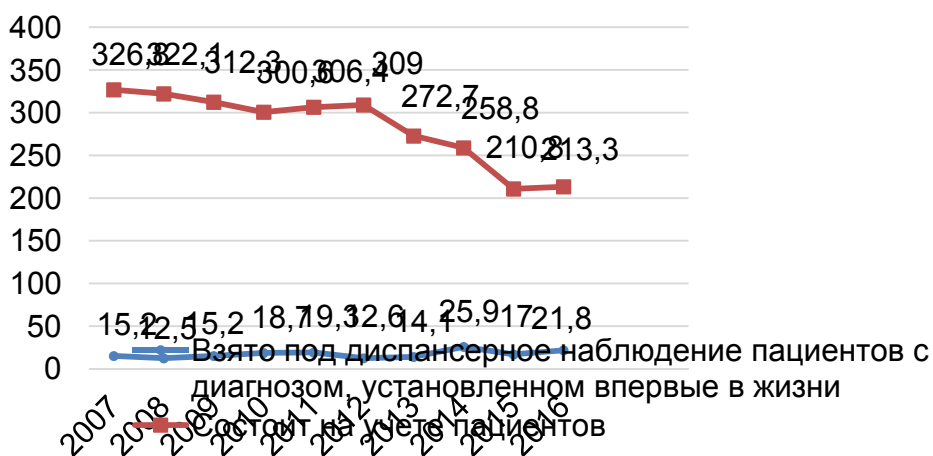


Рисунок 2 – Заболеваемость населения наркоманией в Ульяновской области (на 100 000 человек населения)

Как видно по диаграммам, в целом наблюдается тенденция уменьшения количества наркозависимых, однако этого недостаточно для становления здоровой нации.

С целью сохранения независимости нации, наших этических, исторических, социальных и культурных ценностей, необходимо осуществление на практике комплексных мер, включающих как реабилитацию больных наркоманией, так и первичную профилактику наркомании[6]. Для успешной реализации последнего следует привлекать молодежные организации, которые будут играть активную роль в пропаганде здорового образа жизни.

Чтобы достигнуть большего эффекта в предупреждении наркомании целесообразно применение комплексного подхода. При этом молодежь должна:

- 1) проявлять инициативу и помогать в открытии различных досуговых учреждений при поддержке местных властей для воспитания здорового образа жизни;
- 2) проводить профилактические беседы со школьниками и студентами (по данным Минздрава РФ, основными потребителями наркотиков являются лица 16-25 лет);
- 3) размещать в социальных сетях рекламу антинаркотической направленности;
- 4) проводить социальные акции против наркотиков;
- 5) взаимодействовать с государственными и муниципальными учреждениями и т.д.

Ульяновская молодежь не является исключением и проводит различные мероприятия в целях борьбы с наркоманией, к примеру:

- 22 июня 2018 в УМУП «Парк КиО «Победа» состоялась Межведомственная молодежная акция «Молодежь против наркотиков», посвященная Международному дню борьбы с наркоманией, в которой приняли участие представители волонтерских отрядов «САМ» администрации Ленинского района, «ЗОРРО» ГУЗ «Областной Центр по борьбе со СПИД», «Твой выбор» ФГБПО УФК, специалистов: ГУЗ «Областной Центр по борьбе со СПИД», ГУЗ ОКНБ, УФС РФ по контролю за оборотом наркотиков по Ульяновской области. В ходе акции состоялась работа информационно-консультативной палатки всех служб, волонтеры проводили социальный опрос по ЗОЖ, раздавали информационные буклеты[3];
- та же акция прошла и 26 июня 2018 г. в Аксаковке в Саду читателей, где ульяновцам раздавали памятку «Наркомания. STOP!»[5];
- 1 сентября 2017 г. в Ульяновске реализуется некоммерческий проект «Танцуй ради жизни!», реализуемый как ответ на глобальные вызовы, в числе которых потребление психоактивных веществ подростками и молодежью[1].

Таким образом, очевидно, что проблеме наркотической зависимости населения необходимо уделять особое внимание, и её решение должно тесно переплетаться с деятельностью молодежных организаций. Ульяновская молодежь выступает в поддержку борьбы с наркоманией, однако, её действия должны быть более активными и предаваться гласности для расширения общественной аудитории.

Список литературы

1. В Ульяновске реализуется некоммерческий проект «Танцуй ради жизни!» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://opuo.ru/news_nko/v-ulyanovske-realizuetsya-nekommercheskij-proekt-tancuj-radi-zhizni/ (13.10.2018)
2. Здравоохранение в России. 2017: Стат. сб./Росстат. – М., 2017. – с. 47
3. «Молодежь против наркотиков» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.len73.ru/novosti/molodezh-protiv-narkotikov.html> (13.10.2018)
4. Статический ежегодник. Ульяновская область, 2017: Стат. сб./Ульяновскстат. – Ул., 2017. – с. 139.
5. Ульяновская молодежь против наркотиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://1ul.ru/city_online/obshchestvo/news/ulyanovskaya_molodezh_protiv_narkotikov/ (13.10.2018)
6. Харсеева, В. Л. Социальные аспекты профилактики и борьбы с наркоманией среди молодежи / В. Л. Харсеева // Общество и право. – 2005. – №3(9). – С. 50-56.

УДК 316.346.32

Д.А. Беликова

(Москва, Российский государственный социальный университет)

ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ В ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ СРЕДЕ: МАКРОУРОВЕНЬ

Аннотация. Волонтерское движение становится популярным видом социальной активности среди молодежи. В статье рассматриваются функции управления волонтерской общностью на макроуровне.

Ключевые слова. Доброволец, волонтер, макроуровень, молодежь, функции управления.

В современной России деятельность волонтеров считается одной из наиболее популярных форм социальной активности молодежи. Добровольчество содействует: подготовке молодежи к жизни в условиях

меняющегося общества, формированию личности, способной адаптироваться к социально-экономическим переменам, устойчивую к воздействию негативных факторов внешней среды.

По мере развития страны, волонтерство превращается в своеобразный институт, который способствует созданию сетевой структуры на формальном и неформальном уровнях. Существуют международные нормы продвижения волонтерства. Как элемент гражданского общества добровольческое движение привлекает внимание государства.

Но существует противоречие, с одной стороны, в интересах государства использовать волонтерство как силу, способную решить социальные проблемы, поэтому государство инициирует создание волонтерских организаций, стимулирует их развитие. С другой стороны, существуют барьеры во взаимодействии государства с волонтерами и добровольческими организациями.

Целью статьи является определить функции управления добровольческим движением на макроуровне.

Согласно Н.Месарович, управляющая система волонтерской общности – многоуровневая многоцелевая управляющая система. Данная система включает иерархически выстроенные структурные компоненты и соответствующих уровней управления - муниципального, регионального, федерального. Кроме того, общность волонтеров имеет свою сложную внутреннюю структуру по направлениям деятельности разной целевой направленности и сфер общественной жизни [1].

Макроуровень управления волонтерами представляет собой субъект-объектную модель воздействия органов государственной и муниципальной власти на добровольцев. Субъектом выступают органы власти, объектом - волонтеры и добровольческие организации. Такие отношения подразумевают регулирование волонтерской деятельности со стороны государства через создание нормативной основы, правовых условий функционирования добровольческих организаций и волонтеров.

В России управление волонтерами на макроуровне представлено тремя подуровнями управления: федеральным, региональным и муниципальным. В рамках каждого из них органы власти реализуют соответствующие функции. В качестве основных на федеральном подуровне можно выделить стратегическую функцию – разработка программных документов. Регулятивная направлена на разработку нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность волонтеров, закрепляющих их права, обязанности, ответственность и обеспечивающих защиту их интересов, прав, жизни и здоровья. Стимулирующая – разработка дифференцированных программ поддержки и стимулирования добровольческой активности. Организационно-координирующая функция означает обеспечение согласованной работы всех подуровней управления, распределение

ресурсов между ними, организацию и координацию деятельности волонтеров по всей стране и за рубежом. Информационная функция обеспечивает доступ к информации о программах волонтерской работы в стране; информационное освещение основных событий, мероприятий, кампаний и акций; обобщение и анализ опыта муниципалитетов и регионов, распространение и внедрение лучших муниципальных и региональных практик и т.д. [2].

Таким образом, процесс управления добровольчеством на макроуровне включает в себя два направления: от волонтеров к государству – формирование потребностей в волонтерах с муниципального уровня до федерального; от государства к волонтерам – системная организация условий функционирования и развития волонтерства с федерального уровня до муниципального. Реализация обозначенных функций на каждом из подуровней государственного управления волонтерами направлена на достижение таких целей, как решение социальных проблем и реализация социальной политики с наибольшей эффективностью.[3]

Несмотря на это в управлении волонтерами на макроуровне можно выделить проблему достижения баланса между принуждением со стороны государства и самоорганизацией волонтеров, между рычагами внешнего управления и самоуправлением волонтеров. Кроме того, возникает проблема взаимоотношений государства и волонтеров. Необходимо наличие партнерских отношений между государством и добровольцами, при котором сочетается рост уровня гражданской активности и значительная поддержка государством организаций гражданского общества и добровольцев, а также формируются партнерские отношения, основанные на поддержке со стороны государства и ответственном исполнении волонтерской работы добровольцами.

Список литературы

1. Месарович М., Мако Д., Такаха И., Теория иерархических многоуровневых систем / Пер. под ред. И.В.Шахнова. - Москва: Мир, 1973. -340 с.
2. Сайназаров, К.Б. Управление волонтерами [Текст] / К.Б. Сайназаров. - Бишкек, 2007. - 52 с.
3. Тощенко, Ж.Т. Социология управления [Текст] : учебник / Ж.Т. Тощенко. -М. : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2011. - С. 37.

Д.А. Беликова, И.Г. Гоношилина
(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ДИАЛОГ ГОСУДАРСТВА И ВОЛОНТЁРОВ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОГО ДВИЖЕНИЯ В РЕГИОНЕ

Аннотация. В данной статье говорится о развитии волонтерского движения в РФ. Определяются барьеры, препятствующее развитию эффективного диалога между добровольцами и органами власти. Рассматривается исследование, которое выявило как положительные черты развития добровольчества в регионе, так и отрицательные в Ульяновской области.

Ключевые слова. Волонтерство в Ульяновской области, диалог волонтеров и власти, молодежь Ульяновска, волонтерство.

В современной России развитие волонтерского движения отнесено к числу приоритетных направлений социальной и молодежной политики. На церемонии вручения всероссийской премии «Доброволец России – 2017» Президент РФ Владимир Путин объявил 2018-й Годом добровольца и волонтера. «Это станет признанием ваших заслуг перед людьми, перед самыми простыми нашими гражданами, которым вы оказываете помощь и поддержку, оценкой вашего колоссального вклада в развитие нашей страны. Это будет ваш год, год всех граждан страны, чья воля, энергия, великодушие и есть главная сила России», — сказал В.В. Путин. Участие в волонтерском движении, развивая ряд определённых компетенций, является подготовкой к профессиональной деятельности. Популяризация волонтерства положительно влияет на социальное и экономическое развитие региона, помогая решить социально значимые проблемы. Важную роль играет в системе образования - вовлечение учащейся молодёжи в добровольчество способствует формированию активной жизненной позиции, повышает знания, поддерживает патриотический дух [1, с. 112].

Привлечение внимания мирового сообщества к добровольчеству, как к жизненно важному общечеловеческому феномену, наглядно подтверждает, что добровольческие усилия граждан официально признаны важнейшим стратегическим ресурсом для социального развития, продвижения общих демократических ценностей и развития гражданского общества. Существуют международные документы, посвящённые добровольчеству, на них основываются базовые принципы и ценности волонтерства.

Исследование, проведённое в 2017 году на территории Ульяновской области среди студенческой молодёжи, выявило как положительные черты развития добровольчества в регионе, так и отрицательные. В результате анализа проблемной ситуации нами была сформулирована проблема: с одной стороны, в сфере молодёжной политики Российской Федерации поставлен ориентир на развитие добровольчества в стране, а с другой стороны, вовлеченность и уровень подготовки волонтеров в регионе не растут.

Цель нашей работы: определить барьеры, препятствующее развитию эффективного диалога между добровольцами и органами власти.

В проведённом исследовании мы определили главные барьеры, препятствующее занятию волонтерской деятельностью среди студентов. Главной причиной неучастия по мнению респондентов является апатия к социальной жизни (67% – *лень*); затем идут – занятость студента трудовой и учебной деятельностью. *Это мешает учебной деятельности – 32%; трудовая занятость – 30%*. Помимо субъективных причин, студенты выделили и объективные: *отсутствие форм социальной деятельности, привлекающих студента – 28%; отсутствие нужной информации – 24%*.

Так как в основе диалога государства и общественности лежит принцип сотрудничества, требующий делового партнёрства и коллективной ответственности за совместно выработанные и принятые решения. Главным инструментом в создании отношений государства со студентами является информационное обеспечение. Общество, в частности молодёжь, лишившись возможности влиять на власть, зачастую просто отворачивается от власти, в результате падает уровень доверия к государственным структурам и снижается социальная активность населения. Мы определили, что слабая информированность одна из причин низкой активности молодежи в сфере добровольческой деятельности. Поверхностное знание и неоднозначное отношение к организациям, которые занимаются развитием добровольчества, во многом питают слабую заинтересованность граждан заниматься волонтерской деятельностью. Многие исследования отмечают в качестве проблемы молодежного волонтерства - недостаток информации о возможностях для волонтерской деятельности [2, с. 345].

Молодежь Ульяновска демонстрирует низкую информированность о региональных мероприятиях. Мы проанализировали знание студентов о всероссийских молодёжных движениях. Несмотря на то, что движение «Волонтеры-медики» носит всероссийский характер, в нашем регионе молодёжь очень слабо осведомлена об этой организации (15%). Информированность молодежи о деятельности главной организации молодёжной политики Ульяновска нельзя назвать высокой. Так, в ходе исследования выяснилось, что только 24% опрошенных знают об

органа, который занимается добровольчеством в регионе – Министерстве молодёжного развития.

Мы проанализировали предпочтения студентов в каналах распространения информации о добровольчестве и выявили, что удобнее всего о волонтерстве узнавать из социальных групп в «в контакте» (41%); страница в Instagram (19%) и канал в Telegram (19%) так же отмечен респондентами. Сейчас основную информацию молодое поколение получает из сети Интернет. Многие люди начинают свой день с проверки электронной почты, новостей на приоритетных сайтах, просмотра популярных видео на YouTube или просмотра новостной ленты в Twitter.

В связи с этим основным источником привлечения населения к участию в добровольчестве является Интернет. Это также связано с тем, что ключевыми преимуществами рекламы и PR в Интернете являются максимально возможный доступ к целевым группам: открытость и оперативность получения обратной связи, цитируемость информации.

Таким образом, отсутствие у молодежи информации о проходящих мероприятиях в регионе, неэффективность используемых каналов коммуникации, слабая информационная база – одни из главных барьеров, препятствующие развитию эффективного диалога между государством и добровольцами.

Список литературы

1. Певная М. Волонтерство как социологическая проблема // Социологические исследования. – 2013. – №2. – С. 110-119.
2. Пилипчевская Н. В. Изучение социальной активности студентов педагогического вуза: теория и практика // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2008. – Выпуск 2 (76). Серия «Педагогика». — С. 15–19
3. Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. — М.:Изд-во Смысл, 2007. — 513 с

УДК 796.011

Д.Ю. Будылёв, Измайлова Д.З.

(Ульяновск, Ульяновский Институт Гражданской авиации
имени главного маршала авиации Б.П. Бугаева)

**ПРОПАГАНДА ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ КАК КЛЮЧЕВОЕ
НАПРАВЛЕНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ НА
СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА**

Аннотация. Одним из ключевых направлений в области охраны здоровья и продвижения здорового образа жизни является работа с молодежью. Многие организации ставят перед собой задачу оздоровления работников и воспитания у них осознанного и ответственного отношения к своему здоровью.

Ключевые слова. Здоровый образ жизни, физическое воспитание молодежи; молодежная политика.

Начало формирования здорового образа жизни начинается с момента рождения человека. Поэтапно в личности происходит становление активной гражданской позиции, содержащей, в том числе и вопросы затрагивающие развитие и укрепление своей физической формы. Этими этапами являются детский сад, школа, профессиональные учебные заведения. И к сожалению дальнейшее физическое воспитание прекращается. В рамках научной работы одним из организационных мероприятий, способствующих укреплению здоровья работников, является продвижение здорового образа жизни ,среди молодежи. Стоит отметить, что развитие этого направления должно быть одним из ключевых направлений в трудовой деятельности молодых специалистов. Ведь здоровье работников непосредственно влияет на качество выполняемой ими работы, а также на уровень развития профессиональных заболеваний в будущем.

В настоящее время остро возросла проблема поддержания здорового образа жизни. Это связано, прежде всего, с возрастанием и качественным изменением нагрузок на организм человека. Технологии не стоят на месте, год за годом происходит модификация технологических процессов, улучшение условий труда. Но остаются работы, на которых человек вынужден находиться в неудобной позе, переносить тяжелые грузы, подвергаться большой физической нагрузке. По оценке Всемирной Организации Здравоохранения, здоровье людей больше чем на половину зависит именно от образа жизни [2].

Одним из ключевых направлений в области охраны здоровья и продвижения здорового образа жизни является работа с молодежью. Ведь именно молодые специалисты во многом являются ориентиром развития и укрепления не только той организации, в которой они трудятся, но страны в целом. Стоит отметить, что в современных реалиях, когда прослеживается всемирная тенденция увеличения пенсионного возраста, данная политика способствует сохранению трудового долголетия и повышению продолжительности жизни.

Правительство Российской Федерации способствует привлечению молодежи к занятиям спортом, участию в массовой активности, путем принятия и внедрения программ здорового образа жизни. В дальнейшем это способствует повышению работоспособности в профессиональной деятельности. Также проводятся всевозможные спортивные форумы,

выделяются бюджетные средства на строительство спортивных сооружений. Руководство Ульяновского института гражданской авиации имени Главного маршала авиации Б.П. Бугаева уделяет пристальное внимание здоровью курсантов. Формирование образа жизни, способствующего укреплению здоровья, происходит путем следующих групп мероприятий:

1. Социальные. В эту группу входят мероприятия, нацеленные на популяризацию здорового образа жизни посредством осуществления пропаганды и информационно-просветительской работы;
2. Инфраструктурные. Представляют собой необходимые для реализации потребности в сохранении здоровья такие условия как, наличие свободного времени, материальных ресурсов и др.;
3. Формирование социальной политики организации, целого направления ориентированного на продвижение здорового образа жизни.

Многие организации ставят перед собой задачу оздоровления работников и воспитания у них осознанного и ответственного отношения к своему здоровью. Залог успешной, эффективной деятельности организации заключается в большей степени от состояния здоровья работников.

Социальная политика многих передовых организаций предусматривает формирование и развитие у своих сотрудников следующих основных элементов здорового образа жизни[1]:

- рационализация режимов труда и отдыха;
- искоренение вредных привычек;
- оптимальный двигательный режим;
- соблюдение питьевого режима;
- рациональное питание и др.

Развитие представленных элементов осуществляется, прежде всего, комплексом первоочередных мероприятий составляющих основу поддержания и укрепления здоровья работников. В эту систему входят:

- проведение предварительных и периодических медицинских осмотров;
- обеспечение средствами индивидуальной и коллективной защиты;
- обеспечение работников чистой питьевой водой;
- проведение вакцинации;
- иные мероприятия, проводимые в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

Помимо направлений, предусмотренных законодательством Российской Федерации, ориентированных на поддержание и укрепление здоровья работников, организациями с выраженной социальной направленностью, ежегодно выделяются денежные средства для организации культурно-массовой и спортивно-оздоровительной работы. Примерами таких мероприятий являются проведение спартакиад, семейных спортивных соревнований и конкурсов. Так же существуют

компании, которые проводят масштабную работу по реализации спортивных программ в области профессионального и массового спорта, Олимпийского движения и корпоративных оздоровительных программ[3].

Безусловно, одним из важнейших ориентиров формирования здорового образа жизни является работа с молодежью. Она направлена на профессионально-трудовое развитие молодых сотрудников, гарантию им социальной поддержки, творческую и спортивную самореализацию. Молодежная политика способствует развитию толерантности и гражданской позиции, корпоративного патриотизма и солидарности.

Ресурсом любого современного предприятия, несомненно, являются высококвалифицированные специалисты и работники, ведущие здоровый образ жизни. Экономический эффект от использования таких сотрудников заключается, прежде всего, в увеличении производительности труда, в качественном выполнении ими своих должностных обязанностей, снижении времени нахождения на больничном и т.д. Всё это способствует стабильному функционированию организации. Кроме того, ведение здорового образа жизни будет способствовать сохранению здоровья самих работников, что в будущем скажется на качестве их жизни, при условии стабильной экономической и социальной ситуации в стране.

Список литературы

1. Основы здорового образа жизни : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Е. Н. Назарова, Ю. Д. Жилков. – 3-е изд., испр. – М. : Издательский цент «Академия», 2013. – 256 с.
2. Пискунов В.А. Здоровый образ жизни [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Пискунов, М.Р. Максиняева, Л.П. Тупицына. — Электрон. текстовые данные. — М. : Прометей, 2012. — 86 с. — 978-5-7042-2355-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18568.html>
3. Всемирная организация здравоохранения Здоровье работающих: глобальный план действий на 2008-2017 гг.. - WNA60.26 изд. 2007. - 12 с.

УДК 316.75

Д.Г. Васильева, В.Н. Сафонов

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА РЕГИОНА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Данная статья раскрывает понятия имиджа и бренда региона, их отличие и назначение. Как стоит формировать бренд и

имидж. А также проведено исследование на тему «Роль региональных СМИ в продвижении бренда Ульяновской области».

Ключевые слова. Имидж региона, бренд региона, имидж Ульяновской области, бренд Ульяновской области, каналы для продвижения региона.

В современном мире имидж и бренд региона – это важные нематериальные активы территории, которые являются значимыми факторами развития региона, от них зависит его конкурентоспособность.

Имидж и бренд региона - взаимосвязанные и комплексные понятия, которые дополняют и конкретизируют друг из друга. Данные ресурсы являются важными факторами развития региона и повышения его конкурентоспособности. Влияние бренда на экономическое развитие региона происходит через позиционирование региона как «товара», выявление его особенных привлекательных свойств, которые интересуют потребителей - инвесторов, туристов, бизнесменов.

Существует множество различных определений бренда территории. В узком смысле бренд – это знак, способствующий идентификации товара, в широком смысле - сложное явление, включающее себя множество составляющих. В данном случае мы рассматриваем бренд региона как набор символов, ассоциаций, идей и образов в сознании целевых аудиторий (населения, туристов, инвесторов и т.п.), основанных на политических, экономических, природных и социокультурных ресурсах территории и являющийся мощным инструментом коммуникации с целевыми аудиториями.

Чрезвычайно высока роль СМИ в формировании образа и имиджа территории, особенно – среди населения данной территории. Именно с помощью СМИ население получает информацию о регионе, формирует его образ в своем сознании. СМИ имеют большое влияние на общественное мнение, и, при грамотном использовании, может стать эффективным инструментом формирования имиджа региона и каналом продвижения бренда региона.

В Ульяновской области работа по формированию бренда региона ведется с 2006 по таким направлениям, как Ульяновск – авиационная столица, Культурная столица Поволжья и др. Результаты данной деятельности находят отражение в сознании населения, и реальное восприятие Ульяновской области представляет высокий интерес. Мы провели собственное авторское исследование на тему «Роль региональных СМИ в продвижении бренда Ульяновской области». Выборка составила 500 человек; среди опрошенных присутствовали люди различных возрастов и различных населенных пунктов Ульяновской области.

В целом среди населения Ульяновской области преобладают нейтральные оценки обстановки в Ульяновской области. Давая общую оценку положению дел в Ульяновской области в различных сферах,

таких, как эстетический облик, качество образования, безопасность, промышленность, условия для создания семьи, больше половины респондентов придерживаются варианта «среднее».

О твердом намерении сменить место жительства заявляют лишь 11% респондентов, и почти все они - молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет. Показательно, что, отвечая на открытые вопросы об ассоциациях с Ульяновской областью именно респонденты из этой возрастной группы дают больше всего негативных ответов, таких, как имя Д. Шурыгиной, а так же такие «коррупция», «плохие дороги», «хулиганство» и «беспредел». Интерес представляет так же тот факт, что, чем выше возраст у опрашиваемой группы, тем меньше желание сменить место жительства. Это объясняется тем, что, как правило, люди с возрастом становятся более консервативными: у них уже есть устоявшийся быт, определенный набор ритуалов и привычек, который они не хотят менять, в то время как молодые люди более мобильны и амбициозны. Характерно, что чем выше доход респондентов, тем меньше желание сменить место жительства. На основании этого можно сделать вывод, что молодежь стремится уехать из региона именно на поиски работы и более высокой заработной платы. Отвечая на вопросы, касающиеся образа Ульяновской области, респонденты стараются избегать крайностей. Большинство респондентов отрицают наличие у Ульяновской области ярких и характерных черт, выделяющих ее среди других регионов (лишь 6% опрошенных считают, что такой имидж присутствует).

Образ Ульяновской области традиционно ассоциируется с личностью В.И. Ленина, причем не только у старшего населения, но и у молодежи. С небольшим отставанием идет промышленно-развитый регион, и это понятно, ведь, отвечая на открытые вопросы об ассоциациях с Ульяновской областью, респонденты в основном называют ульяновский автомобильный завод и Авиастар. А вот образ Ульяновской области как Культурной столицы не находит поддержки среди населения, лишь 8% из всех опрошенных полностью согласны с таким описанием Ульяновской области.

Большинство респондентов получают информацию об Ульяновской области через телевидение. На втором месте – газеты и журналы, третье место принадлежит социальным сетям, блогам и интернет-изданиям. Однако молодые люди в возрасте 18-30 лет намного активнее используют для получения информации об Ульяновской области социальные сети и блог-сферу, чем представители остальных возрастных групп. Данная группа воспринимает в целом Ульяновскую область более негативно, чем остальные, можно предположить, что одна из причин такого отношения - в содержании и особенностях подачи материала в социальных сетях и блогах. Любопытно также, что молодежь просматривает социальные

сети и блоги регулярно, несмотря на то, что в целом данные источники информации не вызывают у них высокой степени доверия. Больше всего доверия у населения вызывают официальные источники информации – региональные газеты, журналы, а так же их Интернет-издания.

Все вышеизложенное означает, что существует непосредственная взаимосвязь между публикациями в региональных СМИ и восприятием Ульяновской области населением. В сознании населения отсутствует четко сформированный цельный образ региона, восприятие различных направлений продвижения бренда характеризуется раздробленностью, размытостью и фрагментарностью. Ту же картину мы можем наблюдать и в публикациях СМИ: публикации носят в большинстве своем нейтральный с небольшим уклоном в позитив характер, как и восприятие Ульяновского региона населением; ни одно из направлений развития бренда Ульяновской области не освещается в СМИ в достаточной степени и не находит отклика у населения.

При этом можно отметить, что направление развития бренда Ульяновской области, как промышленно развитого региона намного перспективнее остальных. Данное направление намного лучше освещается в СМИ по сравнению с другими и находит отклик у населения, а, главное – бренд Ульяновской области как промышленно-развитого региона не является искусственно сконструированным, как, к примеру, бренд Культурной столицы Поволжья, а имеет реальный фундамент.

Итак, наиболее оптимальным каналом для продвижения бренда Ульяновской области среди населения является региональное телевидение, так как большинство жителей предпочитают именно этот вид СМИ и лучше всего воспринимают такую форму подачи информации, как телевизионные сюжеты. Отдельное внимание следует уделить социальным сетям и блог-сфере, так как именно этот канал получения информации пользуется популярностью среди молодежи.

Список литературы

1. Важенина, И. С. Бренд территории: сущность и проблемы формирования / И. С. Важенина. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – 2. – С. 53-60
2. Визгалов Д.В. Маркетинг города: практика в поисках теории // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – С. 82-87.
3. Грошев И.В., Степанычева Е.В. Инструменты формирования бренда территории // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 5. – С. 54–64.
4. McCombs, M., & Stroud, N. J. (2014). Psychology of Agenda-Setting Effects. Mapping the Paths of Information Processing. Review of Communication Research, 2(1). – P. 68-93.

Н.С. Губина, В.Е. Минеев, В.А. Терентьев
(Томск, Томский государственный педагогический университет)

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: СОВРЕМЕННОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В данной статье речь идет о непрерывном экологическом образовании как об одном из наиболее действенных направлений преодоления экологического кризиса не только на территории Российской Федерации, но и во всем мире. Автором подробно анализируется современное состояние экологического образования в России причины, ведущие к общемировому экологическому кризису, а также обосновывается необходимость внедрения непрерывного экологического образования. Автор дает определение непрерывного экологического образования, анализирует его основные составляющие, а также приводит ряд направлений, в соответствии с которыми должно идти осуществление непрерывного экологического образования в Российской Федерации. В заключении еще раз обосновывается необходимость внедрения системы непрерывного экологического образования в России.

Ключевые слова. Экологическое образование непрерывное образование, охрана окружающей среды, экологическая безопасность, экологический кризис, экологическое образование.

Актуальность исследования данной темы обусловлена тем, что как отдельные регионы Российской Федерации, так и весь мир в целом стоят на пороге экологической катастрофы. Значительная часть населения Земли концентрируется в мегаполисах. Экологические проблемы урбанизированных центров определяются отрицательным воздействием большого города на окружающую среду, в числе которых, образование твердых бытовых отходов, шумовые, электромагнитные и другие загрязнения [1]. Все это негативно влияет на здоровье человека, формируя состояние пролонгированного многофакторного стресса, с развитием, так называемого «дискомфортного синдрома», усиливает негативные демографические показатели (уменьшение рождаемости, повышение смертности, миграционные процессы) и прочее.

Необходимость принимать срочные меры по защите природного наследия Земли становится все более очевидной. Назревшие глобальные экологические проблемы диктуют необходимость разработки новой стратегии и в области охраны окружающей среды. И в качестве одной из наиболее важных составных частей такого рода стратегии выступает непрерывное экологическое образование,

направленное на то, чтобы не дать случиться экологическому кризису, на пороге которого стоит планета Земля.

Улучшение экологического образования может помочь с решением многих актуальных проблем сразу в нескольких сферах. В настоящий момент крайне высоким можно назвать запрос общества на экологическую информацию. Сейчас, когда Министерство образования и науки России разрабатывает профессиональные стандарты, стоит не только описывать текущую ситуацию, но и прогнозировать перспективу.

Экологическое образование предполагает непрерывный процесс обучения, который будет способствовать у учащихся развитию системы знаний и навыков, направленных на формирование целостной, экологически грамотной личности, осознающей всю меру ответственности за состояние окружающей среды, что равноценно формированию у них экологической культуры и сознания.

Основой такого образования, являющегося элементом общего образования и просвещения является рассмотрение окружающей среды в целом, непрерывность процесса природоохранного образования и междисциплинарный подход.

В современном мире приходится уделять особое внимание формированию экологической культуры. Именно от нее зависит стереотип поведения каждого гражданина и, соответственно, благополучие существования нашей планеты. Чтобы обеспечить необходимый уровень экологического образования, современные педагоги должны постоянно повышать собственную квалификацию в этой области. Причем, несмотря на то, что наше государство уделяет огромное внимание развитию экологически разумного ведения народного хозяйства, фактическое состояние территорий близ городов и сельскохозяйственных угодий ярко демонстрирует общее отсутствие элементарной экологической грамотности у лиц, принимающих решения. Чтобы справиться с подобным положением образовательные организации должны обеспечивать формирование экологического мировоззрения, начиная с самого раннего возраста.

Уже давно назрела необходимость формирования новой системы ценностей, основанных на гуманном отношении к Природе, которые можно получить только в условиях накопления коллективных знаний, так как человечество уже сейчас нуждается в качественно новых знаниях, нравственности и морали. Вот почему важна роль педагога в получении такого рода знаний и накоплении определенной системы ценностей.

Причем, новая система знаний не должна носить характер доктрин и декларативных утверждений. Она должна предполагать обучение с самого раннего возраста, когда возможно формирование у подрастающего поколения новой системы ценностей, основанных на гуманном отношении к природе [2, С.33].

Целью непрерывного экологического образования следует считать оптимизацию отношений человека и биосферы.

Задачи экологического образования должны быть следующими:

- содействие в формировании нового мировоззрения, основанного на гуманном отношении к природе;

- распространение «экологической грамотности» начиная с раннего возраста;

- воспитание чувства ответственности за судьбу природы;

- привитие навыков и знаний для решения экологических проблем [3, С.93].

Суть экологического образования есть знание общих экологических законов и правил, современной социоэкономической ситуации, а также эмоциональное восприятие окружающей среды как основной мотивации получения экологических знаний.

Одной из мотиваций получения таких знаний является степень полезности их для общества и их целесообразности.

Экологическое образование должно вестись в рамках школьного курса, поэтому необходим новый предмет – «Экология устойчивого развития», который будет преподаваться с 1-го по 11-й класс.

Экологическое образование должно затронуть всех, от школьников до выпускников вузов и далее, до любого желающего.

Постоянное совершенствование и обновление содержания собственной деятельности, критическое и творческое освоение накапливающихся знаний, применение достижений науки и педагогического опыта является основой существования современного педагога, а экология как ни одна другая дисциплина стремительно изменяется по содержанию и подходам. Поэтому педагогам всех уровней образования необходимо постоянно быть в курсе того, как выстраиваются взаимоотношения человека и природы, какие достижения современной науки раскрывают возможности существования человека на земле и учат людей жить на планете, не принося ей ущерба [4, С.225].

Для того, чтобы начать эффективно решать экологические проблемы не только в Российской Федерации, но и во всем мире, необходимо, чтобы каждый человек с детства понимал, что только бережное обращение с окружающей средой может являться ключом к предотвращению экологического кризиса на планете и к преодолению тех негативных экологических последствий, которые уже имеются в нашей стране и в мире на данном этапе. Именно для того, чтобы сформировать экологическое сознание и самосознание и необходимо осуществлять непрерывное экологическое образование подрастающего поколения: начиная с дошкольных образовательных учреждений через школу и далее: в институтах и университетах, поскольку только поколение людей, которые четко понимают, чем именно может грозить

продолжающееся загрязнение окружающей среды, сможет осуществить позитивные изменения в данном направлении.

Список литературы

1. Андреевская Е.Г. Содержание и методы непрерывного экологического образования педагогов Московской области. – 26.09.2017. – Электронный ресурс. – Режим доступа: http://edu.asou-mo.ru/images/26092017/c2/%D0%A12_1_Andreevskaya.pdf. Дата обращения: 11.10.2018.

2. Жидкин В.И., Якунчев М.А. Становление региональной системы непрерывного экологического образования // Регионоведение. – 2014. – С. 30-36.

3. Сенницкая Л.В. Значение экологических знаний в образовательном процессе // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2016. – С. 92-97.

4. Хмельницкий Ю.Н., Мусаткина Б.В., Гришина Ю.Б. Непрерывное экологическое образование и развитие экологической культуры участников международного проекта ТЕМПУС RECOAUD // Иновационные проекты и технологии в образовании, промышленности и на транспорте: материалы XI научной конференции, посвященной Дню российской науки. Омский государственный университет путей сообщения. – 2017. – С. 224-231.

УДК 331.43

И. А. Дмитриев, Д. З. Измайлова

(Ульяновский институт гражданской авиации имени Главного маршала авиации Б.П. Бугаева)

ПРОФИЛАКТИКА ЗАБОЛЕВАНИЙ ОРГАНОВ ЗРЕНИЯ У РАБОТНИКОВ АВИАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ КАК ЭЛЕМЕНТ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ.

Аннотация. Необходимым условием сохранения здоровья человека является формирование его здорового образа жизни, который заключается не только в регулярных занятиях спортом и правильном питании, но также в комплексном отслеживании состояния здоровья и принятии своевременных мер по профилактике или лечению заболеваний. Проблема сохранения здоровья и профессионального долголетия специалистов авиационной деятельности решается путем применения комплекса различных методов. Использование тренажёра Фузиотрен в авиационной отрасли способствует снижению нагрузок на зрительный анализатор у членов экипажа и продлению их профессионального долголетия.

Ключевые слова. Здоровый образ жизни, сохранение здоровья и профессионального долголетия специалистов авиационной деятельности, тренажёр Фузиотрен.

В современном мире все больше и больше профессий связаны с использованием различного оборудования, которое при определенной продолжительности использования или неправильной его эксплуатации, может негативно влиять на зрение человека. По сведениям Всемирной организации здравоохранения:

- в мире около 253 миллионов человек обеспокоены проблемами со зрением, 36 миллионов из них поражены слепотой;
- главными причинами нарушения зрения можно считать: нескорректированные аномалии рефракции такие как: близорукость, дальнозоркость или астигматизм - 43%, непрооперированная катаракта - 33%, глаукома - 2%, другие причины - 22%;
- за последние 25 лет, согласно глобальным оценкам, количество инфекционных глазных заболеваний значительно сократилось;
- около 80% всех глазных заболеваний излечимы [1].

Вопрос здоровья специалистов авиационной деятельности является одной из важнейших составляющих безопасности полетов, предусматривающей осуществление комплексных мер, направленных на профилактику заболеваний, увеличение профессионального долголетия, улучшение переносимости неблагоприятных факторов полета и др.

Существует ряд профессий, в которых наличие хорошего зрения зачастую определяет профпригодность работника. В частности, в авиационной сфере, согласно приложению №3 к ФАП МОГА 2002 г, п. Е/52, действующий пилот должен иметь минимальную остроту зрения 0.6 на каждый глаз в отдельности с возможностью коррекции до 1.0. Требования для будущих специалистов, только начинающих обучение, еще выше: "...курсанты, обучающиеся на пилота и штурмана - 0.8." [3]. Профессия пилота связана со значительными нагрузками на органы зрения в условиях недостаточной освещенности, в условиях общих вибраций, повышенного ионизирующего излучения и т.д. Разумеется, современные самолеты стараются сделать как можно более безопасными и комфортными для экипажа, но абсолютно безопасных для здоровья условий труда достичь никогда не получится. Поэтому требуется каким-то образом снизить риск возникновения проблем или заболеваний, связанных со зрительным анализатором.

Основными методами профилактики заболеваний глаз можно считать:

- правильное питание и витаминотерапия;
- гигиена органов зрения;
- регулярные занятия зрительной гимнастикой;

- специальные средства снятия напряжения как, например, дырчатые очки, очки для компьютера или ночные линзы.

Одним из способов эффективной профилактики заболеваний органов зрения является функциональный тренажер для глаз, появившийся в 2008 году - Фузиотрен.

Фузиотрен - тренажер для глаз, который обеспечивает формирование рефлекса фузии (от лат. fusio - слияние) для близких и дальних расстояний, тренировку данного рефлекса и улучшение бинокулярного зрения.

Данный аппарат введен в практику на базе медицинского центра ОАО «Аэрофлот» и изначально использовался с целью снижения нагрузок на зрительный анализатор у пилотов, впоследствии стал применяться в реабилитационных целях. Тренажер разработали Бурсов Игорь Васильевич (офтальмолог из компании «Аэрофлот») и Шаповалов Скальд Львович (научный сотрудник ФГУП ГосНИИ ГА). Тренажер запатентован на территории РФ и США патентом RU 2 331 402 С1.

Тренажер для глаз Фузиотрен может применяться лицами 12-55 лет при следующих состояниях:

- близорукости (до $-3,0$ D), дальнозоркости, в особенности возрастной ($2,5-3$ D); данный курс процедур улучшит бинокулярную остроту зрения, также в зависимости от степени рефракции возможен исход при котором можно полностью отказаться от ношения очков;
- астигматизм (до -2 Дптр) – улучшается некорригированная острота зрения;
- прогрессирующая близорукость – стабилизируется состояние;
- косоглазие (исключая паралитическое) – снижается небольшой угол косоглазия (до 15 градусов);
- зрительное переутомление – тренировка, занимающая несколько минут снимает состояние дискомфорта, возникшее от переутомления органов зрения.

Использование тренажера Фузиотрен противопоказано при паралитическом косоглазии, высокой амблиопии, миопии высокой степени, нистагме, катаракте, снижении прозрачности глазных сред [2].

Применение данного тренажера сопровождается обязательным предварительным медицинским осмотром врача-офтальмолога, а также регулярным отслеживанием динамики состояния органов зрения.

Рассмотрим принцип действия данного тренажера.

Пациент выбирает прямо перед собой какой-либо предмет в качестве дальней мишени и ставит перед глазами правый 1 и левый 2 автономные фотозонды. Фотомишени 7 включены.

Первый шаг. Левый глаз закрыт или заслонен. Правым глазом через прицельное приспособление 6 правого фотозонда 1 проводят прицеливание на дальнюю мишень. Одновременно три фотомишени 7 на правом рисунке зонде 1 линейно совмещаются с дальней мишенью.

Открывают левый глаз или убирают заслон, при этом видят две мишени фотозонда - одну истинную, совмещенную правым фотозондом 1 с дальней фотомишенью, и другую мнимую, представляющую собой комплект фотомишеней 7 фотозонда 1 и расположенную кнаружи от левого глаза и истинной фотомишени, иными словами справа от истинного комплекта фотомишеней зонда 1.

Второй шаг. Выполняют такую же последовательность действий, но для левого глаза. Правый глаз закрыт.

Третий шаг. Производится работа двумя открытыми глазами. Суть заключается в одновременной фокусировке через отверстия 6 на фотомишень. При правильном прицеливании истинное изображение фотомишени правого 1 и левого 2 фотозондов совмещаются друг с другом в виде одной слившейся яркой фотомишени, при этом по бокам от совмещенного изображения расположены фантомные фотомишени: фотомишень для правого глаза видна слева от истинной фотомишени, а фантомная фотомишень левого глаза видна справа от истинной слившейся фотомишени.

Таким образом, в поле зрения появляется фигура «трезубца», характеризующая рефлекс фузии (слияния) полей зрения обоих глаз в естественных условиях.

В зависимости от индивидуальных проблем каждого пациента данные шаги повторяются определенное количество раз в течение строго заданного промежутка времени в рамках одного сеанса [4].

При отказе от тренировки происходит постепенное возвращение на исходный уровень в течение 2 - 3-х месяцев, но сохранение более высокой планки остроты зрения до полугода, по сравнению с началом лечения. На данный момент лечение получили более 100 человек, продолжают лечение около 60.

Таким образом, использование данного тренажёра в авиационной отрасли способствует снижению нагрузок на зрительный анализатор у членов экипажа и продлению их профессионального долголетия.

Проблема сохранения здоровья и профессионального долголетия, несомненно, решается путем применения комплекса различных методов. Необходимым условием сохранения здоровья человека является формирование его здорового образа жизни. Однако здоровый образ жизни заключается не только в регулярных занятиях спортом и правильном питании, а также в комплексном отслеживании состояния здоровья и принятии своевременных мер по профилактике или лечению заболеваний.

Список литературы

1. Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment>.

2. Московская офтальмология [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://mosglaz.ru/blog/item/820-fuziotren.html>.
3. ФАП МО ГА-2002, "Медицинское освидетельствование летного, диспетчерского состава, бортпроводников, курсантов и кандидатов, поступающих в учебные заведения гражданской авиации", Приложение №3, п. 52;
4. Федеральная служба по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам. "Описание изобретения к патенту", RU 2 331 402 С1.

УДК 342.5

Е. О. Жукова, И.А. Зосименко
(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ДИАЛОГ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ И НАСЕЛЕНИЯ

Аннотация. В данной статье говорится о местном самоуправлении как явлении современной социальной практики. Рассматривается роль социального диалога в современном муниципальном управлении. А также изучена готовность населения к диалогу с органами местного самоуправления.

Ключевые слова. Местное самоуправление, население и местное управление, диалог населения с местными органами власти, готовность населения к диалогу с органами местного самоуправления.

Местное самоуправление, представляя собой сложное явление современной социальной практики, пока еще недостаточно эффективно и не всегда востребовано обществом как самостоятельная форма народовластия. Местное самоуправление является частью гражданского общества. Оно реализуется в пределах муниципальных образований и включает в себя элементы самоорганизации населения для самостоятельного и под свою ответственность решения вопросов местного значения. Оно обеспечивается во взаимодействии органов местного самоуправления с населением. Это взаимодействие является важным элементом системы социальных взаимодействий в рамках города как муниципального образования.

Вместе с тем, утрата обществом традиций самоорганизации для решения вопросов совместного благоустроенного проживания на соответствующей территории, отсутствие должных финансово-экономических основ местного самоуправления, организационно-правовые и кадровые проблемы создают сложные условия для

совершенствования практики местного самоуправления. Органы местного самоуправления нередко дистанцированы от населения и его насущных проблем, чрезмерно зависимы от органов власти субъектов Российской Федерации, не умеют выработать согласованные решения, допускают несоблюдение законодательства о местном самоуправлении, коррупцию [1; С. 1.].

Роль социального диалога в современном муниципальном управлении является важнейшей, так как он выступает ключевым звеном в формировании более эффективной системы управления. «Социальный диалог как фактор динамической сбалансированности общественной системы устанавливает 152 равноправное участие его субъектов, что делает общественную систему устойчивой и дает возможность конструктивного развития социальных процессов, в то время как отсутствие диалогического равноправия имеет тенденцию к повышению уровня социальной напряженности, стимуляции социальных конфликтов, социальной деструкции и социальной энтропии, что делает социальную систему нестабильной». [2;С. 150.]

Проблемная ситуация состоит в том, что конституционное разделение публичной власти, признание местного самоуправления в качестве одной из самостоятельных форм народовластия входит в противоречие с реальным состоянием организации деятельности граждан и соответствующих органов самоуправления определенной территорией. Происходит значительная задержка с реализацией законодательно закрепленных положений о самоуправлении. Осознание населением личной ответственности и обязанностей в обустройстве своего города отстает от его ожиданий от местной власти. Взаимодействие органов местной власти с населением не востребуется обеими сторонами в той степени, чтобы стать фактором регулирования социальной напряженности. [3; С.121]

Цель статьи – изучить готовность населения к диалогу с органами местного самоуправления.

В рамках изучения данной проблемы нами было проведено социологическое исследование, для выявления готовности населения к диалогу с органами местной власти.

Анализ полученных результатов исследования показал, что респонденты отмечают, что важно не просто наличие коммуникаций для одностороннего информирования друг друга, не большое число участников диалога, а наличие различных позиций и разнообразие мнений. При этом предметом общественного диалога могут быть вопросы, связанные с самыми различными сферами жизни общества.

- *Нужен, потому что я думаю, что именно на местном уровне реализуется основная часть жизненных интересов населения. (Иван, 44 года)*

- *Нужен, чтобы помогать с проблемами населению. (Дарья, 43 года)*

- *Диалог может и нужен, чтобы власть и народ понимали друг друга и вместе как-то решали проблемы. (Николай, 32 года).*

Но с другой стороны, есть те, кто думает, что диалог не нужен и в нем нет никакого смысла.

- *Мне кажется, диалог ничего не изменит. (Руслан, 29 лет).*

- *Мне кажется, от него малу толку. (Михаил, 33 года).*

На вопрос, кто же должен быть инициатором диалога, мнения разделились. Некоторые считают, что инициатором должна быть власть, так как жизнь зависит от них, а другие считают, что сам народ, потому что ему важно решение городских и личных проблем.

- *Население, потому что нам нужно это в первую очередь, нужна поддержка власти. (Анастасия, 22 года)*

- *В первую очередь, сама власть. (Анна, 25 лет)*

- *Власть, конечно, чтобы сразу доверие поднять. Чтобы жители знали, что с ними хотят взаимодействовать. (Валентина, 42 года)*

- *Сама власть потому что о нее все зависит. (Рауля, 35 лет).*

Глобальных различий среди представителей разных опрошенных поколений не наблюдается по поводу опросов общественного мнения для городских властей. Все в основном выделяют необходимость такой формы коммуникации, как диалог, но только в том случае, если эти результаты будут использованы по назначению.

Таким образом, прорыв в этой сфере эффективного диалога случится только тогда, когда проблемы граждан будут напрямую отражаться на карьере и благосостоянии чиновников, когда с помощью честных выборов мы сможем влиять на состав органов власти, а их решения, в частности посредством интернет-технологий, станут прозрачными и обоснованными.

Сегодня необходимы активные меры по вовлечению населения в диалог с органами власти. Инициатива в данной ситуации должна исходить от органов власти и от общественных организаций.

Все это говорит о недоверии населения к органам власти, следовательно, готовность идти на конструктивный диалог с властью низкая. Невысокая оценка подтверждается еще и слабой активностью электронного участия населения во взаимодействии с органами власти.

Список литературы

1. Викулова С.К. Взаимодействие органов местного самоуправления с населением: проблемы регулирования социальной напряженности//Автореферат диссертации ... // 2010 г. С. 1-5.

2. Парыгина О.В. Роль социального диалога в современном муниципальном управлении // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления. 2014. – С. 150.

3. Викулова С.К. Социально-технологический подход к работе с населением в режиме местного самоуправления // Знание. Понимание. Умение. - 2009. - №2. - С. 120-124.

УДК 331.53

А.И. Идиятуллова, О.В. ШИНЯЕВА
(Ульяновск, Ульяновский Государственный Технический университет)

ОСОБЕННОСТИ ПОИСКА РАБОТЫ И ТРУДОУСТРОЙСТВА СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКИХ ВУЗОВ

Аннотация. Изучаются поиск и причины работы, соответствие работы полученной специальности.

Ключевые слова. Поиск работы студентов, работа для студентов технических вузов, трудоустройство студентов.

Сто лет назад по уровню развития инженерно-технического образования Россия входила в пятерку ведущих стран мира. [1, с.1] Профессия инженера была очень престижной и высокооплачиваемой. Но промышленность резко сдала свои позиции. В результате в обществе значительно упал престиж инженера. [2, с.3] Сейчас престиж технических специальностей снова поднимается, но после выпуска не все стремятся идти работать по специальности, несмотря на дефицит. Данная тема актуальна тем, что закончившие технический вуз меняют специальность или же работают в смежных областях. На данный момент нет ответа на вопрос – почему же все-таки молодые специалисты технических специальностей не выходят на рынок труда по своему направлению?

Цель статьи: Изучить поиск и причины работы, соответствие работы полученной специальности.

Данная тема уже была исследована в работах Тюменского индустриального университета и Арктического государственного института культуры и искусств. Студенты данных вузов проводили исследования трудоустройства молодежи после выпуска из учреждений высшего образования.

Мы провели опрос выпускников технических направлений ульяновских и самарских вузов об их профессиональных траекториях. Одной из задач исследования была изучить процесс поиска работы и трудоустройства выпускников технических вузов. Опрашивалось 690 человек.

На вопрос о перспективности профессии «инженер»(рисунок 1)были получены следующие результаты: большинство респондентов

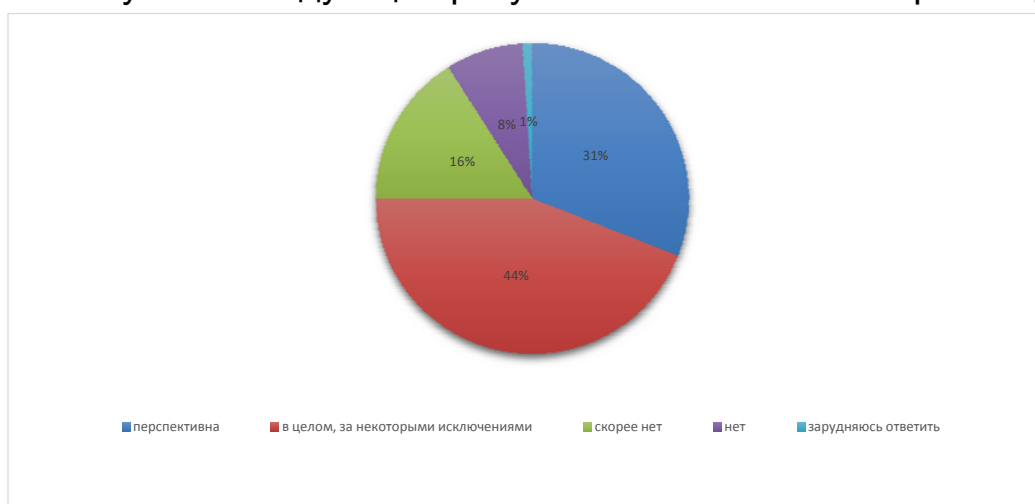


Рисунок 1. Перспективность профессии «инженер»

отметило вариант «в целом перспективно, за некоторыми исключениями»- 44%, это почти половина; треть опрошенных ответила, что «перспективна», остальные 25% ответили отрицательно. Это уже говорит о том, что в процессе трудоустройства реципиенты испытали трудности и желания поиска работы по техническому направлению из-за этого у них не прибавится. Ведь именно степень перспективности является одной из причин выбора профессии.

Таблица 1. Причины выбора места работы (в %)

Показатели	Стаж работы				Профиль образования				
	до года	1,5-2 года	3-4 года	5 лет и <	Энерго.	Радио.	Строит.	Авиа-строит.	Маши-ностр.
Стабильный заработок	44	46	56	72	55	46	52	41	55
Значимый социальный статус	36	30	28	28	23	35	39	29	16
Проф. совершенствование	37	34	53	59	32	38	57	39	37
Карьерный рост	26	30	39	51	35	16	40	47	35
Видеть результат своего труда	31	24	32	51	21	34	36	31	37
Другой работы просто не было	15	11	8	8	17	4	14	7	14

Изучая причины выбора места работы, мы выяснили, что основной мотивацией для респондентов всех групп является стабильный заработок. Если рассматривать результаты по условию «стаж работы», то для молодых выпускников со стажем работы до года наиболее важными причинами выбора места работы являются стабильный заработок - 44%, профессиональное совершенствование – 37% и значимый социальный статус – 36%.

Далее мы видим: чем больше стаж работы, тем выше ценится стабильный заработок. На протяжении нескольких лет приоритеты реципиентов меняются: выпускники со стажем работы больше 5 лет ценят выше всех остальных показателей стабильный заработок - 72% и профессиональное совершенствование – 59%. Самый низкий процент у значимого социального статуса – 28%, тогда, когда у молодых специалистов этот показатель является одним из важнейших. Это объясняется тем, что у выпускников со стажем работы более 5 лет уже появляются семьи, которые нужно обеспечивать. Отсюда и такой высокий запрос на стабильный заработок. А для стабильного заработка нужно профессиональное совершенствование, которое также здесь высоко оценивается. Молодые специалисты очень амбициозны и мечтают о большом бизнесе – отсюда и такой высокий процент у показателя значимый социальный статус.

Если рассматривать результаты по условию «профиль образования», то мы можем увидеть, что показатель стабильный заработок высоко оценивается у выпускников всех профилей – от 41 до 55%, но выпускники строительного профиля оценивают кое-что выше, чем стабильный заработок (52%) – это профессиональное совершенствование 57%. Это объясняется тем, что на архитектурных направлениях студентов учат тому, что главное в жизни это совершенствование своих навыков. Ведь их работа – это создание различных сооружений, которые являются отражением профессионализма архитектора.

Для респондентов с образованием машиностроительного профиля также наиболее важным показателем является стабильный заработок - 55%. Наименее важным показателем для них является значимый социальный статус. Это опять же объясняется менталитетом направления. Чаще всего на машиностроительных направлениях учатся студенты, которые не склонны проявлять интерес к карьерному росту, высокому социальному статусу и всякому развитию в профессиональном плане. Для них главным показателем является доход.

Итак, главным мотивом трудоустройства выпускников технических ВУЗов является стабильный заработок. А в каждом возрасте - свои ценности и взгляды, являющиеся мотивами трудоустройства. Профиль образования формирует профессиональные черты, ценности выпускника. Субъективные условия являются важным фактором в процессе поиска работы и трудоустройстве, а также в самих профессиональных траекториях выпускников технических вузов.

Список литературы

1. Арефьев А.Л. Арефьев М.А. Об инженерно-техническом образовании в России // Высшее образование в России. – №10. – 2012.
2. Об инженерно-техническом образовании. – М., 2011. – 234 с.

УДК 316.422.42

А. В. Кочкарева, Н. В. Власова

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ГОРОДА УЛЬЯНОВСКА ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ УЛГУ

Аннотация. В данной статье рассмотрен феномен становления социального предпринимательства на примере г.Ульяновска. в ходе изучения данного явления было проведено эмпирическое исследование и по его итогам выявлена корреляция понимания, вовлеченности и отношения студентов УлГУ к изучаемой проблеме.

Ключевые слова. социальное предпринимательство, студенты, г.Ульяновск, общество, исследование, фокус-группа.

В России существует огромный спектр социальных проблем: бедность, алкоголизм, социальное сиротства, ущемление прав людей с ограниченными возможностями, коррупция, экология, насилие в семье и многие другие, решить которые эффективнее всего будет путем организации социального предпринимательства.

На сегодняшний день социальное предпринимательство достаточно молодое направление в сфере бизнеса, которое является решением множества социальных проблем, например, таких как развитие института семьи, спорта, здоровья, возрождение культурных традиций, трудоустройство маргиналов, социализация инвалидов.

Социальное предпринимательство можно определить как деятельность не только отдельных индивидов, но и некоммерческих организаций, которая направлена на решение особо острых проблем общества, без решения которых невозможно дальнейшее «здоровое» развитие общества.

При рассмотрении города Ульяновска как площадки реализации деятельности социальных предпринимателей необходимо отметить, что в городе Ульяновске встречаются примеры действия социального предпринимательства. Так, например, в феврале 2016 года прошел митап некоммерческого образовательного проекта «Теплица» с темой «Как стать социальным предпринимателем» с Еленой Гусевой, директором ООО «Центр кадрового менеджмента РОСТ». Еще одним примером может служить оказание помощи Ульяновской областной детской клинической больнице имени Ю.Ф. Горячева в 2015 году

фондом «Наше будущее» в оснащении центра медицинской реабилитации специализированной мебелью.

Для выявления степени развитости социального предпринимательства в городе Ульяновске было проведено 2 фокус-группы в мае 2018 года на базе Ульяновского государственного университета. Интервьюируемыми выступали студенты социального профиля подготовки (профиль подготовки - организация работы с молодежью, группа из 8 человек, 4 парня и 4 девушки в возрасте 20-21 года, со средним полным образованием) и несоциального (профиль подготовки – лесное дело, группа из 16 человек, 6 из которых парни и 10-девушки, в возрасте 18-19 лет, со средним полным образованием) в целях изучения корреляции понимания, вовлеченности и отношения к изучаемой проблеме.

В реальном эмпирическом исследовании были изучены информированность интервьюируемых о социальном предпринимательстве, их взгляды на развитие данного явления, мнение о вовлеченности молодежи в изучаемое явление, а также предполагаемые пути развития социального предпринимательства. Изучаемые группы определялись по критерию приближенности или отдаленности интервьюируемых по отношению к социальным процессам.

Что касается информированности интервьюируемых, то большинство не слышали о таком явлении как «социальное предпринимательство», но после представленного информационного ролика об отраслях социального предпринимательства постарались сформулировать свое понимание изучаемого понятия. Примером определения социального предпринимательства можно взять слова Ралины, 20 лет: *«Социальное предпринимательство – это такая форма деятельности, посредством которой происходит решение особо острых социальных проблем, улучшение состояния окружающей среды, помощь лицам с ограниченными возможностями здоровья адаптироваться в социуме, а также посредством которой возможно привлечение прибыли».*

Среди достоинств социального предпринимательства были отмечены: реальное решение социальных проблем, удовлетворение собственных потребностей, открытость организации, а также самореализация, как говорит Валерия, 18 лет: *«Достоинства: это то, что каждый может вступить в это общество, а потом еще кто-то может сделать это своим хобби, а может и сделает своим смыслом жизни».* Среди отрицательных черт интервьюируемые отметили такие как: низкая самокупаемость и маловероятный доход, например, Слава, 19 лет, считает, что *«Недостатки? Это возможная убыточность, это же рисковое дело, ты вкладываешься, а как откликнется – не знаешь».* При прогнозировании развития социального

предпринимательства в городах России, интервьюируемые отмечают, что социальное предпринимательство будет широко распространено лет через 20-30.

При разговоре о вовлечении молодежи в социальное предпринимательство интервьюируемые отвечали следующим образом: Юрий, 20 лет: *«Молодежь привлечь возможно, если это активная молодежь, потому что активная молодежь более человечна»*, Иван, 21 год: *«Молодежь привлечь трудно, потому что нет прибыли»*.

Интервьюируемые отмечают, что социальное предпринимательство необходимо развивать, потому что как отмечает Дарья, 20 лет: *«Все мы живем в обществе, у всех возникают проблемы, а решая их глобально, мы можем избежать часть проблем»*. Также, социальное предпринимательство поможет городу в создании новых рабочих мест. Но часть интервьюируемых придерживаются мнения, что развивать надо, но никто не будет этого делать ввиду отсутствия видимой прибыли».

Используя методологию прикладного социологического исследования можно сделать следующие выводы о развитии социального предпринимательства в городе Ульяновске:

- недостаточная информированность населения о социальном предпринимательстве ввиду отсутствия PR-компаний данной сферы жизнедеятельности;
- основной проблемой на пути развития социального предпринимательства является низкое финансирование иницируемых групп;
- главным достоинством социального предпринимательства является то, что социальные проблемы реально решаются, а недостатком – отсутствие прибыли;
- привлечение молодежи в сферу социального предпринимательства возможно путем мотивации и заинтересованности молодежи проблематикой направленности социального предпринимательства;
- развивать социальное предпринимательство необходимо, потому что социальное предпринимательство увеличивает количество рабочих мест и снижает количество социальных проблем;
- наиболее острыми социальными проблемами является: экология, адаптация инвалидов и социализация маргиналов.

Список литературы

1. Московская А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 284 с.

2. «Как стать социальным предпринимателем»: инструкции, советы, полезные ресурсы // Теплица социальных технологий URL: <https://test.ru/reports/meetup-social-business/> (дата обращения: 11.10.18)
3. О фонде "Наше будущее" // www.nb-fund.ru URL: <http://www.nb-fund.ru/about-us/> (дата обращения: 11.10.18).

УДК 316.4

А. Д. Крестов, Е. П. Галкина
(Ульяновск, Ульяновский Государственный университет)

ГОСУДАРСТВЕННАЯ МОЛОДЁЖНАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЁЖИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. Рассматриваются вопросы общественно-политической активности молодёжи. Выявляются основные составляющие, на которых базируется молодёжная политика государства в современной России. Приведены результаты социологических данных о государственной молодёжной политике Российской Федерации.

Ключевые слова. Молодёжь, политика, государство, взаимодействие, активизация, эффективность, социализация.

Молодёжь является активным участником происходящих в стране преобразований. Использование её потенциала в интересах создания гражданского общества является основным механизмом политической социализации. Важную роль играют властные и общественные структуры, реализующие молодёжную политику с опорой на научные исследования в молодёжной среде страны.

Одной из наиболее влиятельных и получивших признание в научном сообществе социологических концепций молодёжи выступает гуманистическая концепция И.М.Ильинского, в основе которой лежит понимание молодёжи как активного субъекта общественно-политических процессов.

Политическими исследованиями молодёжи занимались социологи позитивистского (О. Конт, Г. Спенсер, Э. Дюркгейм) и критического (К. Маркс, Ф. Энгельс) направлений. В них были сформулированы методологические положения о естественной взаимосвязи межпоколенческой динамики и темпов социального прогресса, о последовательной смене поколений, их преемственности, селективности и инновации во взаимосвязи с историческим, социальным и политическим развитием общества [1].

В отечественной социологии проблема роли молодёжи в социально-политическом развитии общества затрагивалась в трудах следующих русских учёных второй половины XIX - начала XX века (П. Л. Лавров, Н. К. Михайловский, П. А. Сорокин и др.). Глубоко она стала изучаться только с 1960-х гг. [3].

В рамках социологической, политологической, психологической, культурологической наук сложилось несколько направлений исследований молодежной среды: психоаналитическое, структурно-функциональное и культурологическое.

Психоаналитическое направление строится на идеях З. Фрейда и его последователей (Л. Фойер, Э. Эриксон). Они определяют молодежь как особую социально-демографическую группу, строящуюся преимущественно на возрастных психофизических особенностях личности.

Представители структурно-функционального направления (Г. Шельский, К. Мангейм) рассматривают молодежь как некую группу индивидов, приобретающие некий социальный статус и соответствующие социальные роли.

Культурологическое направление изучает социальные процессы и явления в аспекте феноменологии человеческой культуры (М. Мид).

В современной России наиболее эффективными формами общественно-политической активизации молодёжи являются три основные составляющие:

- поддержка молодёжных инициатив;
- молодёжный парламентаризм;
- реализация молодёжью конкретных проектов локального характера [2].

В условиях современного общества эти три вышеперечисленных основные составляющие могут способствовать воспитанию у молодежи гражданского сознания и активной гражданской позиции. Для успешного развития нашей страны нужны не пассивные молодые граждане, а «молодёжь-созерцатели», имеющие свою активную гражданскую позицию. Разумеется, на первый план у молодёжи должны выходить следующие человеческие качества: инициативность, предприимчивость, способность к нестандартному мышлению, творческому поиску, стремление реализовать свой творческий потенциал. Только в совокупности развивая в себе эти качества молодой человек сможет почувствовать в себе самом способность что-то изменить к лучшему в этой стране [5].

Рассмотрим результаты всероссийского опроса ВЦИОМ, проведённого в 2017 году по выявлению вовлечения молодёжи в общественную и политическую жизнь страны. В опросе принимали участие россияне в возрасте от 18 лет. Метод опроса – телефонное интервью. Количество респондентов – 1200 человек.

Запрос на вовлечение молодёжи в общественную и политическую жизнь страны на 2017 год составил 90%, что на 15 % выше показателя 2007 года. По моему мнению, основная причина такого роста за 10-летний период времени связан прежде всего с увеличением финансовой поддержки со стороны властей страны молодёжных правительств, молодёжных организаций и их инициатив по важным социальным вопросам. А проведённый в 2017-2018 гг. конкурс «Лидеры России», чего раньше подобного в нашей стране не происходило ещё раз подтверждает огромное внимание со стороны власти о важности для государства формирования будущих «кузнецов» российской политики с которыми, возможно, будет связана новая эпоха в истории российского государства [4].

Таким образом, реализация государственной молодежной политики в современной России является одной из важнейших задач власти в области трудоустройства. Формирование хорошего кадрового потенциала молодёжной политики является неотъемлемой частью государственной политики Российской Федерации.

Список литературы

1. Громов И.А. Западная теоретическая социология. / И.А.Громов, А.Ю.Мацкевич, В.А.Семенов. URL: <https://studfiles.net/preview/2459404/> (Дата обращения 12.09.2018)
2. Зубков Ю.А. Молодежь и молодежная политика в современном российском обществе / Ю.А. Зубков, Т.К.Ростовская, Н.Л. Смаколина. – М.: Перспектива, 2016. – 166 с.
3. Ильинский И.М. Молодежь и молодежная политика. Философия. История. Теория. / Ильинский И.М. – М.: Голос, 2001. 696 с.
4. Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru> (дата обращения: 12.09.2018)
5. Официальный сайт Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь) URL: <https://fadm.gov.ru> (дата обращения 12.09.2018)

УДК: 37.068

А. А. Куликова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К УЧАСТИЮ В РАБОТЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. Сегодня на территории Российской Федерации ведут деятельность более 427 тысяч общественных организаций при включенности в их работу менее 4 процентов населения страны.

В статье приводятся исследования различных организаций на данную тему; пояснение, почему проблема стоит внимательного изучения; несколько советов для руководителей общественных.

Ключевые слова. Общественная организация, НКО, волонтер, активист.

Актуальность научной статьи обусловлена следующими причинами. Во-первых, постоянный рост числа НКО в России, расширение их сфер влияния, а также вовлечение большого количества молодежи в работу. Во-вторых, привлечения внимания государственной власти к вопросам общественных организаций, совершенствование законодательных систем и введение специальных льгот. В-третьих, существование объективной проблемы: рост числа НКО с одной стороны и низкий процент молодежи, принимающей участие в работе этих организаций с другой.

Данная статья преследует следующую цель: на основе вторичных материалов проанализировать данные и выявить основную проблему, существующую в сфере НКО на сегодняшний день.

Согласно федеральному закону «О некоммерческих организациях», НКО – это такая форма организации, которая не имеет в качестве основной цели извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Существуют следующие формы НКО: фонды, некоммерческие партнерства, частные учреждения, автономная некоммерческая организация, ассоциации (союзы) и общественные и религиозные организации (объединения)^[1].

Общественная организация в этом же законе трактуется, как объединение, созданное на основе совместной деятельности для защиты общих интересов и достижения уставных целей объединившихся граждан. Общественная организация как социальная группа является одной из форм проявления инициативы молодежи, а также методом удовлетворения присущей им потребности в социально-преобразующей деятельности.

С помощью исследований, проводимых Фондом общественного мнения в 2013-2014 годах, было установлено, что на территории России функционирует более 427 тысяч молодежных и детских общественных объединений. Более половины людей молодого возраста, откликаются о них положительно, но при этом войти в их состав желали бы вдвое меньше.

Всего фондом было проведено три опроса, первый из которых был проведен в мае 2013 года. Темой стали «Формы общественной активности граждан». В рамках проекта был разработан тест для эмпирической идентификации различных стилей жизни респондентов. На его основе была построена классификация населения с точки зрения проявления общественной/социальной активности. Согласно подсчетам,

волонтерами – институализированными добровольцами, включенными в деятельность НКО – является всего 4% ^[2]. Реальные активисты – не институализированные добровольцы, включенные в помогающее поведение, самоорганизацию по месту жительства – составляют около 38%, что достаточно неплохо.

В 2014 году в рамках проекта ФОМ-СОЦ «Актеры добровольчества» была усовершенствована методика выделения общественно активных групп населения, разработанная в предыдущем исследовании. Для определения основных акторов добровольчества респондентам был предложен тестовый вопрос: «Посмотрите, пожалуйста, на карточку и скажите, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние полгода-год?» По ответам были выделены группы, отличающиеся разной степенью вовлеченности в добровольческую активность: волонтеры, активисты и «обыватели».

Волонтерам, ими осталось все также 4% опрошенных свойственна интенсивная вовлеченность в добровольческую деятельность и активная гражданская позиция. Деятельность активистов (17% опрошенных) носит более спонтанный, нерегулярный характер по сравнению с волонтерами. «Обыватели» (23% опрошенных) менее активны по сравнению с волонтерами или активистами. Они готовы помогать и объединяться, только когда речь идет о людях из ближайшего окружения. Всего 44% опрошенных попали в три вышеперечисленные группы – это люди, которые хотя бы минимально действуют в поле добровольчества и / или помогающего поведения^[3].

Так как в обоих исследованиях количество опрошенных, принимающих хотя бы минимальное участие в общественно-полезной деятельности, было меньше две-трети, значит, что единое общественное мнение по проблеме таких организаций не сформировалось. Возможно, что нашему обществу необходимо время для осознания такой необходимости и внедрения НКО в нашу жизнь. В обоих исследованиях количество человек, участвующих в работе НКО на постоянной основе, оставалось около 4%. Что, вероятно, довольно мало при количестве НКО в России – 427 тысяч. Это означает, что данная группа участвует в работе нескольких НКО одновременно. Либо какая-то часть организаций присутствует лишь де юре, то есть на бумагах.

Как правило, указанные волонтеры начинают свою работу в рамках школьного и студенческого самоуправления, постепенно расширяя круг работы до городских и федеральных проектов. Поэтому, по моему мнению, поддержка развития самоуправления в муниципальных образованиях является важной задачей. Так как привлечение большего числа молодых людей позволит развиваться таким объединениям и активно формировать у молодежи грамотную гражданскую позицию, важные ценности и нормы морали^[4].

Таким образом, нами была выделена следующая проблема. С одной стороны, востребованность и количество НКО (в любой их форме) возрастает с каждым годом. С другой стороны, на данном этапе существует низкий уровень вовлеченности городской и, особенно, сельской молодежи в работу этих объединений, а также отсутствие единого эффективного информационного канала, освещающего их деятельность.

Дальнейшее исследование данной проблемы позволит выявить основные способы повышения интереса у молодежи к работе в таких организациях. Результаты исследования помогут лидерам НКО и руководителям объединений повысить эффективность своей деятельности и решить проблему нехватки кадров при осуществлении своей деятельности^[4].

Список литературы

1. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 05.02.2018) "О некоммерческих организациях".
2. Опрос молодежи: участие в НКО в малых и средних городах // ФОМ – 2014.
3. Опрос молодежи: акторы добровольчества // ФОМ. – 2014.
4. Организационно-правовые основы деятельности советов обучающихся / Фатов И.С., Матвиенко Е.В. – М., 2016. – 124 с.

УДК 316.6.33

Д. Р. Магдеева, Е. Д. Карсакова, Р.А. Сайфутдинов
(Ульяновск, Ульяновский Институт гражданской авиации
имени главного маршала авиации Б.П. Бугаева)

ПОДДЕРЖКА МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. Рассмотрены основные аспекты предпринимательства в России, проанализированы проблемы, которые мешают стабильному развитию молодежного предпринимательства.

Ключевые слова. Молодежное предпринимательство, проблема безработицы среди молодежи, развитие молодежного предпринимательства.

Развитие предпринимательства в России имеет важное значение для социально – экономического прогресса страны, особое внимание уделяется развитию малого и среднего предпринимательства. На сегодняшний день основой будущего любой страны является молодое поколение. Молодежь-часть общества, обладающая

креативным мышлением, способное быстро вливаться в тенденции современного мира, осваивать новые технологии, а также имеет склонность к созданию и развитию собственного дела, инновациям и риску.

Россия предлагает огромное количество ресурсов для поддержки молодежного предпринимательства. Существует обширное количество организаций, которые помогают в этом. Развитие молодежного предпринимательства является эффективным способом содействия экономическому подъему страны. Молодежь - это ключевой механизм такого развития.

Предпринимательство и его развитие - шанс обеспечить занятость населения. Уровень безработицы среди молодых людей очень высок. Специальное исследование GlobalEntrepreneurshipMonitor показывает: 20% опрошенных молодых предпринимателей заявили, что в течение следующих пяти лет они хотели бы нанять не менее 20 сотрудников; 9% - около 50 человек.

Проблема безработицы среди молодежи является одной из ведущих для мировых политических лидеров. Правительство ставит цель увеличения занятости, стремясь обеспечить всесторонний и устойчивый рост посредством коллективных действий. Предприниматели играют важную роль в формировании рабочих мест и предоставлении возможностей молодым людям трудиться.

Конечно же это позволит новому поколению воплощать свои идеи и мечты в реальность. Начав развивать собственный бизнес, можно будет увидеть значительные изменения в статистике занятости населения. Сейчас задача состоит в том, чтобы предоставить молодым людям поддержку и условия, необходимые для воплощения амбиций в жизнь.

Что может быть сделано? Большинство молодых людей хотят получить практический опыт работы и наставничество со стороны предпринимателей. Таким образом, сегодняшние предприниматели и бизнес-лидеры должны понимать четкую роль в воспитании будущего поколения.

Правительство также играет определенную роль - необходимо сосредоточиться на предоставлении правильной среды, чтобы дать возможность начинающим предпринимателям добиться успеха. Это включает в себя обеспечение соответствия системы образования целям, которые поддерживают будущие поколения молодых предпринимателей и помогают создать культуру, направленную на развитие и заинтересованность в малом бизнесе.

К сожалению, проблема безработицы среди молодежи не будет решена быстро или легко, и она требует целого ряда мероприятий. Наряду с более краткосрочной макроэкономической и фискальной политикой, помогающей стимулировать рост занятости, внедрение предпринимательства в центр системы образования является ключевой

долгосрочной инициативой, которая поможет обеспечить среду, в которой мечты миллионов молодых людей могут оказать влияние на развитие экономики страны.

Основные проблемы, которые мешают стабильному развитию молодежного предпринимательства:

1) Низкая активность;

Уровень предпринимательской активности в России очень низкий (около 2-2,5%). Современные молодые люди отдают предпочтение работе в государственных учреждениях или в некоторых крупных агентствах. Все это не способствует развитию страны, потому что именно бизнес обеспечивает основную прибавочную стоимость и пополнение бюджета.

2) Отток талантов;

Только 40 тысяч в 2017 году прогрессивных умных молодых людей покинули страну, чтобы жить и работать за рубежом.

3) Институты регионального развития работают неравномерно;

Каждая организация регионального развития работает в своем собственном направлении, работает со своей целевой аудиторией, и это не всегда приводит к глобальному воздействию. Необходимо создать единое руководство регионам, чтобы объединить все эти учреждения и задать единый вектор направления.

«Дайте молодым людям голос» - это требование многих политиков. На самом деле, в этом отношении речь идет о доверии, которое нужно развивать у молодых людей. Они должны почувствовать, что их голос слышен, и что они могут изменить и улучшить экономическую ситуацию в стране. Это также даст ощущение, что участие в социально-экономической деятельности - очень нужная и важная составляющая часть развития общества в целом. Если молодой человек осознает, что его мысли и решения действительно осуществимы в реальности, это даст дополнительный стимул к тому, чтобы развивать свои идеи.

Молодым предпринимателям необходимо чувство безопасности. Нужна твердая уверенность в собственном будущем. Молодой человек, начиная развивать свое дело, хочет быть уверенным, что через несколько лет он сможет построить свой собственный маленький бизнес, накормить свою семью, принести пользу обществу и государству.

В современном обществе большое количество перспективных и талантливых молодых людей, которые хотят реализовывать в жизнь свои идеи. Более опытное старшее поколение должно стать наставником в реализации проектов, которые обеспечат экономическую стабильность страны.

Список литературы

1. Направления развития молодежного предпринимательства стран G20[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tass.ru/pmef-2018/articles/5239347>

УДК 316.346

А.О. Сапрыгина

(Иркутск, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»)

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖИ В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация. В данной статье отражается социальный потенциал молодежи в решении социальных проблем, а также факторы которые влияют на формирования такого потенциала. Кроме того в работе отмечены мероприятия по организации и стимулированию молодежных общественно-политических объединений (МОО). Одной из важных тем является стратегия молодежной политики на примере Сибирского федерального округа.

Ключевые слова. Человеческий потенциал, социальный потенциал молодежи, факторы среды, личности, «институциональные факторы», молодежные общественно-политические объединения, стратегия молодежной политики.

Вопрос о социальной активности молодежи в современной России не раз поднимался не только в политике, но и в некоторых социальных исследованиях и проектах. Молодежь нужно рассматривать как важную движущую силу, которая несет особую функцию ответственности за сохранение и развитие страны, за преемственность ее истории и культуры.

Первое явление, с которым необходимо ознакомиться, это формирование социального статуса молодёжи, которое в свою очередь сопровождается становлением её социального потенциала. По мнению В.Н. Лупандина, понятие «потенциал» определено многозначно, а объяснение его значения различается, в зависимости от источника. В частности, в гуманитарных науках данное понятие рассматривается в аспекте жизнедеятельности человека, как «человеческий потенциал». Говоря о человеческом потенциале, профессор имеет в виду молодёжный потенциал, так как формирование человеческого потенциала определяется средним сроком подготовки личности к трудовой деятельности и происходит это в период времени, который совпадает с возрастными границами молодёжи. На этот период приходятся основные инвестиции в человеческий капитал, которые обеспечивают усиление потенциала личности, формирующие его социально значимые аспекты. Кроме того, многие исследователи

указывают на стремление России в 21 веке вернуть себе статус «супердержавы», что ведет за собой появление новых требований к социальному потенциалу молодежи как наиболее инновационно-мобильной социальной группе [3].

Ещё раз обратимся к статье В.Н. Лупандина, где он рассматривает социальный потенциал молодёжи с позиций деятельностного подхода, в этом случае сюда включаются следующие составляющие: формирование, развитие и рациональное использование.

Все выше перечисленные составляющие, в свою очередь, осуществляются под воздействием взаимосвязанных факторов трёх уровней. Факторы первого уровня: природно-климатические условия места проживания молодёжи, его природно-ресурсный и демографический потенциал, экономико-географическое положение, финансовая обеспеченность, уровень социально-экономического развития региона. Факторы второго уровня: нравственность, духовность, образованность, интеллигентность, творчество, мотивы поведения, ценностные ориентации, трудовая активность, потребности и т.д. Факторы третьего уровня – «институциональные факторы», которые связаны с необходимостью обеспечения относительной устойчивости социальных связей и отношений в обществе, воплощённой в деятельности основных социальных институтов [3].

Следующим важным пунктом, который рассматривается в данной статье, является создание молодежных общественно-политических объединений (МОО). Согласно точки зрения Тульчевского А. И., создание таких объединений, с одной стороны, дает возможность привлечь внимание государства к интересам и проблемам молодежи, а с другой — привлечь подрастающее поколение к решению политических проблем региона. Современная ситуация в таких объединениях и организациях весьма разнообразна. В большинстве случаев они самостоятельны и заняты каким-либо определенным видом деятельности в расчете на реальную отдачу. Причинами такого формирования может быть желание принести пользу обществу и реализовать свои альтруистические идеи [6].

Что касается молодежной политики, то здесь рассматривается активное участие молодого поколения и молодежных движений в общественной жизни как отдельно взятого региона, так и по всей территории всей страны. Каждая подобная организация имеет свою целевую программу, направленную на повышение уровня комфорта жизни молодого поколения и решение социальных проблем в родном городе.

Обратимся к понятию «Стратегия молодежной политики», которое разрабатывается во многих городах нашей страны. На примере Сибирского федерального округа можно выделить основные направления стратегии:

1. воспитание гражданской ответственности и патриотизма;
2. поддержка деятельности молодежных и детских общественных объединений;
3. обеспечение занятости несовершеннолетних и молодежи;
4. поддержка молодежных инициатив, развитие творчества и организация досуга молодежи;
5. государственная поддержка молодежи [6].

Многие направления стратегии работают, но, тем не менее, с их реализацией связаны огромные затраты. Следует заметить, что многое зависит от отношения самой молодежи к направлению государственной политики. Государство и молодежь должны понимать и уважать, учитывать точки зрения друг друга, вести политику сотрудничества, что является главным принципом успешной молодежной политики и активного участия в ней молодого поколения.

Наглядным примером может служить семинар по реализации государственной молодежной политики и развитию добровольчества в Сибирском федеральном округе, который проходил в г. Новосибирск 5 мая 2018 года. Целью мероприятия была разработка путей и решений актуальных проблем и вопросов в сфере государственной молодежной политики и добровольчества.

Обратимся к статье, опубликованной на сайте «Росмолодежь», где представлен отчет о данном мероприятии. Руководитель Федерального агентства по делам молодежи отметил: «Сибирь зарекомендовала себя как регион с большой стройотрядовской историей и успешным опытом реализации волонтерских программ. Конечно, нам есть над чем работать. Прежде всего, не должно быть формального отношения к Году Добровольца. Этот год должен стать драйвером и стимулом развития добровольческого движения в дальнейшем» [5].

Участникам семинара-совещания была предоставлена возможность задать выступающим интересующие вопросы в рамках встречи в формате «Диалог на равных». Самыми актуальными стали вопросы о вступившем в силу законе о добровольчестве и грантовых конкурсах в рамках молодежной форумной кампании текущего года. По мнению Екатерины Драгуновой, заместителя федерального агентства по делам молодежи, данный интерес оправдан, но не рекомендуется рассматривать гранты как мотивирующий фактор участия во Всероссийских молодежных форумах. Екатерина Драгунова считает: «Молодежные форумы выполняют немного иные функции – образовательную и функцию создания профессиональных сообществ. Тем не менее, Федеральное агентство по делам молодежи проводит грантовые конкурсы по множеству направлений, принять участие в которых могут все представители активной молодёжи» [5].

Следующим примером является государственная программа Иркутской области "Молодежная политика" на 2014 - 2020 годы. Цель

данной программы обеспечить успешную социализацию и эффективную самореализацию молодежи.

В процессе реализации программы, выполняются следующие задачи, которые позволили обеспечить комплексный подход и межведомственное взаимодействие в решении проблем:

1. качественное развитие потенциала и воспитание молодежи;
2. повышение эффективности реализации государственной молодежной политики;
3. совершенствование системы патриотического и гражданско-патриотического воспитания и допризывной подготовки молодежи в Иркутской области;
4. сокращение масштабов немедицинского потребления наркотических и психотропных веществ, формирование негативного отношения к незаконному обороту и потреблению наркотиков и существенное снижение спроса на них [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что выявление потенциала социально-политической активности молодого поколения, повышение эффективности функционирования и большее вовлечение общественных молодежных организаций в политику обусловлено наличием социально активных и целеустремленных молодых людей, которые способны результативно взаимодействовать с другими субъектами общественного развития, готовы подчинять свои частные интересы и способы их достижения общей цели. Всё выше перечисленное осуществляется в большей степени за счет проведения и продвижения молодежной политики.

Список литературы

1. Белоконев С.Ю., Бродовская Е.В., Лаврикова А.А., Модарнизационный потенциал российской молодежи: [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-modernizatsionnogo-potentsiala-rossiyskoj-molodezhi>.- 2012,-С.98-107.
2. Кошарная Г.Б., Рожкова Л.В. Модарнизационный потенциал студенческой молодежи: [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modernizatsionnyy-potentsial-studencheskoj-molodezhi>.- 2012,-С.86-90.
3. Лупандин В.Н., Социология молодежи:[Электронный ресурс]. URL: <https://studfiles.net/preview/1197661/page:31/>.- 2011.-С.68-80.
4. Постановление от 24 октября 2013 года N 447-пп "Об утверждении государственной программы Иркутской области "Молодежная политика" на 2014 - 2020 годы (с изменениями на 31 августа 2018 года)", раздел 2. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/460206938>.
5. Рожкова Л.В., Ценностные компоненты модернизационного потенциала российской студенческой молодежи:

диссертация, [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dslib.net/sociologia-kultury/cennostnye-komponenty-modernizacionnogo-potenciala-rossijskoj-studencheskoj.html>, - 2013. - С. 514.

6. Сайт Росмолодежи: [Электронный ресурс]. URL: <https://fadm.gov.ru/news/41475>. - 2018.

7. Тульчевский А. И. Молодежь в политике // Молодой ученый: [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/50/6414/>. - 2013. — №3. — С. 527-529.

8. Хлюпина И.А., Социология молодёжи: [Электронный ресурс]. URL: <https://studfiles.net/preview/1197661/page:31/>, - 2000.

УДК 316.45

А.С. Спирин

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ДИАЛОГ МОЛОДЕЖИ И ВЛАСТИ ПОСРЕДСТВОМ НОВЫХ МЕДИА

Аннотация. Рассматривается процесс диалога власти и молодежи как двух социальных групп посредством так называемых «новых медиа». Определяется понятие «новых медиа», а также формы и способы ведения коммуникации между этими двумя группами.

Ключевые слова. Новые медиа, молодежь, политика, власть, Интернет.

Актуальность темы заключается в том, что проникновение Интернета во все сферы жизни всеобъемлюще и не поддается сомнению. Между тем, становление новых медиа как инструмента и площадки диалога власти и населения — ровно как и отдельных представителей власти между собой — временами не столь очевидно, но со временем всё больше имеет место быть. Общественное обсуждение всех действий власти последние годы все активнее ведется не только на площадках «старых медиа» — радио, телевидении или газетах — но и на площадках так называемых «новых медиа»: социальные сети, блоги и интернет-СМИ. Именно здесь молодежь и выстраивает свой диалог с властью, прямо или косвенно участвуя таким образом в политических процессах.

Целью статьи является анализ взаимодействия молодежи и государственных структур посредством «новых медиа» с позиции возможности участия молодого населения в политических процессах.

Для начала стоит дать определение понятию «новые медиа». Термин начал употребляться еще около двух десятков лет назад, но границы его до сих пор остаются весьма расплывчатыми, а некоторые исследователи доселе употребляют его как синоним Интернета. Так,

исследователи О.С. Рогалева и Т.В. Шкайдерова определяют «новые медиа» как «сетевые средства массовой информации» и как «электронные версии традиционных средств массовой информации, а также самостоятельные интернет-издания, а интернет предстает площадкой для размещения контента с определенным набором свойств (гипертекстуальность, интерактивность и так далее) как канала передачи информации» [1]. Впрочем, данное определение делает акцент исключительно на технологических особенностях явления. Нам же кажется более точным и полным определение С.В. Володенкова, который определяет «новые медиа» как «современную площадку для агрегации, артикуляции и трансляции интересов и приоритетов различных общественно-политических групп как внутри страны, так и во внешнем пространстве» [2]. Именно это определение и будем использовать в дальнейших рассуждениях.

Нынешние исследователи темы взаимодействия молодежи в новых медиа отмечают, что в основном уход молодого поколения от «старых медиа» связан с двумя факторами — желание как раз уйти от политики и самореализоваться через общение со сверстниками, утверждает Т.И. Барсукова [3]. Исследователь А.Н. Чумиков в связи с этим подтверждает, что в пользователях «новых медиа» преобладает именно молодежь [4].

Исследователь В.Е. Ключко отмечает, что имеется огромный риск влияния новых медиа на молодое поколение — не являясь прямым и непосредственным, как в «традиционных медиа», они проникают гораздо глубже, особенно часто являясь основным коммуникационным и информационным инструментом для людей даже предподросткового возраста (11-11,5 лет), формируя ценностное сознание [5].

Вместе с тем развитие «новых медиа», замечает исследователь П.Н. Карпов, открыло новые возможности для повышения качества и эффективности применения коммуникативных технологий политического маркетинга — в том числе и в работе с молодежной аудиторией [6]. Так, проведенный в 2017-ом году фондом «Общественное мнение» опрос «Откуда вы чаще всего узнаете политические новости?», проведенный среди молодежной аудитории возрастом 15-17 лет, показал, что 48% интересующихся политикой подростков узнают новости о политике через социальные сети, блоги, форумы и новостные интернет-порталы — то есть те же «новые медиа». А «лидерами доверия» стали социальная сеть «ВКонтакте», поисковик «Яндекс», видеохостинг YouTube и интернет-СМИ «Лента» и «Лайф».

Сами «новые медиа» становятся постепенно для молодежи способом участвовать в политической деятельности — посредством коммуникации или же создания собственных материалов: первым подобным массовым случаем, как замечает исследователь О.С. Давыдова, стали парламентские выборы в России в 2011-ом году и

президентские выборы в 2012-ом. Молодежь создавала в качестве определенной реакции на политические события в стране свои материалы в «новых медиа» — текстовые и фото- и видеоматериалы, чаще саркастического и иронического характера, посвященные избирательным кампаниям тех лет. Подобным образом, отмечает исследователь, молодежь ведёт собственный диалог о политических событиях как себе подобными, так и государственными структурами и чиновниками, многие из которых также активно входят на территорию «новых медиа» [7].

В свою же очередь, власть также имеет желание взаимодействовать с молодой аудиторией: Д.Б. Казаринова отметила в своем докладе, что в поле публичной российской политики через «новые медиа» ведутся собственные кампании по коррекции или управлению общественным мнением посредством так называемых «веб-бригад» — групп интернет-пользователей, контролируемых заказчиком и занимающихся формированием нужного заказчику общественного мнения в «новых медиа» [8]. В наше время благодаря материалам интернет-СМИ подобные «веб-бригады» так же именуются более понятным массовому пользователю термином «фабрики троллей».

В качестве вывода мы можем отметить, что активное и постоянное развитие «новых медиа» всё ещё продолжается, а вместе с тем изменяются и будут изменяться способы, формы и инструменты коммуникации молодежи, как наиболее интересной для власти группы граждан, и самой власти. Сейчас же можно отметить, что диалог между этими группами установлен — и учёт этого процесса будет особо важен в ближайшие годы для политтехнологов, социологов и специалистов по связям с общественностью ввиду уже скорых выборов с Государственную Думу в 2012-м году и выборов президента страны в 2024-м году.

Список литературы

1. Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Омского университета. – 2015. – №1. – С. 222-225;
2. Володенков С.В. Особенности и возможности применения технологий интернет-пропаганды в политическом управлении // Politbook. – 2016. № 4. – С. 128-129;
3. Барсукова Т.И. К определению понятий «текст» и «медиа́текст» // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2015. № 2. С. 7-15;
4. Чумиков А.Н. Кто влияет в новых медиа и как обеспечивается контрвлияние: опыт российских практиков // Коммуникалогия. 2014. – № 1. – С. 47-53;

5. Ключко В.Е. Новые медиа: психологический механизм воздействия // Материалы конференции ConnectUniversum. М.:РПО, 2014. С. 78-80;

6. Карпов П.Н. Роль новых медиа в политической коммуникации: Интернет как инструмент формирования новой политической реальности // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2013. С. 37-41;

7. Давыдова О.С. Интернет как ведущий агент политической социализации студенческой молодежи // ProNunc. Современные политические процессы, 2013. С. 122-129;

8. Казаринова Д.Б. Новые медиа в современном политическом процессе // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2014. – С. 57-59.

УДК 373

В.А. Терентьев, В.Е. Минеев, Д.С. Васильева

(Томск, Томский государственный педагогический университет)

РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Аннотация. В соответствии с ФГОС ОО на данный момент большое внимание уделяется экологической безопасности в муниципальных учреждениях всех структур общего образования: дошкольного образования, начального общего образования, среднего общего образования и т.д. В своей статье я хотел бы уделить внимание экологической безопасности в школе.

Ключевые слова. Образовательные учреждения, экология, безопасность

На данный момент во многих образовательных учреждениях данного уровня существует три ступени образования: дошкольное, начальное и среднее.

Первой структурой образования для детей является дошкольное образование. Один из аспектов экологической безопасности образовательного учреждения – безопасность среды обитания (соответствие образовательного учреждения предъявляемым экологическим требованиям) [1]. Очень важно грамотно подойти к различным факторам, которые обеспечивают экологическую безопасность дошкольника при нахождении его в дошкольном образовательном учреждении (Приложение таблица 1).

Таблица 1. Факторы экологической безопасности в образовательных организациях дошкольного образования [4]

Факторы	Характеристика
Высокопрофессиональный квалифицированный персонал	Количество сотрудников должно быть достаточным, чтобы все дети находились под постоянным присмотром. Кроме того, персонал должен быть обучен оказанию первой медицинской помощи.
Контроль игровых комнат и площадок	<ul style="list-style-type: none"> • Игрушки должны быть чистыми, и их необходимо дезинфицировать в конце каждого рабочего дня. • Убедитесь, что у игрушек нет острых углов и осколков, которые могут поранить детей. • Особенно тщательно необходимо проверять места общественного пользования.
Групповая комната (так, чтобы все дети находились в поле зрения воспитателя)	Убедитесь, что в комнате нет укромных уголков, в которых дети могут спрятаться.
Безопасность детского питания в учреждение	Существуют общие для всех дошкольных учреждений требования, нормы и меры предосторожности, которые публикуются в виде специальных нормативных документов, получаемых от органов управления.
Охрана всех помещений в ДОУ	<ul style="list-style-type: none"> • Вся мебель и все игровое оборудование должны быть гладкими, без выступающих болтов, винтов или других крепежных элементов, являющихся потенциальной угрозой для детей. • Если в детской мебели имеются щели или отверстия, то они должны быть достаточно большими, чтобы ребенок не застрял в них. Существует стандарт требований, согласно которому в детской мебели не допускается наличие отверстий и щелей в диапазоне от 8,4 см до 21,6 см. • Различные блоки игрового оборудования должны располагаться на расстоянии не менее 3,7 м друг от друга. • Все тропинки и дорожки детских дошкольных учреждений необходимо очистить от препятствий в виде веток, корней деревьев и валунов, и выровнять, чтобы не было резких спусков или подъемов. • Все игровое оборудование и все приспособления необходимо регулярно проверять на функциональность и целостность. • Все платформы, подиумы и любые возвышения должны быть оборудованы перилами и ограждениями. • Игровая площадка должна быть обнесена высоким забором с надежно охраняемыми и запираемыми воротами и калитками.

Информационные стенды и пособия о Чрезвычайных ситуациях	Кроме того, необходимо регулярно проводить учения по гражданской обороне, чтобы все работники дошкольного учреждения знали правила поведения в чрезвычайных ситуациях и обладали навыками эвакуации и оказания первой помощи.
Свод правил дошкольного учреждения	В этом документе могут описываться различные сценарии поведения для обеспечения максимальной безопасности в дошкольных учреждениях.

Другой аспект – здоровьесбережение – один из важнейших принципов, реализуемых в современном образовании.

Необходимо учитывать экологическую безопасность дошкольника и при освоении образовательной программы учреждения. Необходимо создать предметно-пространственную среду так, чтобы она соответствовала условиям экологического воспитания детей. Среда способствует:

- оздоровлению ребёнка;
- эколого-эстетическому и познавательному развитию;
- формированию нравственных качеств и экологически грамотного поведения;
- экологизации различных видов деятельности.

Весь материал программы должен выстраиваться по принципам экологического образования:

- Принцип научности – использование научно обоснованных форм и методов работы;
- Принцип позитивности – воспитание и обучения детей на положительных примерах;
- Принцип проблемности – создание проблемной ситуации, в решение которой вовлечён ребёнок;
- Принцип системности – организация работы с детьми и родителями;
- Принцип наглядности – использование наглядного материала;
- Принцип гуманистичности – лично – ориентированное обучение, педагогика сотрудничества;
- Принцип последовательности – от простого к сложному;
- Принцип безопасности – формы и методы безопасности для ребёнка;
- Принцип интеграции – сотрудничество всех педагогов [2].

Одним из критериев экологической безопасности дошкольника в ДООУ является соблюдения режима дня и режимных моментов.

Ребенок не сразу привыкает к определенному режиму дня: от воспитателей и родителей здесь требуется большая выдержка и терпение. При этом важно учитывать не только возрастные, но и

индивидуальные особенности детей, их прошлый жизненный опыт, состояние здоровья и нервной системы. Строгое соблюдение режима приучает детей к порядку, дисциплинированности.

В периоды бодрствования с детьми проводятся занятия, прогулки; они играют, занимаются другой самостоятельной деятельностью.

Количество непосредственно образовательной деятельности и их продолжительность устанавливаются в соответствии с возрастными возможностями детей (СанПин 2.4.1.3049-13)[6]. Занятия проводятся с несколькими детьми, по подгруппам или со всей группой сразу.

Расписание непосредственно образовательной деятельности (НОД) на неделю, предусматривает рациональное для детей данного возраста чередование умственной и физической нагрузки. Накануне НОД воспитатель подготавливает весь необходимый материал в таком объеме, чтобы обеспечить полноценную учебную деятельность всех детей; продумывает, как организовать динамические паузы между занятиями и во время некоторых занятий; делает все, чтобы избежать посторонних разговоров, лишних звуковых и световых раздражений. Соответствующую обстановку создается и во время приема пищи: сервировка привлекательная, первое, второе и третье блюда подаются без задержек. Прогулка — неременная составная часть режима дня в детском саду. Для детей с полутора лет предусмотрены две прогулки, утром и вечером, продолжительностью 1—2 часа каждая (в зависимости от возраста детей. При организации сна соблюдается его длительность, продумывается организация моментов засыпания и пробуждения. В спальнях создаются условия для спокойного сна: свежий воздух, удобные постели, неяркий свет, тишина. Воспитатель обязательно находится в спальне с детьми [6].

Соблюдение всех выше описанных аспектов и является экологической безопасностью дошкольников в учреждении.

Следующей ступенью является школьное образование.

Деятельность школы по предотвращению неблагоприятного воздействия на организм обучающихся вредных факторов и условий, сопровождающих их учебную деятельность, регламентируется санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами, которые определяют санитарно-гигиенические требования, в основе которых четко прописаны параметры таких экологических факторов как температура, свет, влажность применительно к среде, в которой находятся дети.

В содержание экологической безопасности школы включают: озеленение территории школы и уход за растениями; благоустройство хозяйственной зоны с расположенными мусорными баками, своевременный вывоз мусора; организацию утилизации химических отходов (химических веществ, остающихся после уроков химии),

пищевых, древесных, а также разделение отдельных видов отходов (макулатура, упаковочные материалы, полиэтилен и др.).

Соблюдение определенных нормативов связанных с данными видами деятельности можно рассматривать как обеспечение образовательным учреждением экологической безопасности, поскольку их нарушение может привести к серьезным негативным последствиям, как для окружающей среды, так и для здоровья людей, в том числе детей.

Основными документами, регламентирующими вид деятельности, школьных образовательных учреждений являются:

- Конституция Российской Федерации.
- Закон РФ от 9.01.1996 №3 «О радиационной безопасности населения.
- Закон РФ от 30.03.1999 №52 «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения».
- Нормы и требования к учебным кабинетам и подразделениям. НД УМБ РАО-2-2000 Издание официальное Разработан и внесен Центром средств обучения (Центр СО) Института общего среднего образования Российской академии образования (ИОСО РАО).
- Постановление Правительства РФ от 30 июня 1998 г. №681 "Об утверждении перечня наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, подлежащих контролю в Российской Федерации" (с изменениями от 6 февраля, 17 ноября 2004 г., 8 июля 2006 г.).
- Приказ Минпросвещения СССР от 10.07.1987 г. №127 «О введении в действие Правил техники безопасности для кабинетов (лабораторий) химии общеобразовательных школ Минпросвещения СССР».
- Приказ Министерства образования и науки РФ № 03-417 от 01 апреля 2005 г. «Перечень учебного и компьютерного оборудования для оснащения общеобразовательных учреждений».

В основе обеспечение экологической безопасности лежит, прежде всего, соблюдение законодательных норм государственного и международного права в области экологии. Знание этих правил позволяет грамотно и профессионально организовать деятельность образовательного учреждения по предупреждению экологических рисков и негативного воздействия на окружающую среду, а значит предотвратить возможный вред здоровью детей.

Обеспечение экологической безопасности является формирование экологической культуры учащихся. Важная роль в формировании экологической культуры личности принадлежит системе непрерывного экологического образования. Формирование экологической культуры входит в задачи урочной и внеурочной деятельности школы.

Важным аспектом в образовательных учреждениях является наличие инклюзивного образования. Инклюзия – это адаптация системы к потребностям ребенка. Она основана на том, что все дети разные, что они не должны отвечать нашим требованиям и стандартам, но при этом все могут учиться. Это значит, что школа должна быть предназначена для обучения любого ребенка: кому-то понадобится отдельная образовательная программа, кому-то – пандус, лифт. Мы привыкли, что если ребенок не может ходить на физкультуру, то его освобождают. Инклюзия утверждает, что физкультуру надо приспособить под ребенка. В школе должен быть преподаватель адаптивной физкультуры. И когда все бегут стометровку, ребенок с инвалидностью, допустим, играет в мяч на той же площадке, что и остальные. Инклюзия означает раскрытие каждого ученика с помощью образовательной программы, которая достаточно сложна, но соответствует его способностям. Инклюзия учитывает потребности, так же как и специальные условия, и поддержку, необходимые ученику и учителям для достижения успеха. В инклюзивной школе каждого принимают и считают важным членом коллектива, это дает особому ребенку уверенность в себе и воспитывает в детях без инвалидности отзывчивость и понимание. Ученика со специальными потребностями поддерживают сверстники и другие члены школьного сообщества для удовлетворения его специальных образовательных потребностей.

Такие школы действуют, исходя из убеждения, что разница между людьми - это нормальное явление, и что процесс обучения должен быть приспособлен к нуждам ребенка, а не ребенок подстроен под исходное определение, каким должен быть темп и характеристик обучения (декларация Саламанки, 1994 г.). Это и есть экологическая безопасность в современном образовательном учреждении [3].

В современных условиях образовательное учреждение должно не только заниматься воспитанием у детей ценности здорового и безопасного образа жизни, но и стремиться обеспечить ему безопасную окружающую среду, а также разработать образовательную программу.

Список литературы

1. Федеральные государственные образовательные стандарты. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fgos.ru> (дата обращения: 12.10.2018)
2. От рождения до школы: основная образовательная программа дошкольного образования / под ред. Н.Е. Вераксы, Т.С. Комаровой и М.А.Васильевой. – Москва, 2018. – 368 с.
3. Инклюзивное образование в условиях общеобразовательной школы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/nachalnaya-shkola/raznoe/2014/12/02/>

inklyuzivnoe-obrazovanie-v-usloviyakh-obshcheobrazovatelnoy (дата обращения 14.10.2018)

4. Как обеспечить экологическую безопасность в детском дошкольном учреждении. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sad.51-ozr.edusite.ru/DswMedia/1kakobespechit-bezopasnost-vdetskomdoshkol-nomuchrejdennii.pdf> (дата обращения 13.10.2018)

5. СанПиН 2.4.1.3049-13 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/499023522> (режим доступа 13.10.2018)

УДК 378.147

А.М. Ульянов

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ТЕХНИЧЕСКИХ ВУЗОВ

Аннотация. Изучается проблема профессиональной адаптации, анализируется процесс адаптации выпускников технических вузов.

Ключевые слова. Профессиональная адаптация, выпускники технических вузов, уровень профессиональной адаптации.

Профессиональная адаптация — это такой процесс, посредством которого индивид, с одной стороны, удовлетворяет свои требования и ожидания, предъявляемые к профессии и условиям ее осуществления и, с другой, тем требованиям, которые к нему предъявляют структура и содержание деятельности, условия ее осуществления и те социальные группы, под контролем и участием которых протекает его профессиональная деятельность [1]. Актуальность проблемы объясняется тем, что процедура адаптации признана обеспечить вхождение новых сотрудников в жизнь организации. Профессиональная адаптация является важным элементом системы подготовки кадров, а также регулятором связи между системой образования и производством. Но между тем, на рынок труда все чаще поступают кадры, не в полной степени готовые к выполнению своих должностных обязанностей.

Цель статьи- проанализировать процесс адаптации выпускников технических вузов. Объект исследования- профессиональная адаптация выпускников. Предмет исследования- влияние образовательных учреждений на профессиональную адаптацию. Перед собой мы поставили следующие задачи:

В ходе работы нами были изучены теоретические материалы, касающиеся проблемы профессиональной адаптации. Большой вклад в исследовании данной проблемы внесли Ф.А. Махмудова, Н.А.

Хамидуллина, Н.Л. Захаров, А.Л. Кузнецов, В.Р. Веснин. Несмотря на важность данной проблемы, исследований на данную тему крайне мало. Это связано с тем, что ситуация на рынке труда сильно зависит от региона нашей страны, ибо каждый субъект РФ обладает своими особенностями: степенью развития той или иной области производства, наличием высших учебных учреждений, политикой муниципальных властей и т.д. Крупной работой на данную тему является исследование «Профессиональные траектории выпускников строительных вузов» под авторством Гарькина И.Н., Медведевой Л.Н. и Назаровой О.М., проводимое на территории Пензенской области. Подобные исследования должны быть проведены в каждом регионе нашей страны, ибо это позволит выявить проблемы на рынке труда каждого региона и выявить пути к их решению. В ходе изучения теоретических материалов мы выявили следующие факторы, влияющие на профессиональную адаптацию.

На базе Ульяновского государственного технического университета нами было проведено прикладное социологическое исследование на тему: «Профессиональные траектории выпускников технических вузов в инновационно-технической и производственной сферах». Одной из задач исследования было изучение процесса профессиональной адаптации выпускников технических вузов. Выборочная совокупность составила 690 человек на территории Ульяновской и Самарской областях.

Нами был изучен уровень адаптации на рабочем месте по четырем показателям: Профессиональная, организационная, материально-бытовая и психологическая адаптации. Изучая ответы респондентов было выявлено, что по первым трем показателям молодые специалисты выбирали варианты ответа «Легко» и «Скорее легко». По показателю «Психологическая адаптация» были популярны ответы «Легко» (35%) и «Скорее сложно» (33%). Это можно объяснить тем, что молодым специалистам, недавно окончившим вуз, требуется время, чтобы влиться в уже сложившийся коллектив на рабочем месте. На вопрос «Какие профессиональные трудности возникали у Вас в ходе трудовой деятельности» 11% респондентов отметили проблемы с коллективом. Психологическая адаптация на рабочем месте - это сложный и многогранный процесс и требует более глубокого изучения. Ю.А. Александровский рассматривает психическую адаптацию как продукт функционирования единой самоорганизованной системы, которая создает человеку условия продуктивной деятельности в «оперативном покое», обеспечивая ему возможность как эффективно преодолевать природные и социальные факторы, так и целенаправленно влиять на них [3].

Важным фактором в процессе адаптации в современном мире является инновационное наполнение труда. В ходе исследования мы

выяснили, что у выпускников профиля «Информационные технологии» основной профессиональной деятельностью является «Разработка новых технологий/программных средств» (38%) и «Выполнение задач производства с использованием современных тех. средств» (30%). У выпускников остальных профилей образования сложилась абсолютно противоположная ситуация. К примеру, основу профессиональной деятельности по данным показателям, 3% и 9 % соответственно, отметили молодые специалисты авиастроительного профиля. В свою очередь, выпускники авиастроительного и машиностроительного профилей отметили как основу деятельности «Выполнение стандартных операций, «рутинная» работа», 13% и 27% респондентов соответственно.

Высокий изобретательский потенциал профессий профиля «Информационные технологии» по сравнению с другими, можно объяснить ставкой муниципальных властей Ульяновской области на развитие информационных технологий и большим количеством компаний IT профиля на территории Ульяновска. Также можно сделать вывод, что одной из причин низкого уровня производства воздушных судов и автомобилей в Ульяновской области связан с устаревшим оборудованием. «Рутинная» работа, как известно, вызывает у большинства специалистов отрицательное отношение к труду, что сказывается на уровне производства, престиже профессии и кол-ву выпускников тех. вузов данного профиля.

Изучая процесс адаптации, нельзя обойти личные качества специалистов, необходимые для карьерного роста. В ходе опроса, мы выяснили, что респонденты профилей образования как «Энергетический» и «Машиностроительный» отмечают низкую важность критического и аналитического мышления (14% и 17% соответственно), но высокую важность трудолюбия и ответственности (54% и 56% соответственно). Это можно связать с тем, что профессии данного профиля, обладают низким изобретательским потенциалом, но высоким требованиям к ответственности сотрудников, т.к. их работа тесно связано со здоровьем и жизнями людей. Профиль образования «Информационные технологии» отмечается высокими значениями у обоих показателей (54% и 51% соответственно). Это связано с тем, что отрасль информационных технологий начала бурно развиваться относительно недавно. В ней есть простор для открытий, и в связи с этим, у работодателей высокие требования к новым сотрудникам.

Итак, проблема профессиональной адаптации на сегодняшний день приобретает особую актуальность, но в тоже время является мало изученной на региональном уровне. Данный процесс является сложным и многогранным и требует особого подхода еще при обучении будущих специалистов в учебных учреждениях.

Список литературы

1. Профессиональная адаптация.<http://texts.news/psihologiya-stressa-knigi/176-professionalnaya-adaptatsiya-36582.html>
2. Розум С.И. Психология социализации и социальной адаптации человека. - СПб.: Речь, 2006. - 366 с.
3. Безюлева Г.В. Психолого-педагогическое сопровождение профессиональной адаптации учащихся и студентов. – М.:МПСИ, 2008. – 320 с.

УДК 316.4

А. М. Устинова, М. И. Кадничанская

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ДИАЛОГ МОЛОДЁЖИ И ВЛАСТИ ПОСРЕДСТВОМ СМИ

Аннотация. Интерес к созданию диалога власти и молодёжи напрямую связан с ростом экстремистско-политических настроений, угрозой возникновения революционных действий. В связи с этим, возникает необходимость в сохранении главенствующей политической системы, формирующей установки и взгляды молодого поколения. В статье показана специфика создания диалога между властью и молодёжью посредством влияния СМИ, используя инструментарий социологической науки.

Ключевые слова. Власть, молодёжь, СМИ, диалог, политическая социализация.

Средства массовой информации (СМИ)—это четвёртая ветвь власти, а телевидение и интернет – агенты, с помощью которых СМИ распространяет власть в широкие массы – стало не просто высказыванием, а неоспоримым фактом[1]. Ряд исследователей, анализируя правовые основы деятельности СМИ (законодательное регулирование, принципы и структурное устройство) доказали право СМИ называться ветвью власти, независимо от фиксации в законе РФ "О средствах массовой информации"[1].

Отсутствие законодательного регулирования СМИ как ветви власти послужило у политологов основанием к формированию точки зрения о том, что СМИ – это всего лишь рычаг в умелых руках противоборствующих сил, с помощью которого, те налаживают контакт с самой амбициозной частью населения – молодёжью[4].

На сегодняшний день проблема налаживания контакта власти и молодёжи по-настоящему актуальна, потому как получила широкое распространение и сбрасывать скорость не собирается.

Почему именно с молодёжью власть пытается достичь диалога и наиболее тесного взаимодействия? Ряд исследователей характеризует

молодёжь, как разнородную социальную общность, полную правового нигилизма, способную бесстрашно идти на риск при отстаивании своих интересов. Молодёжь готова идти на деструктивные действия, пока не получит самого необходимого. Поэтому оптимальной моделью, которая позволит достичь наиболее тесной взаимосвязи власти и молодёжи и тем самым ограничит общественность от волнений, является социально-политический диалог [3, 7].

Власть понимает необходимость в соратниках, в умных и амбициозных молодых людях, которых можно воспитать под свой лад; представить свою политическую программу; используя средства массовой информации достичь контакта и продвинуть свои идеалы, ожидая, что это станет идеологией, и процесс политической социализации молодёжи пройдёт наилучшим образом.

Стоит заметить, что диалог власти и молодёжи, выпадает на период юношеского возраста, когда молодой человек, являясь до этого пассивным наблюдателем за ходом политического процесса, становится его активным участником. Формирование политического "Я" происходит в результате усвоения норм и ценностей, формирования взглядов и убеждений, возникающих в процессе взаимодействия молодёжи с общественно-политической сферой общества [2]. Тому подтверждением являются работы В.Т.Лисовского "Социология молодёжи", Н.А.Головина "Теоретико-методологические основы исследования политической социализации", Е.Б.Шестопаля "Политическая психология" и ряда других.

Именно поэтому политические власти прибегают к самому дорогостоящему товару и легальному инструменту воздействия на общество – СМИ, чтобы обеспечить контроль над процессом формирования ценностных ориентаций политических граждан.

СМИ – это не просто пресса, радио и телевидение. Это самый важный агент, отвечающий за создание диалога между властью и молодёжью. На сегодняшний день особое признание получила сеть Интернет, являясь наиболее удобной площадкой для создания диалога. По данным ВЦИОМ, наиболее активная аудитория - это 18-24 летние люди, среди которых 97% пользуются интернетом ежедневно. Среди них 42% заходят с целью просмотра медиаресурсов - музыка, книги, фильмы, видео [5]. Особым спросом, пользуются каналы YouTube, где последнее время каждый блогер, старается затронуть политические темы, так или иначе, поддерживая вливания власти в глобальную сеть. В качестве примера, подтверждающего факт нарастающего величия власти на просторах интернета, следует обратиться к газетам, пестрившим о событиях 22 мая 2018 года ("Парламентская газета", "Мир тесен" и др.)

22 мая 2018 года в Государственной Думе РФ состоялось парламентское слушание по вопросу готовности молодёжи к диалогу с властью [6]. На слушание были приглашены блогеры, которые являются

сейчас теми самыми современными СМИ, отвечающими за подачу информации подтвердившие необходимость видеоблогсферы, которая позволит лучше узнать своих лидеров и тем самым, превратит их не в абстрактное политическое понятие, а в конкретных людей. Заместитель главы ведомства Минобрнауки РФ сделал первый шаг и заявил, что в будущем, для освещения своей деятельности министерство будет приглашать блогеров, которые почти каждый день присутствуют в жизни каждого человека.

Таким образом, следует подвести итог.

Молодёжь – это сила, которая с энтузиазмом может принять участие в реформировании своей страны. Именно поэтому государство заинтересовано в диалоге с ней.

Легальный инструмент СМИ, которым пользуется власть, всегда давали и дают плоды. Проблема лишь в том, что сегодня молодые люди настолько застряли в виртуальной реальности, что нужно начинать действовать на их поле – налаживать контакт на их территории, как бы сложно и опасно это не было.

В связи с этим, следует сказать о правильном направлении политики, которую стало проводить Министерство образования РФ. Кроме того, целесообразно социологическое сопровождение по изучению роли интернета в процессе политической социализации современной молодежи, и если окажется, что интернет – то, что нужно для создания крепкого диалога с молодёжью, подтвердить необходимость в продолжение данной политики в регионах и других субъектах Российской Федерации.

Список литературы

1. Богослова Е.А. Правовые основы деятельности средств массовой информации / Е.А.Богослова // Современная юриспруденция: актуальные вопросы, достижения и инновации. - 2017. - С.210-213.
2. Бучкова А.И. Политическая социализация молодёжи в условиях модернизации политической системы России (факторы и агенты) / А.И.Бучкова // Социология и политология. - 2012.- №2. - С.182-199.
3. Головенко А. Почему российская власть панически боится молодёжи? URL: <https://newsland.com/user/4297665943/content/pochemu-rossiiskaia-vlast-panicheski-boitsia-molodezhi/4085386> (дата обращения: 21.09.2018)
4. Колеватова Т.С. Современные средства информации в публичной дипломатии России / Т.С.Колеватова // Власть. - 2016. - С.51-56.
5. РИА Новости. URL:<https://wciom.ru/index.php?id=238&uid=9323> (дата обращения: 27.09.2018)
6. Соколова, М. Парламентская газета. Молодёжь готова услышать власть через соц. сети URL: <https://www.pnp.ru/politics/molodyozh-gotova-uslyshat-vlast-cherez-socseti.html> (дата обращения: 27.09.2018)

7. Тарцан В.Н. Власть и молодёжь в современной России: политические проблемы взаимодействия. URL: http://www.civisbook.ru/files/File/TarzanVNAvtoreferat_T.pdf (дата обращения: 27.09.2018).

УДК 316.1

С.В. Цыганова, О.В. Шиняева
(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОБРАЗ ГОРОДА В СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ: СТАРЫЕ И НОВЫЕ СИМВОЛЫ

Аннотация. В данной статье говорится о человеческом капитале, как важном факторе в развитии крупного города. Определяются наиболее перспективные символические объекты для выстраивания имиджевых коммуникаций в рамках: «органы власти-молодежь». А также рассматриваются предпочтения молодежи в имидже города.

Ключевые слова. Образ города в сознании молодежи, образ города в глазах молодежи, имидж Ульяновска среди молодежи, формирования положительного имиджа города в молодежной среде.

Человеческий капитал – важный фактор в развитии крупного города, особое внимание органы муниципального управления уделяют созданию благоприятных условий для молодежи. В условиях активной глобальной конкуренции между городами их имидж становится важным конкурентным преимуществом, способствует снижению оттоку молодых специалистов, росту и процветанию территориального субъекта. Мы можем сформировать положительный имидж города в сознании молодежи с помощью новых символов, которые отражают предпочтения молодых людей.

Цель нашей работы: определить наиболее перспективные символические объекты для выстраивания имиджевых коммуникаций в рамках органы власти – молодежь. Эмпирическая база работы – авторское исследование методами анкетного опроса и глубинного интервью: «Образ города: перспективы развития», выборки – 400 и 20 человек. Теоретическую базу составляют работы, в которых поднимаются вопросы формирования имиджа города, роль символов в процессе формирования имиджа территории. Мы обратились к таким авторам, как Ф. Котлер, С.А. Белокаева, А.Е. Кирюнин, Т.А. Морозова.

Формирование благоприятного имиджа города – это одна из ключевых задач органов власти, которую необходимо осуществлять согласно имеющимся знаниям об условиях, предпосылках, факторах и

механизмах восприятия имиджа различными социальными группами населения. Одной из важнейших групп воздействия является молодежь, именно она представляет собой особую социально-демографическую группу, с которой связаны реальные перспективы развития территории в ближайшее десятилетие [2; С. 35].

Анализируя природу имиджа города Филип Котлер подчеркивает, что данное явление «выступает продуктом ума, представляющий собой упрощенное обобщение большого числа ассоциаций и частей информации, которые связаны с данным местом»[3; С. 203-205]. Другими словами, деятельность по созданию имиджа территории направлена на формирование отношения определенных аудиторий к определенным «местам». Можно выделить следующие компоненты имиджа города: образ достопримечательностей, инфраструктуры, населения. Имидж формируется в интересах территории, ее внутренних и внешних субъектов.

Несмотря на то, что имидж города стал объектом внимания отечественной науки относительно недавно, к настоящему времени уже существует несколько достаточно разнородных определений данного понятия. А.Е. Кирюнин, который один из первых начал изучать данное явление в России, определил имидж города как индивидуальный комплекс ассоциаций, ядро которого – базовое представление, соотносимое индивидом с территорией [1;С. 37]. Согласно его теории, формирование имиджа города представляет собой процесс установления преимущественных ассоциативных связей между базовым представлением города и другими представлениями путем многократного совместного воспроизведения соответствующих представлениям объектов (символов) в рамках единой ситуации. В рамках нашей работы следует отметить, что появление какого-то символа города должно вызывать положительный набор ассоциаций у молодежи.

Горожане обладают индивидуальными убеждениями и ощущениями от непосредственного контакта с территорией, для формирования положительного имиджа города нам необходимо знать, какой имидж Ульяновска сложился на данный момент среди молодежи. По данным количественного исследования 67% респондентов в возрасте от 18 до 24 лет отметили, что Ульяновск – «обычный российский город, ничем не выделяется среди других городов», далее следует «провинциальный, отсталый город» – 19%, и лишь 10% говорят, что это «развивающийся город с перспективами» (рисунок 1). В сознании молодежи Ульяновск не обладает каким-то уникальным имиджем, нет устойчивых ассоциаций с развивающимся и инновационным городом. Это может быть связано с отсутствием в городе современных символических объектов, которые подкрепляют ассоциативные связи.

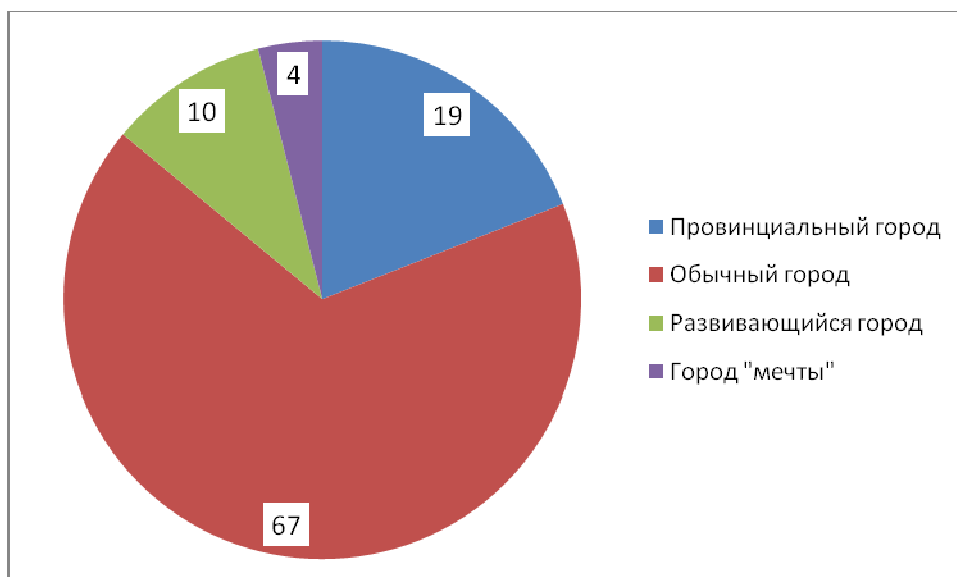


Рисунок 1. Восприятие имиджа Ульяновска в молодежной среде (в % от числа опрошенных, n=400)

При разработке имиджа территории часто используют слоганы, концентрирующие в себе основную идею концепции продвижения города (например, Кубань - казачий край, Краснодар - южная столица). В городе Ульяновск также существует несколько слоганов, которые продвигали различные социальные субъекты региона. Наиболее популярным в молодежной среде концепция «Авиационная столица», что неудивительно, так как данная концепция активно продвигается с момента основания АО «Авиастар-СП». Интересно обратиться ко второй позиции в рейтинге – «Столица IT»: 28% респондентов в возрасте от 18 до 24 лет поддерживают данную идею, для сравнения, лишь 10% респондентов в возрасте от 35 до 59 лет выбрали данный пункт (таблица 1).

Таблица 1. Выбор идеи для формирования имиджа Ульяновска (в % от числа опрошенных, n=400)

Показатели	Всего по массиву	Возраст			Образование		
		18-24	25-34	35-59	Общее среднее	Среднее специальное	Высшее
Культурная столица	26	19	32	25	38	19	25
Родина колобка	13	3	16	14	11	16	13
Столица IT	14	28	11	10	12	11	14
Авиационная столица	38	40	33	41	37	43	36
Другое	9	10	8	10	2	11	12

Молодые люди хотят жить в современном, активно развивающемся городе, но если обратиться к символическим объектам Ульяновска, которые они высоко оценивают, становится понятно, почему в их глазах город ничем не выделяется. Молодежь отмечает, что символическим ресурсом Ульяновска (среди исторических или известных личностей) остается В.И. Ленин – 41%, всемирно известный писатель И.А. Гончаров – на 2-м (23%); действующий губернатор С.И. Морозов – на 3-м месте (16%). Также они высоко оценивают историко-культурные памятники, архитектурные сооружения и символические места, связанные с именами выдающихся исторических личностей. Существует противоречие между желаемым образом города и существующими в социальном пространстве символами, которые отражают другую идею.

В интервью «Образ города: перспективы развития» молодежь предложила оригинальные идеи для создания нового памятника, который мог бы олицетворять эпоху умных и креативных технологий: «Новый символ – табло, где отображается дата, время, актуальные новости Ульяновска», «Первое, что приходит на ум – сидящий на горшке ребенок с мобильным телефоном». Респонденты называют символы, которые действительно отражают современность. В других городах можно найти множество примеров конструкций или креативных зон, и нечто похожее жители хотели бы видеть и в Ульяновске: «Мне очень нравится скульптура «Голова Франца Кафки» в Праге. Так вот можно сделать какой-нибудь такой», «Пусть это будет не памятник, а новое пространство для умных и креативных людей».

Таким образом, для формирования положительного имиджа города в молодежной среде органам управления необходимо создавать и вводить в социальное и коммуникативное пространство города новые символы. Для повышения вовлеченности необходимо реализовать творческий потенциал молодежи в процессе создания символических объектов. Имиджевые коммуникации органов управления должны быть направлены на позиционирование Ульяновска, как инновационного, креативного и развивающегося города.

Список литературы

1. Кирюнин А.Е. Имидж региона как интериоризация культуры / А.Е. Кирюнин. – М.: Книжный дом «Университет», 2000. – 146 с.
2. Комиссарова, С.Г. Россия в представлениях современной молодежи: формирование и продвижение имиджа/ С.Г. Комиссарова // Научное сообщество студентов XXI столетия. Общественные науки.– 2017. –№ 6(53).– С. 35-46.
3. Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в СПб, 2005. – 382 с.

Раздел 2. Ценностные ориентации молодежи, ее участие в решении социальных и коммуникационных проблем

УДК 316.034

Акименко Е.А., Акименко Д.В.

(Орёл, Среднерусский институт управления-филиал РАНХиГС при Президенте РФ)

ВЕДЕНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ КАК ЦЕННОСТНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В данной статье актуализируется роль ведения здорового образа жизни, анализируется отношение студенческой молодежи к ведению ЗОЖ.

Ключевые слова. Здоровый образ жизни, молодежь, студенческая молодежь, ценностные ориентации молодежи.

По данным специалистов в области здравоохранения, здоровье каждого молодого человека на 50 процентов зависит от его образа жизни. Актуальность ведения здорового образа жизни вызвана возрастанием и изменением характера нагрузок на организм человека в связи с усложнением общественной жизни, увеличением рисков техногенного, экологического, психологического, политического и военного характера, провоцирующих негативные сдвиги в состоянии здоровья.

Проблемы мотивации сохранения здоровья, формирования ценностного отношения к здоровью и факторам ЗОЖ актуальны в первую очередь для молодежи и обусловлены, во-первых, особой важностью на данном возрастном этапе для всей последующей жизни человека; во-вторых, наличие негативных тенденций в здоровье российской молодежи; в-третьих, именно молодежь представляет собой потенциал трудового и популяционного ресурсов России в наступившем веке. [1].

Особую часть молодёжи составляет студенческая молодёжь.

Студенчество – это учащиеся высших учебных заведений.

Термин «студенчество» обозначает:

1) студентов как социально- демографическую группу, характеризующуюся определенной численностью, половозрастной структурой, территориальным распределением и т.д.;

2) определенное общественное положение, роль и статус; особую фазу, стадию социализации (студенческие годы), которую проходит значительная часть молодежи и которая характеризуется определенными социально-психологическими особенностями[2].

Как возрастная категория студенчество соотносится с этапами развития взрослого человека, представляя собой «переходную фазу от созревания к зрелости» и определяется как поздняя юность – ранняя зрелость (18-25 лет) [3].

На базе СИУ-филиала РАНХиГС было проведено пилотажное исследование (6-9 июля 2017 года) с целью выяснения отношения студентов к ведению здорового образа жизни. В нем приняли участие 50 студентов в возрасте от 18 до 25 лет. Среди них 33 женщины и 17 мужчин. В ходе проведенного исследования были сделаны определенные выводы.

1. Большинство респондентов под здоровым образом жизни подразумевают только отказ от вредных привычек (49%). Почти одна треть опрошенных указывает все перечисленные в анкете характеристики (занятие спортом, рациональное питание, отказ от вредных привычек, режим труда и отдыха). «Спорт» выбрала одна седьмая респондентов.

2. Четыре пятых респондентов, а именно 79,6%, относятся к здоровому образу жизни, как к чему-то сложному и труднодостижимому, но непременно замечают, что «стоит стремиться к лучшему». Совсем не многие утверждают, что здоровый образ жизни является их стилем жизни (12,2%).

3. Ведение ЗОЖ, по мнению студентов, способствует успеху в других сферах человеческой деятельности (например, учебе, работе и др.) – 87,8%.

4. В ведении ЗОЖ мотиваторами чаще всего выступают не родители (8,2%) и друзья (12,2%), а сам человек (79,6%).

5. Респонденты отводят главную роль силе воли в ведении здорового образа жизни (63,3%). Немаловажным компонентом является моральное и физическое удовлетворение от занятий физической культурой, что составляет чуть больше одной пятой ответов (24,5%). Наличие денежных средств (в достаточном количестве) студенты ставят ниже, чем силу воли.

6. Студенты, ведущие здоровый образ жизни, отмечают, что их состояние здоровья «хорошее», что составляет почти одну треть всех опрошенных. Те, кто считают, что без ЗОЖ «можно обойтись» и «это сложно, но стоит стремиться к лучшему» чаще болеют и ощущают физический дискомфорт.

7. Молодые люди, которые ежедневно делают утреннюю зарядку и закаляются, чувствуют себя прекрасно и оценивают состояние своего здоровья на «хорошо».

8. Студенческая молодежь не очень разборчива в питании. Она не ограничивает себя в еде, однако, тратит достаточно большое количество средств на приобретение витаминов, полезных продуктов питания.

9. Более половины опрошенных студентов не имеет вредных привычек (75,5%).

Таким образом, студенчество – учащиеся высших учебных заведений, представляющих собой социально-демографическую группу с определенным общественным положением, ролью и статусом, а также определенную социально-профессиональную группу, характеризующуюся общностью интересов, субкультурой и образом жизни при возрастной однородности, которой не имеют другие социально-профессиональные группы [6].

Согласно проведенному исследованию, лишь 12,2 % опрошенных ведет здоровый образ жизни. Большинство студентов не готовы соблюдать правила ЗОЖ, что иллюстрируют низкие показатели частоты совершаемой утренней зарядки, уровень соблюдения процедур закаливания и несбалансированный режим питания и др. Отношение к ведению ЗОЖ положительная, но стремление изменить таким образом свою жизнь к лучшему – сводится к словам и отсутствию действий.

Список литературы

1. Дорохова Ю.В., Игнатова Т.В., Проказина Н.В. Молодежь Орловской области в 2015 году. Научное издание. Информационно-статистический бюллетень/Под общ.ред. П.А. Меркулова. – Орел: Издательство Орловского филиала РАНХиГС, 2015. – 72 с.

2. Кулешова И.Н. Социально-психологические особенности политического мировоззрения студенческой молодёжи (на примере провинциальных ВУЗов центра России): дисс. ... канд. псих. наук: 19.00.05. – Иваново, 2006. – 219 с.

3. Малютина, Т.В. Психологические и психофизиологические особенности развития в юношеском (студенческом) возрасте // Омский научный вестник. – 2014. – №2(126). – С. 129-133.

4. Мелешкова, Н.А., Формирование здорового образа жизни студентов в процессе физического воспитания: автореф. дис. ... канд. пед. наук (13.00.08) / Мелешкова Нина Александровна. – Кемерово, 2005. – 234 с.

5. Сорокина, В.М., Формирование у студентов отношения к здоровому образу жизни как профессиональной ценности: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук (13.00.08) / Сорокина Вера Михайловна. – Волгоград, 2010. – 243 с.

6. Социологический словарь // Режим доступа: <http://enc-dic.com/sociology/Studenchestvo-7688>, свободный (дата обращения: 17.10.2018).

А.И. Албутова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ЦЕННОСТЬ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. Рассматривается отношение современной молодёжи к образованию как к ценности. Проводится анализ государственной статистики и опроса центра «Шанс», чтобы пронаблюдать динамику заинтересованности молодых людей в получении высшего образования. Проработка данных материалов помогает понять основные ценностные ориентиры молодежи и место образования в них.

Ключевые слова. Образование, высшее образование, современная молодёжь, ценности, ценностные ориентиры, диплом, потенциал, мотиваторы, человеческий капитал.

Современный мир находится в режиме постоянных глобальных изменений, на данном этапе происходит формирование информационного общества. Рушатся старые стандарты в сферах культуры, образования, науки и т.д. А также меняется система ценностей индивидов в сравнении с прошлым поколением. Динамичность этого процесса и его перспективы развития зависят от многих факторов, один из них – притязания молодёжи.

Цель данной статьи: изучить ценностные ориентиры молодых людей по отношению к образованию. В развитие общества огромную роль имеют знания, а именно люди, которые обладают этим знанием, высококвалифицированные кадры. Актуальность проблемы, касательно места образования в системе ценностей молодёжи, прежде всего обусловлена повышением роли и значимости образования в современном обществе. За счёт системы образования происходит интеграция общезначимых ценностей в сознания индивидов, передача опыта. Развитие ценностного отношения к образованию играет значимую роль прежде всего в формировании личности студента. Важно отметить, что мотивация к образованию становится ценнейшим ресурсом для страны, от которого зависит развитие всего общества, поэтому очень важно следить за динамикой мнений молодежи о необходимости качественного образования, контролировать этот процесс и иметь возможность на него своевременно повлиять. Притязания молодёжи – лучший транслятор современного положения в стране и в отдельных сферах жизни общества. А также изучение данной социально-демографической группы всегда было связано с поиском ключа к пониманию будущего.

Ценности – это абстрактные устойчивые представления, которые обеспечивают регуляцию поведения людей не ситуативно, а обобщенно. Ценностные ориентиры, как базовый компонент культуры, создают основу для социальной активности и освоения новых ролей. А также способствуют созданию экзистенциального стержня осмысленной деятельности как индивидов, так и социальных групп. В данной статье мы делаем акцент на ценностное отношение молодёжи к образованию. В нашей стране получение высшего образования всегда было неким показателем престижа. В последние годы число поступающих только возросло. На основе анализа данных государственной статистики на 2017 год число поступающих в вузы составляло 1283 тыс. абитуриентов, в 1995 году этот показатель насчитывал всего 681 тыс. человек. Этому поспособствовал и рост числа высших учебных заведений в России – с 626 до 1068 – на 70,6% [4]. И это только количественная характеристика, качественные показатели отражены в ряде эмпирических исследований в виде опросов студенческой молодёжи в разных точках РФ. Стоит начать с того, какое место в системе ценностей у молодёжи занимает образование. Для российской молодёжи свойственны и духовно-нравственные, и сугубо прагматичные, материальные жизненные цели. И в пятерку основных инструментальных ценностей входит и образованность, наряду с воспитанностью, аккуратностью и честностью[2]. Согласно исследованию кандидата педагогических наук Хохолуш М.С. именно эти качества личности являются особо значимыми с точки зрения студентов для их будущей профессиональной деятельности. И образованность занимает второе место среди них (66%)[5].

Нами был проведён анализ результатов исследования «Отношение молодежи к сфере образования», проведенного центром «Шанс» (г. Тольятти, 2017г.)[3]. Опрошено 500 человек в возрасте от 14 до 30 лет. Большая часть респондентов (73%) считают, что на сегодняшний день высшее образование нужно человеку. Треть молодежи утверждает, что без высшего образования не найти приличную работу и не стать квалифицированным специалистом. Наиболее распространенным стало мнение о том, что многие выпускники не соответствуют необходимому уровню образованности. Данной позиции придерживается 41% молодого поколения.

Среди молодежи сложилось мнение о том, что диплом о высшем образовании - это формальность (9% реципиентов выбрали вариант – образование в современном мире нужно лишь для получения «корочки»). Такая тенденция объясняется невостребованностью некоторых специальностей на рынке труда. Поэтому выпускники вузов вынуждены работать не по специальности. 83% молодежи согласны с тем, что в наше время для получения достойной заработной платы высшее образование не нужно. Об отношении молодых людей к сфере

образование говорит и то, какой уровень образования они считают для себя достаточным. Выяснилось, что больше половины респондентов считают для себя достаточным высшее образование (57%). В качестве мотиваторов выбора образования и профессии у молодёжи выступают такие факторы, как высокая з/п, высокий статус в обществе, интересная работа, саморазвитие, стать специалистом в определённой области, самфакт наличия диплома. Молодёжь продолжает ценить образование не только в качестве средства получения хорошей профессии для достижения высокого социального статуса, но и в качестве высокого уровня образованности как некоего социального ценза. И эта тенденция нарастает. Учёба в вузе также является важнейшим этапом социализации для молодых людей, этапом становления себя не только как профессионала, но и как личности. За счёт анализа ценностной ориентации молодёжи, мы можем прогнозировать дальнейшую модель поведения данной социально-демографической группы, а следовательно и разработать эффективную государственную и общественную молодёжную политику с расчётом на перспективу и прогресс. Отвечая на вопрос: «Чего бы Вы хотели добиться в жизни?», молодёжь на первое место ставит такие ценности: семейное счастье (57,5%), сделать карьеру (41,2%), богатство (34,6%), иметь возможность реализовать свой талант и способности (24,7%)[1]. Есть разные пути их достижения, но насколько они оптимальны? Получение образования даёт индивиду такое количество навыков, знаний и опыта, что он максимально продуктивно может использовать свои ресурсы для того, чтобы построить успешную карьеру, стать обеспеченным и полностью реализовать свой потенциал.

Итак, мы изучили ценностные ориентиры молодых людей по отношению к образованию. Качественное образование – составляющая человеческого капитала, а также одна из ценностей современной молодёжи, так как именно оно выступает гарантом трудоустройства молодёжи после окончания учебы. Однако, опираясь на результаты исследований и последующий их подробный анализ, была выявлена следующая проблематика: с одной стороны, молодёжь устремлена на получение высшего образования, она продолжает ценить его не только в качестве средства получения хорошей профессии для достижения высокого социального статуса, но и в качестве необходимого этапа социализации, реализации возможности проявить себя и добиться личностного роста. С другой стороны, тенденция «формальности образования», обучения «ради корочки» набирает обороты, что является показателем обесценивания образования в сознании молодёжи. Это является сигналом того, что необходимо совершенствовать терминальные ценности в сфере образования, необходимо продолжать исследования для выявления инструментов воздействия на ценностную политику современной молодёжи.

Список литературы

1. Бабинцев В.П., Ушамирская Г.Ф., Ушамирский А.Э. Динамика ценностей и жизненных целей российской молодежи // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2015. – №14. – С. 34-40
2. Ласточкина М.А. Нравственные ценности современной молодежи (региональное исследование) // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 8. С. 1-6
3. Отношение молодежи к сфере образования. URL: <http://dmoshans.ru/shans-press/sociologicheskie-issledovaniya/sociologicheskoe-issledovanie-otnoshenie-molodezhi-k-sfere-obrazovaniya/>
4. Чередниченко Г.А. Российская молодежь в системе образования: от уровня к уровню // Вопросы образования. – 2017. – № 3. С. 152-158.
5. Хохолуш М.С. Развитие ценностных ориентаций студентов в процессе самостоятельной работы // Гуманитарные научные исследования. – 2015. – № 5. – С. 1-11

УДК 37.035.6

Л.Р. Бахтиева, И.А. Зосименко

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПАТРИОТИЗМА

Аннотация. В данной статье говорится о патриотизме в разные эпохи, и что он представляет из себя. Как прививается молодежи и перспективы на будущее.

Ключевые слова. Патриотизм, патриотическое воспитание, молодежь и патриотизм, молодежные общественные объединения, задачи молодежной политики.

Проблема патриотического воспитания молодежи всегда занимала значительное место в трудах и выступлениях отечественных ученых, мыслителей, общественных деятелей.

Патриотизм, как социальный феномен, в разные времена интерпретировался по-разному, в зависимости от политического строя, субъективных представлений ученых. В настоящее время нет единого, общепринятого определения патриотизма. На основаниях, сложившихся

в российском обществе и науке представлений, патриотизм можно понимать как общественную и индивидуальную ценность, содержанием которой является любовь к своей Родине, народу, культуре и традициям своей страны и, которая проявляется в стремлении и готовности действовать во имя ее благополучия, а при необходимости выступить на защиту своего Отечества. [1, с.17]

К числу основных качеств, характеризующих причастность человека к патриотизму можно отнести: во-первых, любовь к своей Родине; во-вторых, уважение к ее символам, традициям, обычаям. Знание исторических истоков; в-третьих, наличие активной гражданской позиции, готовность отстаивать интересы своей Родины, действовать во имя сохранения и развития ее благополучия.

Стоит отметить, что в научной литературе имеется немало работ, посвященных патриотизму и патриотическому воспитанию: Афанасьев И.А., Дьяченко А.Н., Кузнецов В.Н., Тихонова С.В. и др. Социокультурное и аксиологическое содержание патриотизма анализируют П.А, Агошков А, Барков Ф.А., Иванова С.Ю., Калинин Б.А., Сериков А.В., Червяков А.А., Черноус В.В.

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. Другая часть ориентируется на политические партии, имеет самостоятельный статус [2, с.66].

В Ульяновской области в 2011 году был сформирован Центр патриотического воспитания населения Ульяновской области. Исследование, проведенное нами в г. Ульяновске в 2017 году «Отношение молодежи к службе в армии» позволило получить следующие результаты. Мы определили, в каких мероприятиях по военно-патриотическому воспитанию принимает участие молодежь от 16 до 27 лет г. Ульяновска.

Мы выяснили, что наиболее распространенным видом военно-патриотического воспитания являются беседы, лекции (44%) проводимые (в школах, колледжах); участие в патриотических праздничных мероприятиях (День победы, 37%); проведение уроков мужества, встречи с ветеранами, представителями центра патриотического воспитания (29%).

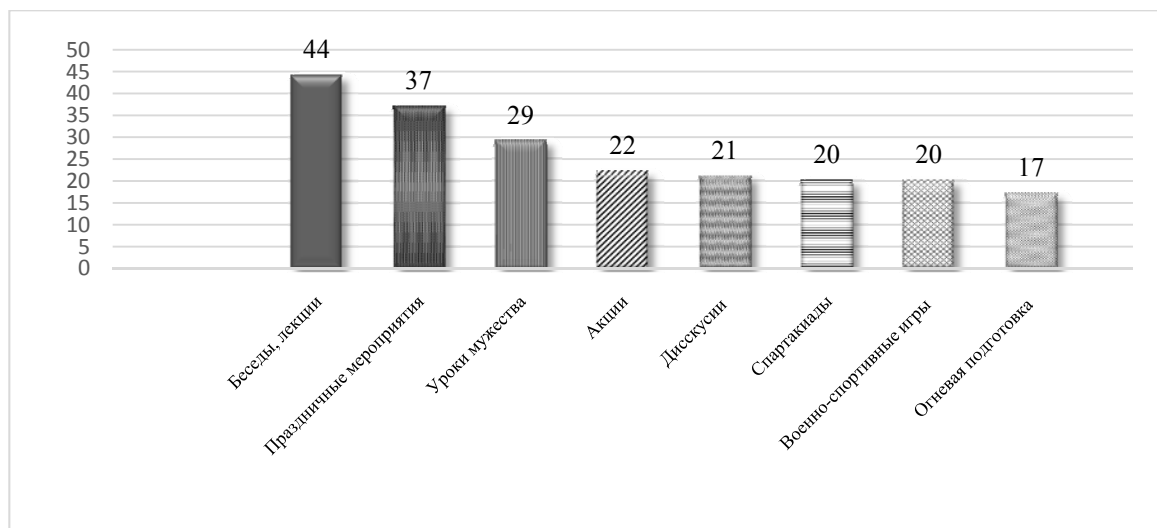


Рисунок 1. Участие в мероприятиях организованных Центром патриотического воспитания (в % от числа опрошенных; n=500)

Патриотического воспитание, осуществляемое различными молодежными организациями, в качестве основной цели имеет формирование патриота – защитника Отечества.

Одной из главных задач молодежной политики, согласно концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., является гражданское образование и патриотическое воспитание молодежи, содействие формированию правовых, культурных и нравственных ценностей среди молодежи. В числе основных путей решения этих задач стоит особо отметить такие, как популяризация с использованием программ общественных объединений и социальной рекламы общественных ценностей, например, здоровье, труд, семья, толерантность, права человека, патриотизм, служение отечеству, ответственность, активная жизненная и гражданская позиция, поддержка программ формирования единой российской гражданской нации [3].

Итак, общественные объединения играют очень весомую роль в развитии и воспитания патриотизма у молодежи.

Список литературы

1.Афанасьев, И.А. Контуры российской патриотической идеологии: к проблеме конструирования / И.А. Афанасьев, С.В. Тихонова // Власть. – 2007. № 1.-17с.

2. Барков, Ф.А. Патриотическое сознание / Ф.А. Барков, А.В. Сериков, В.В. Черноус // Гуманитарий Юга России. 2013. № 2.- С. 58–76.

3. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы»: утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2015 г. №1493 [Электронный ресурс] // URL : <http://m.government.ru/docs/21341/>. – Дата обращения 03.06.2018.

Д.Ю. Будылёв

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации
имени Главного маршала авиации Б.П. Бугаева)

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЖИЗНИ, СПОСОБСТВУЮЩЕГО УКРЕПЛЕНИЮ ЗДОРОВЬЯ РАБОТНИКОВ, КАК ФАКТОР СОХРАНЕНИЯ ТРУДОВОГО ДОЛГОЛЕТИЯ

Аннотация. Одним из ключевых направлений в области охраны здоровья и продвижения здорового образа жизни является работа с молодежью. Многие организации ставят перед собой задачу оздоровления работников и воспитания у них осознанного и ответственного отношения к своему здоровью.

Ключевые слова. Здоровый образ жизни; трудовое долголетие; работа с молодежью.

В настоящее время остро возросла проблема поддержания здорового образа жизни. Это связано, прежде всего, с возрастанием и качественным изменением нагрузок на организм человека. Технологии не стоят на месте, год за годом происходит модификация технологических процессов, улучшение условий труда. Но остаются работы, на которых человек вынужден находиться в неудобной позе, переносить тяжелые грузы, подвергаться большой физической нагрузке. По оценке Всемирной Организации Здравоохранения, здоровье людей больше чем на половину зависит именно от образа жизни.

Одним из ключевых направлений в области охраны здоровья и продвижения здорового образа жизни является работа с молодежью. Ведь именно молодые специалисты во многом являются ориентиром развития и укрепления не только той организации, в которой они трудятся, но страны в целом. Стоит отметить, что в современных реалиях, когда прослеживается всемирная тенденция увеличения пенсионного возраста, данная политика способствует сохранению трудового долголетия и повышению продолжительности жизни.

Формирование образа жизни, способствующего укреплению здоровья работника, происходит путем следующих групп мероприятий:

1. Социальные. В эту группу входят мероприятия, нацеленные на популяризацию здорового образа жизни посредством осуществления пропаганды и информационно-просветительской работы;

2. Инфраструктурные. Представляют собой необходимые для реализации потребности в сохранении здоровья такие условия как, наличие свободного времени, материальных ресурсов и др.;

3. Формирование социальной политики организации, в которой трудится работник, целого направления ориентированного на продвижение здорового образа жизни.

Многие организации ставят перед собой задачу оздоровления работников и воспитания у них осознанного и ответственного отношения к своему здоровью. Залог успешной, эффективной деятельности организации заключается в большей степени от состояния здоровья работников.

Социальная политика многих передовых организаций предусматривает формирование и развитие у своих сотрудников следующих основных элементов здорового образа жизни:

- рационализация режимов труда и отдыха;
- искоренение вредных привычек;
- оптимальный двигательный режим;
- соблюдение питьевого режима;
- рациональное питание и др.

Развитие представленных элементов осуществляется, прежде всего, комплексом первоочередных мероприятий составляющих основу поддержания и укрепления здоровья работников. В эту систему входят:

- проведение предварительных и периодических медицинских осмотров;
- обеспечение средствами индивидуальной и коллективной защиты;
- обеспечение работников чистой питьевой водой;
- проведение вакцинации;
- иные мероприятия, проводимые в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

Помимо направлений, предусмотренных законодательством Российской Федерации, ориентированных на поддержание и укрепление здоровья работников, организациями с выраженной социальной направленностью, ежегодно выделяются денежные средства для организации культурно-массовой и спортивно-оздоровительной работы. Примерами таких мероприятий являются проведение спартакиад, семейных спортивных соревнований и конкурсов. Так же существуют компании, которые проводят масштабную работу по реализации спортивных программ в области профессионального и массового спорта, Олимпийского движения и корпоративных оздоровительных программ.

Безусловно, одним из важнейших ориентиров формирования здорового образа жизни является работа с молодежью. Она направлена на профессионально-трудовое развитие молодых сотрудников, гарантию им социальной поддержки, творческую и спортивную самореализацию. Молодежная политика способствует развитию

толерантности и гражданской позиции, корпоративного патриотизма и солидарности.

Ресурсом любого современного предприятия, несомненно, являются высококвалифицированные специалисты и работники, ведущие здоровый образ жизни. Экономический эффект от использования таких сотрудников заключается, прежде всего, в увеличении производительности труда, в качественном выполнении ими своих должностных обязанностей, снижении времени нахождения на больничном и т.д. Всё это способствует стабильному функционированию организации. Кроме того, ведение здорового образа жизни будет способствовать сохранению здоровья самих работников, что в будущем скажется на качестве их жизни, при условии стабильной экономической и социальной ситуации в стране.

Список литературы

1. Основы здорового образа жизни : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Е. Н. Назарова, Ю. Д. Жиров. – 3-е изд., испр. – М. : Издательский центр «Академия», 2013. – 256 с.

2. Пискунов В.А. Здоровый образ жизни [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Пискунов, М.Р. Максинаева, Л.П. Тупицына. — Электрон. текстовые данные. — М. : Прометей, 2012. — 86 с. — 978-5-7042-2355-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18568.html>

3. Всемирная организация здравоохранения Здоровье работающих: глобальный план действий на 2008-2017 гг.. - WNA60.26 изд. 2007. - 12 с.

УДК 339. 138

Е. В. Васильева

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ЭФФЕКТЫ

Аннотация. В статье рассматривается влияние коммерческой рекламы на жизнь молодежи, ее формы и способы, а также психологические и коммуникативные эффекты. Рассматривается исследование. В котором выясняется насколько привлекает коммерческая реклама молодежь и в каких формах.

Ключевые слова. Влияние коммерческой рекламы на молодежь, молодежь и коммерческая реклама, отношение молодежи к коммерческой рекламе, психологические и коммуникативные эффекты влияния рекламы на молодежь.

В последние годы, на наш взгляд, особую роль приобретает влияние коммерческой рекламы на личность молодежи. Действительно в период компьютеризации и активного развития средств массовой информации, реклама занимает особое место в жизни каждого, в особенности молодежи. Т.к. реклама всплывает даже при просмотре одного ролика в Интернете, в гаджетах, а частыми пользователями является молодежь. Сильной стороной этого является то, что молодежь просматривает ролик практически полностью и осведомляется о товаре, возможно интересуется им. Но в тоже время есть и минус такой частой рекламы, ведь как тип коммуникации она, предназначена для убеждения, активно использует психологические эффекты воздействия. Такой метод зовет, увещевает, играет на чувствах и эмоциях молодежи, заставляя их приобретать товар, чтобы стать «лучше», что без него они не смогут выделиться и стать лучше других. И такой частый просмотр рекламы может сказаться негативно на психике молодых людей [1].

Объектом исследования является: отношение молодежи к коммерческой рекламе. А предметом - влияние коммерческой рекламы на спрос молодежи.

Цель данной статьи заключается в рассмотрении влияния коммерческой рекламы в жизни молодежи, ее психологических и коммуникативных эффектов. Влияние коммерческой рекламы на молодежь осуществляется через прямое побуждение к покупке и косвенно - путем влияния на жизненные ценности и стиль жизни. Через прямое побуждение производится актуализация существующих потребностей и формирование новых.

Чтобы понять особенности отношения молодежи к коммерческой рекламе рассмотрено исследование временного периода: с 2001 по 2016 год. «Коммерческая реклама в жизни молодежи», с целью определения степени влияния коммерческой рекламы на молодежь с использованием эмпирического метода - анкетирование.

Для достижения вышеуказанной цели, мы рассмотрели исследования прошлых лет, в которых проводилось исследование территориально в г. Ульяновске и в г. Казани.(республиканская столица и крупный областной центр). Из которых можно выявить следующие: большинство ответов респондентов Ульяновска и Казани были относительно одинаковыми. Однако, различия все-таки есть. Например, в в Ульяновске примерно 40% считают, что реклама оказывает на них влияние, другие 40% опровергают это, а еще 20% затрудняются ответить. В Казани же большинство опрошенных – 75% согласны с тем, что реклама оказывает большое влияние на их выбор товаров и услуг, 10 % не согласны и 15% затруднились ответить. Следует, что покупательская способность в г. Казани выше, чем в г. Ульяновске и причиной может являться разница среднедушевого дохода населения двух регионов.[2]

В Ульяновске из форм рекламы, которые наиболее привлекают молодежь, самыми популярными были «объявление о товаре в печати, на радио, телевидении, Интернете», «плакат, афиша с качественным снимком товара» и «мнение обычных людей». В Казани студенты выбрали «мнение о товаре известных людей», «специальный розыгрыш, лотерея» и «Компьютерная графика с изображением полезных свойств и сам Интернет». Предполагаем, что респонденты г. Казань часто посещают крупные торговые центры, спортивные манежи и другие крупные учреждения, на территории которых проходят различные акции и используются технические средства. Территория и количество населения г. Казань вдвое больше, это отражается на большем количестве крупных массовых точек для досуга населения г. Казань [2].

На вопрос «Приобретаешь ли ты товары, в которых не нуждаешься, но которые заинтересовали тебя рекламой?», только 15% студентов из Ульяновска ответили положительно, 40% - отрицательно и респондентов 45% - затруднились ответить. На этот же вопрос в Казани 50% опрошенных ответили положительно, 35% - отрицательно и 15% опрошенных студентов затруднились ответить на вопрос. Можно предположить, что большая часть студентов г. Казань имеют больше представления о коммерческой рекламе и воспринимают ее положительно.

По итогам проведения анкетирования можно сделать следующие выводы: 1) Большинство молодых людей воспринимают рекламу как способ воздействия на сознание потребителя и не всегда обращают внимание на рекламу. 2) Студенты интересуются больше теми товарами, которые сами потребляют (продукты питания, одежда, гаджеты и т.д.) 3) В целом молодежь относится к рекламе неравнодушно. Наиболее влияющими на них считают рекламные акции на улицах и в торговых центрах, Интернет-реклама. Почтово-адресная рассылка вызывает лишь раздражение. 4) В г. Ульяновске молодежь привлекают более простые формы рекламы (телевидение, радио, баннеры и Интернет). А г. Казань Молодежь обращает внимание на новые, менее привычные формы рекламы (компьютерная графика с изображением полезных свойств, Интернет). 5) Опрошенные считают, что реклама преподносится намного ярче, чем сам товар. И тем самым заставляет делать ненужные покупки.

6) В Казани 50% опрошенных согласны с тем, что реклама заставляет их приобретать ненужные товары и услуги, в Ульяновске лишь 15% респондентов согласились с этим. В небольших городах реклама оказывает меньше влияния, чем в крупных. Скорее всего данный факт связан с тем, что в крупных городах реклама развита больше [2].

Можно сделать вывод, что коммерческая реклама оказывает влияние на молодежь при выборе товаров и услуг. Но по-разному на население городов, это зависит от многих факторов финансовая составляющая и

развитие самого города, так и населения в нем. Но тем не менее с каждым годом обновляются способы и прибавляются рекламные методики рекламирования товаров. И даже в небольшие города идет внедрение новинок рекламы, только медленнее. А с развитием рекламы в Интернете, ее все больше стало в социальных сетях, в месте проведения молодежи. Но не до конца ушли на задний план традиционные методы рекламирования: рекламные щиты, телевидение, радио и брошюры.

Итак, мы рассмотрели влияние коммерческой рекламы в жизни молодежи, ее психологические и коммуникативные эффекты. Коммерческая реклама зачастую помогает определиться с выбором продукта, влияя психологически и взаимодействуя с потребителем через различные каналы коммуникации. Зачастую встречается недобросовестное применение этих эффектов, поэтому стоит иметь критическое мышление, которое поможет дать оценку тому, что хорошо, а что плохо.

Список литературы

1. Вылегжанин Д. А. Теория и практика публик рилейшнз / Д.А. Вылегжанин. - М.: Флинта, МПСИ, 2013. - 376 с.
2. Кондратьева И. Г. Исследование воздействия рекламы на процесс социальной идентификации подростков и молодежи (региональный аспект) / И. Г. Кондратьева // Вестник Тамбовского университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2012. – Вып. 5 (109). – С. 281–285.
3. Толмачева, С. В. Реклама глазами молодежи / С. В. Толмачева, Л. Генин // Социол. ис- след. – 2007. – № 4. – С. 56–61.

УДК374.32

Е.Е. Гасило

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ХАРАКТЕР ИНФОРМАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Важнейший фактором на сегодня является развитие информационных технологий, потребителями которой чаще является молодежь. В статье характеризуется информационная активность молодежи, посредством исследования.

Ключевые слова. Информационная активность молодежи, соц. сети и молодежь.

Современное общество принято называть информационным. В связи с этим оно может использовать целый комплекс источников для получения необходимой информации.

Актуальность обуславливается тем, что развитие информационных технологий становится сегодня важнейшим фактором в жизни общества. Их широкое распространение преобразует общественную жизнь и приводит к революционным сдвигам в экономической, социальной, культурной и других сферах.

Проблема заключается в следующем: с одной стороны, в условиях перехода к информационному обществу и большого наличия источников информации все больше возрастает запрос на быстрые, достоверные и качественные знания; с другой стороны, различный уровень экономического развития регионов, доходов населения, уровень развития человеческого капитала порождают новый вид социально-экономического расслоения – информационное неравенство. Однако мы сконцентрируем свое внимание именно на молодежи.

Цель нашей работы — охарактеризовать информационную активность молодежи.

Характер информационной активности – деятельность, способствующая информационному взаимодействию; качественная характеристика жизнедеятельности человека в области получения, передачи, хранения и использования.

На сегодняшний день многие исследователи отмечают недостаточное количество исследований об информационной активности молодежи. Однако этот вопрос остается актуальным. Так в 2016 году Высшая школа экономики проводила исследование «Информационное общество в Российской Федерации». Результаты показали, что 97,1% молодежи в возрасте от 15 до 34 лет использует Интернет, 93,5% — в том числе в течение последних трех месяцев. [1, с. 64] Преобладающая часть молодежи выходит в сеть каждый день (84,7%) [1, с. 67].

В апреле 2013 года в Краснодаре Евгением Куликовым и Илоной Лемешко было проведено исследование, посвященное анализу восприятия проблемы информационного неравенства студентами Краснодара (выборка — 830 человек). Были выявлены сферы, в которых студенты имеют трудности с получением информации. Ими стали информационное предпринимательство (80,2% указаний на неравенство возможностей), получение более качественного образования на основе информационных технологий (73,5%), применение информационно-коммуникационных систем (56,7%) [2, с. 87].

Для определения характера информационной активности молодежи нами было проведено исследование по Ульяновской области (выборка составила 1050 человек). В ходе исследования применялись показатели: предпочтения в источниках информации, предпочтения в

Интернет-источниках, ежедневная активность Интернет-коммуникаций, препятствия в получении информации. Получены следующие результаты.

Молодежь в возрасте от 18 до 35 лет в качестве основного источника информации предпочитает Интернет (77%). Это связано с тем, что выросшее в эпоху господства технологий поколение привыкло полагаться на электронные источники информации. На втором месте — государственные каналы и журналы, газеты (по 37%). Третью позицию публичные библиотеки (см. рис. 1). Нельзя не отметить, что это соответствует средним показателям по всему населению Ульяновской области.



Рис. 2. Предпочтения молодежи в источниках информации (в % от числа опрошенных, n = 1050)

Что касается Интернет-источников, то наиболее предпочтительным ответом у молодежи стали «Социальные сети» (76%). Это обусловлено тем, что молодежь большую часть времени, проводимого в Интернете, уделяет именно социальным сетям. Данная платформа не только предоставляет возможность для дистанционного общения, но по средством сообществ с различными тематики обеспечивает пользователей необходимой информацией. Это не только экономит время на поиск, но учитывает стиль подачи контента (см. табл. 1). Отдельное внимание можно уделить такому варианту ответа, как «YouTube каналы» (56%). Несмотря на то что, YouTube – это особого рода социальная сеть, она выделяется из всего ряда («ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Instagram» и др.) благодаря иной форме подачи материала – видео-формат, такой формат нравится молодежи.

Табл. 1 — Предпочтения в Интернет-источниках (в% от числа опрошенных, n = 1050)

Социальные сети	76
Информационные порталы	38
YouTube каналы	56
Официальные	42
Другое	6
Никакие	1

Примечание: ответы на вопрос предполагали многовариантность, поэтому сумма ответов превышает 100%.

Нельзя не отметить тот факт, что подобное ранжирование результатов наблюдается и в другие возрастных категориях (36-55 и 56+ лет), что говорит о сформированном общественном мнении относительно предпочитаемых источников информации.

Перейдем к такому показателю, как ежедневная активность Интернет-коммуникаций. Исследование показало, что молодежь проводит в Интернете от 4 до 10 часов (34%). Это неудивительно, нынешнее поколение буквально не расстается с гаджетами и большую часть времени «сидит» в Сети. По 24% молодежи тратит на всемирную паутину 2-4 часа и более 10 часов. И только 18% — до 2 часов.

Главные препятствия в получении информации — это малое количество достоверной (48%) и отсутствие нужной (24%) информации. Это обусловлено тем, что молодежь — это в основном студенты и аспиранты, большую долю времени которых занимает учеба. А во время написания рефератов, курсовых работ, дипломов, диссертаций они сталкиваются именно с этими проблемами.

Таким образом, молодежь проявляет высокую информационную активность, использует различные источники информации. На их выбор в первую очередь влияют условия, в которых молодое поколение выросло.

Список литературы

1. Информационное общество в Российской Федерации: статистический сборник / К. Э. Лайкам, Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, О. Ю. Дудорова и др.; Росстат, Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2017. — 328 с.

2. Куликов Е.М., Лемешко И.Г., Информационное неравенство в современной России как социальная проблема / Е.М. Куликов, И.Г. Лемешко // Вестник Краснодарского университета МВД России. — 2014. — №1 (23) — с. 87.

УДК 316

Е.П. Галкина, С.В. Крымова

(Ульяновск, ФГБОУВО «Ульяновский государственный университет»)

ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ РОДИТЕЛЬСКИХ УСТАНОВОК У МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В данной статье представлены факторы формирования родительских установок личности на этапе вхождения во взрослость. Проанализировано влияние родительской семьи на формирование

родительских установок. Выявлены гендерные различия по отношению к родительству.

Ключевые слова. Родительство, родительские установки, студенческая молодежь, семейные ценности, гендерные различия.

Институт семьи в современном обществе изменяется под действием различных процессов, брак, родство и родительство как основные компоненты института семьи активно трансформируются.

Родительство играет важную роль в жизни каждого из нас. Воспитание родительского отношения закладывается в родительской семье, где прослеживаются установки к развитию личности. Огромное значение для успешного воспитания детей имеет целостность семьи, которая обеспечивает атмосферу внутрисемейных отношений и увеличивает воздействие на ребёнка при воспитании. Кроме того, присутствие обоих родителей создаёт необходимые условия для нормального гендерного развития. Несомненно, что одной из важнейших функций семьи является привитие ценностного отношения к родительству [1].

Происхождение родительской позиции обуславливается социальными факторами, которые можно разделить на макро-факторы и мезо-факторы. Макро-факторы - социокультурное развитие общества, мораль, нравственность, традиции и нормы, особенности воспитания детей, уровень развития институтов социализации. Мезо-факторы - опыт родительской любви, который приобретается при взаимодействии ребенка с родителями, супружеские отношения и брак, удовлетворенности ими, образование родителя, его профессия [2].

Семейные факторы являются определяющими в развитии личности. Опыт собственных взаимоотношений детей с родителями в будущем становится определяющим при построении взаимоотношений с собственным ребенком. Уже повзрослевший ребенок выбирает для себя родительскую модель поведения, в которой сможет компенсировать стороны родительского отношения.

Давление репродуктивных норм является весомым, они оказывают влияние в системе мер ощущения счастья личностью и ее социального престижа. Репродуктивные нормы оказывают оценочное влияние, являясь образцом поведения, который составляется из результатов многих других семей [4].

Общество оказывает влияние и определяет образцы родительства, которые видоизменяются под действием личностей супругов и их системы ценностей, мотиваций и опыта родительской семьи.

В современном российском обществе происходит смена традиционной парадигмы родительства, к основным факторам этого изменения относятся автономия личности и индивидуализация

родительских отношений. Институт родительства имеет следующие особенности: преобразуется в новые модели; меняется структура семей с детьми; молодежь стремится выстраивать партнерские отношения, уделяют внимание самореализации, карьерному росту; родительство откладывается на более взрослый возраст [3].

Современная молодежь рассматривает родительство и воспитание детей как значимую семейную ценность, в приоритете у супругов находится профессиональная и социальная активность. Существует тенденция к недооценке трудностей переходных периодов жизненного цикла семьи, а также идеализация семейной жизни [2].

В связи с вышесказанным изучение отношения будущих родителей к институту родительства актуально и не вызывает сомнения. С целью выявления особенностей отношения студенческой молодежи к институту родительства, кафедрой психологии и педагогики Ульяновского государственного университета в марте 2018 года было проведено социологическое исследование «Репродуктивное поведение молодежи г.Ульяновска». Было опрошено более 100 молодых семей.

В результате опроса было установлено, что представления респондентов о ролях матери и отца достаточно определены. Молодые люди, в основном, считают, что отец - это добытчик и кормилец. Девушки, в отличие от парней, четко представляют себе, что именно они исполняют роль добытчика. Об этом говорит и самоидентификация девушек в качестве исполнителей профессии, и уравнение по важности семьи и работы.

Большинство молодых людей считает, что роль наказательной силы сохраняется за отцом, так же он выступает воспитателем и другом для ребёнка. Отец продолжает быть олицетворением наказательной силы, девушки это подтверждают. Для мам важнее уход за ребенком и поддержание с ним связи.

Опрос молодых людей показал, что многие из бытовых обязанностей они выполняют наравне с женщинами. Это связано с тем, что женщины много работают и не могут единолично следить за порядком домашнего хозяйства. Тем не менее, девушкам всё ещё близка роль хозяйки, они её поддерживают.

При обобщении результатов социологического исследования были обнаружены причины изменения роли отца в современной семье: женщины пытаются добиться полного уравнения прав с мужчинами. Так же женщины выполняют социальные функции мужчин, поэтому часть женских обязанностей по воспитанию, уходу за детьми и доля домашних дел перешла к мужчинам.

Изменение роли отца сказывается также на воспитании детей, на семейном климате, на благополучии семьи в целом. Как социальный фактор институт отцовства в современном мире не ослабевает, а укрепляется за счёт освоения новых функций, которые раньше входили

исключительно в обязанности матерей. Происходит формирование нового типа отца - заботливого, нежного, любящего, который принимает участие в воспитании ребёнка с момента его рождения и зарабатывает деньги.

Таким образом, рассмотрение феномена родительства в контексте общественной жизни показывает, что новое время принесло с собой значительные перемены в ценностных ориентациях. В России происходит трансформация феномена отцовства и образа мужчины в семье. Мужчине приходится выполнять те функции, которые традиционно выполняли только женщины. Это связано с выполнением женщинами части социальных функций мужчин и возрастанием её роли в современном обществе.

Список литературы

1. Исаков А.В. Аксиологический статус родительства в современном российском обществе / А.В. Исаков. // Учёные записки ЗабГУ. - 2015. - №4. – С. 12-16.
2. Карабанова О.А. Семейные факторы в формировании родительских установок у студенческой молодежи на этапе вхождения во взрослость / О.А. Карабанова, С.В. Молчанов. // Национальный психологический журнал. - 2017. - №2. – С. 92-95.
3. Миронова Ю.Г. Представления о родительстве в структуре матримониального поведения современной студенческой молодежи / Ю.Г. Миронова, Н.А. Тырнова. // Общество: социология, психология, педагогика. - 2017. - №10. – С. 74-82.
4. Сеппенен Ю.В. Формирование осознанного родительства в молодой семье / Ю.В. Сеппенен. // Скиф. – 2017. - №11. – С. 2-5.

УДК159.9

А. М. Добрынина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ МОЛОДЁЖИ: ФАКТОРЫ И ПРОЯВЛЕНИЯ

Аннотация. Выявляется связь социального самочувствия различными формами неравенства среди молодёжи, для этого выявляются различные факторы и проявления дифференциации в данной возрастной группе населения

Ключевые слова. Социальное самочувствие молодежи, настроение групп, улучшение социального самочувствия.

Социальное самочувствие - эмоциональный аспект оценки представителями социальной группы своего общественного положения, уровня удовлетворения социально-экономических и духовных потребностей, интересов.

Актуальность данной работы в том, что молодёжь нашей страны не однородна. Она имеет разное образование, доход, доступ к информации и т. д., и для того, чтобы узнать удовлетворены ли люди своим положением в обществе и нуждаются ли они в переменах.

Цель: выявить связь социального самочувствия различными формами неравенства среди молодёжи, для этого нам придётся в ходе работы выявить различные факторы и проявления дифференциации в данной возрастной группе населения.

В социальном самочувствии выражается общая тональность общественных настроений группы (экономического, политического, идеологического, национального). Оно формируется в процессе социального сравнения, сопоставления социального вознаграждения, возможностей для удовлетворения своих потребностей, реализации интересов с аналогичными возможностями (условиями) других людей. Важнейшая роль в процессе сравнения принадлежит групповым представлениям о справедливом распределении приоритетов социального вознаграждения, складывающимся под влиянием господствующих в общественной идеологии оценок социального статуса. Социальное самочувствие непосредственно проявляется в характере отношения представителей социальных групп к «своей» и «чужим» группам, а также в направленности и интенсивности их социальных перемещений.

Современная молодёжь имеет отличные от старших поколений ценности, навыки и способности. Исходя из этого, социальное положение данной группы населения будет отличаться в различных факторах и проявлениях. Проанализируем результаты проведенного нами исследования. В показателе удовлетворённость своим социальным статусом большинство молодёжи (67%) ответили, что их устраивает их положение в обществе, это значит, что не чувствуют острой нужды в материальном и духовном плане. Также молодёжь имеет высокий уровень компьютерной грамотности. Показатель «уровень жизни семьи», интересен тем, что эта группа составляет большинство по высокому семейному достатку на одного человека (22%), тогда как у людей среднего возраста на одного члена семьи приходится от 35 тыс. рублей (3%), а у пенсионеров (8%). Это объясняется тем, что 1) молодёжь не отделила свой доход от родительского бюджета, 2) либо более конкурента благодаря своим навыкам и знаниям, которые они усваивают быстрее и амбициознее, что делает их более конкурентоспособными на рынке. Сравнивая данный показатель с Ростовским исследованием 2013 г. на тему социального

самочувствия и неравенства можно увидеть схожую тенденцию к апатии и безынициативность у людей с низким уровнем дохода [2].

Стоит отметить, что наиболее низкий доход приходится на одного человека среди студентов IT-направления и технических специальностей. Это объясняется тем, что большинство студентов данных направлений поступали на бюджет и выбрали свою специальность исходя из материальных возможностей семьи, поэтому выбрали специальность, где больше бюджетных мест и ниже проходной балл, тогда как студенты других направлений являются из более обеспеченных семей, так как там превалирует обучение на платной основе. Плюс не все студенты могут работать в свободное от учёбы время.

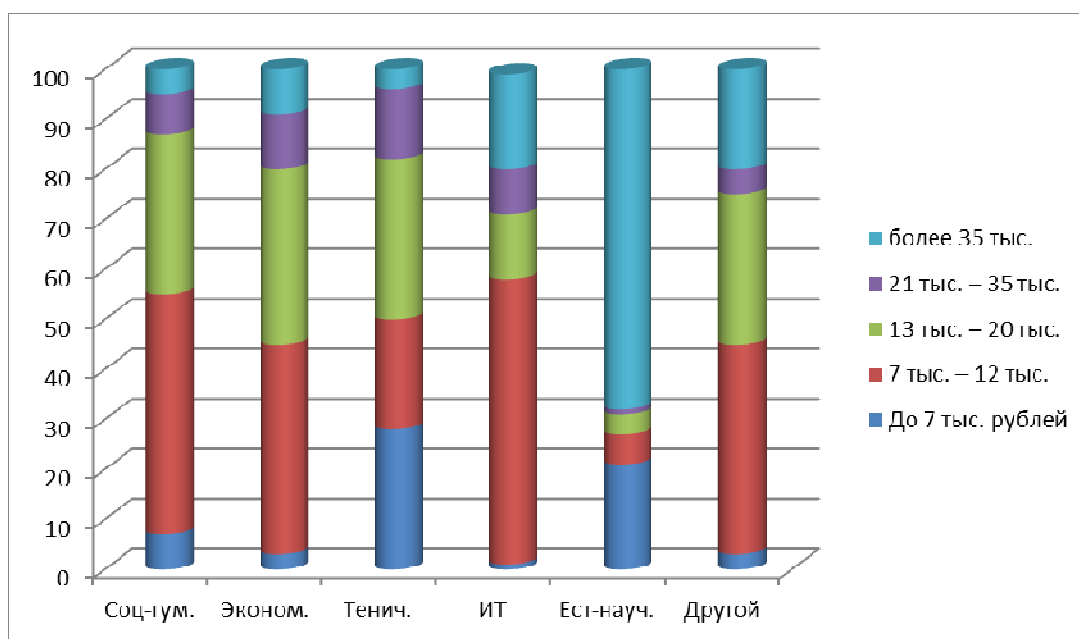


Рисунок 1. Уровень жизни семьи молодых людей (в%)

Исходя из выявленных показателей «достижения за последние 5 лет» и «развитие в профессии за последние 5 лет», можно сделать вывод о том, молодёжь заботится в первую о своём образовании (35%) и жилищно-материальных условиях (34%), также 43% опрошенных среди данной социальной группы занимается самообразованием для карьерного роста.

Рассмотрев показатель «тип поведения в условиях экономического кризиса» мы обнаружили, что молодёжь наиболее инициативная возрастная группа (24%), как и студенты среди должностных групп (32%). Это говорит о том, что наша молодёжь готова продвигать не только себя, но и экономическое состояние нашей страны в целом.

Таким образом, уровень образования и инициативность молодых людей наиболее активно влияет на улучшение их социального самочувствия. Молодёжь является наиболее инициативной социальной

группой, стремящейся к улучшению своего материального положения и повышению уровня знаний и навыков в различных областях.

Список литературы

1. Академик [Электронный ресурс].—

URL:https://sociological_guide.academic.ru/166/%D0%A1%D0%BE%D1%86

2. Волков Ю.Г. Социальное самочувствие и социальное неравенство среди российской молодежи / Волков Ю.Г. // Гуманитарий Юг России. – 2013. – С. 12-32.

УДК 332.14

Д.Т. Замалеева, И.Г. Гоношилина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РОЛЬ МОЛОДЕЖИ В РАЗВИТИИ И ОБНОВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Аннотация. В данной статье говорится о месте туризма в России, рассматривается роль молодежи в процессе обновления и развития сферы туристических услуг. А также приводится статистика посещаемых стран нашими туристами.

Ключевые слова. Туризм в России, молодежь и туризм, продвижение туристического продукта, туристический бизнес, реклама в сфере туризма, туризм.

Актуальность избранной нами темы обосновывается тем, что туризм в России на данном этапе является развивающейся отраслью экономики и в настоящее время сфера услуг и туристическая инфраструктура проходят период обновления. А молодежь со свежим взглядом и креативным мышлением может помочь в данном процессе, создавая и продвигая рекламные сообщения на рынке туристических услуг.

Целью данной статьи является выявление роли молодежи в процессе обновления и развития сферы туристических услуг.

В самых живописных и востребованных туристами регионах России созданы и создаются туристические зоны, которые предполагают благоприятные условия для организации туристского бизнеса. На территории какой страны можно найти арктические пустыни, тундру, тайгу, лесостепи и степи, полупустыни и вулканы? Конечно же, на территории России. Уникальные озера, самые длинные реки и высочайшие вершины Европы, самые высокие действующие вулканы в

мире, морские и горнолыжные курорты, целебные минеральные источники, затерянные в лесах старинные городки, необозримые лесные просторы влекут сюда туристов со всех уголков мира. В России для каждого может найтись место и климат по вкусу. Но как привлечь россиян к отдыху в собственной стране?

Ведь не стоит забывать и о зарубежном отдыхе. Многие жители страны не изменяют излюбленным курортам Турции, Египта, Греции и многих других стран. А многие не боятся посещать каждый раз новые для себя места. Но есть и такие курорты, которые российские туристы не решаются посещать из-за неизвестности и новизны места. Как же бороться с такой проблемой?

Но молодёжь, использовав своё креативное мышление, сможет продвинуть любой продукт на туристическом рынке. Молодое поколение как «будущее нации» во все времена представляло собой особую ценность для общества. Оно занимает важное место в социальных отношениях, производстве материальных и духовных благ [1].

В наше время университеты готовят хороших молодых специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью. Их база знаний позволяет понять, что меры стимулирования планируются на основе общей стратегии маркетинга и выбора наиболее эффективных средств продвижения. Как и рекламная деятельность, мероприятия стимулирования сбыта проводятся в календарные сроки. Для этого разрабатывается медиаплан. Этими сроками, как в национальном, так и в международном туризме могут быть периоды активной продажи туристических поездок на следующий год, сроки, совпадающие с крупными туристскими событиями. Стимулирующие меры связаны с определенными расходами, и поэтому их реализация требует составления плана распределения бюджета.

Немаловажная роль в продвижении туристического продукта отводится стимулированию потребителей. Среди основных задач стимулирования потребителей молодой специалист может выделить такие, как: поощрение более интенсивного потребления предлагаемых туров или отдельных услуг, побуждение туристов к приобретению услуг, которыми они ранее не пользовались, привлечение внимания к туристскому предложению тех, кто пользуется услугами конкурентов [2].

Наряду с реализацией мероприятий стимулирования сбыта должна постоянно проводиться оценка их эффективности. Для этого используются методы опроса туристов, как закрытые, например, анкетирование, так и открытые, например, глубинное интервью или фокус-группа. Это помогает молодым специалистам выявить существующие проблемы и в будущем постараться их устранить для повышения эффективности рекламы, которая повлечет за собой повышение сбыта туристической услуги.

Но для реализации мероприятий требуется бюджет. Именно поэтому для целенаправленного и эффективного использования денежных средств необходимо планировать их распределение по основным статьям расходов, которыми являются: функции рекламной работы (оплата рекламоносителей, изготовление рекламных обращений, административные расходы, резерв), каналы продвижения и рекламоносители, направления и маршруты туров, виды туризма, периоды рекламных кампаний.

Немаловажным условием продвижения туристского продукта является подходящий выбор каналов распространения. Молодые специалисты, работающие в туристическом бизнесе должны анализировать не только виды каналов, но и эффективность их работы. Чтобы реклама достигла своей цели, нужно подобрать такие способы ее распространения, которые, с одной стороны, позволили бы охватить самый широкий круг реальных и потенциальных клиентов туристического агентства, а с другой — не повлияли бы на повышение цены на предлагаемые туристические услуги [3]. Обращаясь к результатам авторского исследования «Эффективные способы распространения рекламы в сфере туризма», было выявлено, что несомненно самым эффективным каналом коммуникации по мнению респондентов является Интернет, завоевавший аж 89% всех ответов. Новые технологии не стоят на месте и этот канал уже довольно хорошо освоен молодёжью от 18 до 29 лет, более старшим поколением от 30 до 40 лет и только недавно вошёл в жизнь людей старше 40 лет, но всё же уже является самым эффективным из всех.

Ярким примером молодого специалиста по рекламе в туристическом бизнесе для меня является Каюмова Лейсян, руководитель офиса турагентства «География» в городе Ульяновске. «География» работает на рынке уже свыше 10 лет и за это время зарекомендовала себя как стабильная, надёжная и успешная компания. [4] Мало только открыть турагентство с известным на всю страну названием, важно поддерживать такой имидж, прикладывая к этому не мало сил и времени. Но большинство отзывов о компании положительные, а это означает, что руководство и сотрудники компании хорошо справляются со своими обязанностями.

Итак, молодые специалисты играют немаловажную роль в развитии туристического бизнеса. Перед покупателем мир туристических услуг постоянно расширяется, что побуждает прислушиваться к рекламным сообщениям, все чаще обращаться за советом к специалистам. Покупатель обычно доверяет рекламе, которая может повлиять на его воображение. Успех сопутствует тем специалистам в сфере туризма, которым удалось найти тонкие и гибкие методы воздействия на ум, чувства и поведение людей через рекламу и рекламные кампании. Механизм психологического воздействия

рекламных сообщений состоит из их способности привлекать внимание, вызывать интерес, провоцировать действие у потенциальных и реальных клиентов. А для выработки этих факторов и плюс оригинальных идей для привлечения потребителей нужны свежие, светлые умы. Именно поэтому молодёжь, молодые специалисты играют достаточно большую роль в туристическом бизнесе.

Список литературы

1. Крутик А. Б., Маркетинг, реклама и сбытовая деятельность в туризме: научно-практический аспект//Современные аспекты экономики. – 2014, № 1.
2. Костенко Д.К., Особенности рекламы в продвижении туризма в России// Реклама и современный мир материалы IV Международной научной конференции. - 2016.
3. Юсупова Р. М., Основные средства распространения рекламы в сфере туризма в современных условиях// НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ В РАЗВИТИИ ТОРГОВЛИ, ЭКОНОМИКИ И КУЛЬТУРЫ, Материалы 10-й Межвузовской студенческой научно-практической конференции. 2013 г. Интернет-ресурс: <https://www.geografour.com/>

УДК 316.022.2

А. В. Клинова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ИНТЕРНЕТ-СМИ КАК ОБЪЕКТ ВНИМАНИЯ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Определяется место Интернет-СМИ среди информационных источников, используемых молодежью, основные области информационных интересов, а также выявляются факторы, которыми могут руководствоваться Интернет-СМИ, чтобы включить молодежь в целевую аудиторию своего ресурса

Ключевые слова. Интернет-СМИ, информационные потребности молодежи, культурные потребности молодежи.

Эпоха глобализации и постоянно возрастающая динамика изменения общества способствовали прорыву в области получения, обработки и хранения информации. Развитие IT-технологий обеспечило формирование новой информационной среды, предполагающей новые формы взаимодействия людей. Интернет стал глобальной площадкой для реализации всевозможных видов деятельности и обмена фактами и

знаниями, что повлекло за собой трансформацию всех традиционных источников информации, в том числе и средства массовой информации (СМИ). Для СМИ появление Интернета принесло возможность мгновенного распространения информации для самой широкой аудитории, в том числе и для молодежи [1, с. 99]. Молодежь наиболее активно пользуется современными технологиями и нуждается в получении разнообразной информации чуть ли не больше, чем другие социальные группы, потому как представляет собой основной потенциал дальнейшего развития общества. Интернет становится основным источником информации об окружающей действительности и событиях в жизни общества для молодого населения.

Изучением как самого феномена Интернет-СМИ, так и их влияния на различные слои общества занимаются многие современные учёные. Кроме того, некоторые из них акцентируют своё внимание на роли Интернет-СМИ в современном медиапространстве, их востребованности и эффективности в качестве полноценного канала коммуникаций. Так, А. А. Градюшко утверждает, что развитие технологий обеспечивает всё большее распространение Интернет-СМИ в информационном пространстве, а их позиция в медиаструктуре со временем будет только укрепляться [2, с. 103]. С. Г. Ивченков и А. А. Кошелев отмечают, что ввиду разнообразия подвидов информационных Интернет-ресурсов становится актуальным вопрос об информировании молодежи посредством выбора оптимальных каналов с целью достижения реальной эффективности [1, с. 101]. Они также указывают на то, что большинство новостных сайтов содержат коммерческую составляющую или отражают политические запросы их владельцев. Следовательно, СМИ навязывают информационный продукт, не оставляя особого выбора для аудитории [1, с. 104]. В связи с этим возникает необходимость в более подробном исследовании потребностей молодежи в сфере получения информации и определении источников информации, которые могут удовлетворить информационные потребности данной социальной группы.

Целью статьи является определение места интернет-СМИ среди информационных источников, используемых молодежью, основные области информационных интересов, а также выявление факторов, которыми могут руководствоваться Интернет-СМИ, чтобы включить молодежь в целевую аудиторию своего ресурса. Для достижения цели было взято социологическое исследование, которое было проведено Центром исследований РИА Новости в 2013 году [3].

По результатам исследования, наиболее популярными источниками получения информации среди молодежи являются социальные сети (68% опрошенных), новостные сайты (55%) и поисковые системы (54%). Это даёт нам понять, что Интернет-СМИ являются достаточно востребованным источником получения

информации для изучаемой социальной группы. Что касается тематических предпочтений, помимо новостей о погоде (81%), происшествиях (70%) и новостей своего города или региона (72%), важными также являются новости о музыке (69%) и кино (75%). Рассмотренные данные позволяют сформулировать промежуточный вывод о том, что молодежь больше заинтересована в получении информации развлекательного характера, нежели представители других возрастных групп.

На основе данных исследования и сформулированного тезиса был проведен контент-анализ двух представителей Интернет-СМИ, а именно электронной версии еженедельного издания “Аргументы и факты” (aif.ru) и интернет-издания “Медуза” (meduza.io). Нужно отметить, что около 25% целевой аудитории aif.ru (по данным WebIndex и NRS-Россия на апрель 2013) составляют мужчины и женщины в возрасте 12-17, 18-24 и 25-34, и часть данной аудитории относится к социальной группе “молодежь”. Среди тематического разнообразия издания aif.ru можно найти такие интересные для молодежи рубрики, как “Общество”, “Происшествия”, “Культура”, “Техника”. Однако материалы в такой рубрике как “Культура” освещают события, связанные в большей степени с жизнью российских знаменитостей и звезд шоу-бизнеса, в то время как молодежь больше тяготеет к представителям зарубежного кино и искусства, а также почти не уделяется внимание музыкальной сфере. Поэтому можно предположить, что молодые читатели предпочтут данному изданию ресурсы, более специализированные на развлекательном контенте. Интернет-издание “Медуза”, взятое в качестве второго эмпирического объекта, также специализируется на новостях, но при этом в нем уделяется большое внимание новостям о компьютерах и современных технологиях, современным трендам в мировой музыке, кино и медиасфере, а также отведен отдельный раздел для познавательных тестов и игр. Такой ресурс является более популярным среди молодежи, потому как предоставляет информацию в наиболее интересных сферах для данной социальной группы.

Исходя из проанализированных данных, можно сделать следующие выводы: такие виды информационных источников в сети Интернет, как крупные периодические издания в электронном формате (показано на примере издания “Аргументы и факты”), в некоторой степени интересны для молодежи, однако в гораздо меньшей, чем интернет-издания, которые уделяют должное внимание информации, интересной для современной молодежи, а именно развлекательной тематике и познавательной информации. Можно утверждать о том, что большинство Интернет-СМИ недостаточно учитывают информационные и социокультурные потребности молодежи. Это может быть обусловлено расхождением ценностных составляющих современных СМИ и интересов молодой аудитории. В условиях постоянной борьбы

СМИ за аудиторию данный факт может приобрести негативный характер: достаточно многочисленная категория населения не получает запрашиваемой информации из источников, востребованных среди других социальных групп, и тем не менее, это влечет за собой потерю значительного сегмента целевой аудитории. Для привлечения молодежи в целевую аудиторию Интернет-СМИ стоит уменьшить коммерческую и политическую составляющие своих изданий и, по возможности, дополнить освещаемые тематики с учетом выявленных потребностей данной социальной группы. Это способствует взаимной и эффективной интеграции СМИ в глобальное информационное пространство, а молодежи - в социальную жизнь общества.

Список литературы

1. Ивченков С. Г., Кошелев А. А. Особенности выбора Интернет-СМИ в молодежной среде: региональный аспект [Электронный ресурс] / С. Г. Ивченков, А. А. Кошелев. - Поиск: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. - 2016. - Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27207547>.

2. Градюшко А.А. Сетевая пресса в системе СМИ: Учебно-методический комплекс / А.А. Градюшко. – М. : Современные знания, 2015. – С. 22.

Отчет Центра исследований РИА Новости “Кто читает новости в Рунете?” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://pano.ria.ru/Advert/Research2_2013.pdf.

УДК 73.03

Э.А. Коннова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СТАНОВЛЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. Рассматривается идентичность молодежи, ее культурный аспект в современных условиях.

Ключевые слова. Культурная идентичность молодежи,

Переживаемые современным обществом метаморфозы, обусловленные его усовершенствованием, поставили проблему молодежи, ее предназначения в этих изменениях в ранг наиболее значимых и главенствующих. Молодежь быстро развивается и идет в ногу со временем – она выполняет в обществе важную роль смены поколений, принимает участие в изменении всех сфер жизни социума.

С другой стороны, характер и содержание деятельности молодежи в обществе напрямую зависит от социума. В то же время культурная идентичность молодежи имеет не менее важное значение для современного общества – прежняя система ценностей с каждым поколением все больше теряет влияние на поколения, взамен приходят новые ценности, идеалы, которые могут существенно отличаться от предшествующих им.

Однако в исследованиях культурной идентичности современного молодежного поколения, в частности молодежи Российской Федерации, присутствует ряд определенных аспектов, образующих глобальную проблему, требующую глубокого научного изучения. В первую очередь, это проблема противоречия между потребностями общества в формировании личности человека, с одной стороны, и недостаточного уделения внимания культурной сфере жизни общества, с другой стороны. Второй, но не по значимости, проблемой становятся противоречия между ценностями общества и отдельного человека, между моралью и религией, между традиционными и современными поколениями, духовными, физическими и материальными ценностями различных групп, между поколениями, обусловленными разными временными рамками и т.д..

Вопросы культурной идентичности зачастую оказывались в поле зрения исследователей и социологов. Многими из них отмечалась увеличивающаяся плюрализация жизненных стилей, осознание несхожести культур и т.д, однако, раскрытие сущности и механизмов ее функционирования в разнообразных типах культуры, на наш взгляд, анализировались не в полной мере [1]. Понятие «идентичность» всегда является «социокультурным конструктом», поскольку воплощает в себе самоопределение личности по отношению к другим людям, к обществу или определенной группе лиц.

Современная молодежь – масштабная социальная группа, становление которой происходит в изначально сложных условиях. Молодежь продолжает уровень развития общества, несет в себе модернизационный потенциал и ее роль учитывается во всех аспектах социального развития общества, в том числе и в сфере культуры. Таким образом, первоначальной задачей перед более взрослыми поколениями становится создание культурной атмосферы для молодежи, реализации и осуществления задач по формированию культурной идентичности молодого поколения.

На данный момент идентичность сформировалась как одно из ведущих направлений в осмыслении культурной сферы жизни общества. Характер общественной среды и социально-культурное настроение общества наиболее формируют типологию молодежи по ценностям и идеалам. В то же время культурная идентичность молодого поколения наиболее зависима от того, что продвигается в интернет-

пространстве, преподается в учебных заведениях и какие культурные ценности окружают непосредственно самого человека. Тем не менее, в основе культурной идентичности в первую очередь лежит потребность общества в наиболее обширном и полном приобщении молодого поколения к ценностям и целям, которые выражаются в театральном искусстве, кинематографе, литературе, живописи, музыке и т.д..

Современная эпоха расставляет новые акценты. Глобализация и локализация определяют характер взаимоотношений человека с миром. Интенсивность глобальных связей способствует быстрому распространению тех типов ценностей, идеалов и навыков, которые воспринимаются как наиболее оптимальные для удовлетворения личных и общественных потребностей. Непосредственное влияние на культурную идентичность современной молодежи имеет информатизация общества и распространенное использование интернет-коммуникаций.

В век информационных технологий, когда компьютер стал неотъемлемой частью повседневной жизни почти каждого человека, все большее влияние приобретает Интернет. В настоящее время использование интернет-ресурсов в повседневной жизни личности является объективной необходимостью. С появлением в жизни каждого человека социальных сетей и сети Интернет в целом личность может как и развиваться, открывая каждый раз для себя все больше нового, независимо через какой канал – через общение со сверстниками или путем мониторинга сайтов, так и оставаться на том же уровне, к которому его привела учеба и жизненный опыт. Как бы то ни было, поиск культурной идентичности всего общества и отдельной личности – долгий, динамичный и кропотливый процесс.

Продолжительный переходный процесс развития современного общества динамично, но не лучшим образом отражается на процессах формирования у молодежи культурной идентичности. Происходит изменение культурных ценностей, постепенное исчезновение сложившихся границ, посредством которых человеку легче определить свое место в обществе. На данный момент кризис культурной идентичности происходит и на уровне личности, и в рамках всего общества в целом, что расширяет область проблемы и дает почву для изучения.

При углубленном изучении культурной идентичности современной молодежи и рычаги влияния на нее, невозможно не упомянуть об эффекте воздействия (Рисунок 1). Эффект воздействия – это результат, которого желают достигнуть своей деятельностью через искусство в самых разных его проявлениях. Эффективность коммуникационного воздействия позволяет определить так называемый треугольник эффективности: доверие — сила образа — мощь информационного потока, в котором основанием является мощь информационного потока.

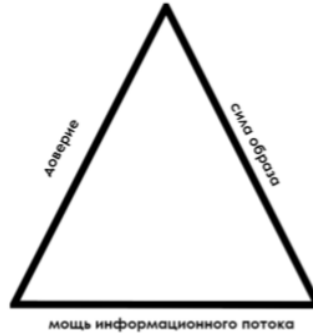


Рисунок 1. Эффект воздействия на современное молодое поколение

В заключение, необходимо отметить, что на данный момент современное молодое поколение находится на пути становления, движение которого будет непосредственно во многом зависеть от воздействия определенных рычагов влияния на молодежь. Самореализация, самосовершенствование молодого поколения формируются в условиях совершенствования всех воздействующих аспектов. Формирование культурной идентичности, которая будет выступать главным аспектом социализации молодежи, предполагает серьезные изменения и метаморфозы действующей на данный момент культурной политики.

Список литературы

1. Аарелайд-Тард, А. Теория культурной травмы / А. Аарелайд-Тард // СОЦИС. - 2014. - №Ю. - С. 63-72. - Библиор.: с. 71-72.

УДК 1174

Д.А. Михайлова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

АЛКОГОЛЬ В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ: КУЛЬТУРНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ИЛИ ШАГИ К БЕСКУЛЬТУРЬЮ

Аннотация. В данной статье изучается проблема распространенности молодые люди начинают употреблять алкоголь. Приводится анализ результатов исследования «Употребление алкоголя среди молодежи в Москве злоупотребления алкоголем среди молодежи. Причины, из-за которых. Благодаря которому можно лучше разобраться в теме статьи.

Ключевые слова. Молодежь, алкоголь, «новый стиль жизни», анализ, причины

В настоящее время в стране проводится активная антиалкогольная политика, направленная на снижение потребления алкоголя, в том числе и среди молодого населения. Формирование алкогольного поведения у молодежи обусловлено влиянием психологических, медико-биологических и социальных факторов. Конкретные условия жизни молодежи обуславливают особенности молодежного сознания, в том числе при формировании алкогольного поведения. Риск алкоголизации увеличивается в случае, если процесс социализации молодых людей происходит в микросреде, характеризующейся негативными проявлениями [1].

Первое знакомство молодежи с алкоголем в последнее время относится к подростковому возрасту, и всё чаще подростки оценивают его как "новый стиль жизни", отсюда и "культивирование" состояния опьянения.

Употребление спиртного становится патологически необходимым атрибутом времяпрепровождения, расширяется спектр поводов и мотивов пьянства: "пью для повышения настроения", чтобы "развеселиться", "приятно пить" и т.д. Употребление алкоголя становится практически основным смыслом жизни. Складывается такой стереотип поведения, когда все жизненные проблемы решаются и порождаются употреблением спиртного.

Для несовершеннолетних пьющих характерны наигранность, бесцеремонность, развязность, которые легко сменяются подавленностью, беспомощностью и пассивной подчиняемостью. Они затрудняются прогнозировать события, теряют способность реагировать на стимулы прошлого и будущего, не могут вырваться из плена сиюминутных переживаний и побуждений, живут одним днем. У них наблюдаются легковесность и поверхностность суждений, излишняя словоохотливость, повышенная самооценка.

Социальная значимость алкоголизма определяется материальным ущербом, который он наносят обществу, а также медико-биологическими последствиями для здоровья нынешних и последующих поколений [3].

Таким образом, сегодня ни для кого не секрет, что в нашей стране широко распространено употребление алкоголя в молодежной среде.

Нами был проведён анализ результатов исследования «Употребление алкоголя среди молодежи в Москве: социально-демографические, количественные и частотные характеристики в период взросления».

На основе многоэтапной стратифицированной выборки в Москве был проведен опрос среди молодых людей в возрасте 18-34 лет. Распространенность употребления алкоголя в течение последних 12

месяцев для мужчин и женщин в целом составил 77,1%, для мужчин – 80,7%, для женщин – 73,4%. Самым распространенным алкогольным напитком было пиво – его употребляли 57,2% респондентов, вино – 52,6%, крепкий алкоголь – 47,8% и слабоалкогольные энергетические напитки – 11,3%. Средний возраст первого в жизни опыта употребления алкоголя – 16,4 года (у мужчин – 16,1 года, у женщин – 16,8 лет). Средний возраст при первом в жизни опьянении 17,2 года (у мужчин – 16,1 года, у женщин – 17,6 лет).

Частота употребления алкоголя в течение последних 12 месяцев у мужчин в среднем 72 дня в году, у женщин – 25 дней. Среди всех респондентов за последние 12 месяцев 23,6% не употребляли алкоголь ("трезвенники"), 68,7% – отнесены к категории "мало пьющих", 4,2% – к категории "умеренно пьющих", 3,5% – к категории "много пьющих". В среднем на одного употребляющего алкоголь респондента приходится 14,9 г чистого алкоголя в сутки, мужчину – 24,1 г, женщину – с 5,1 г. Количество употребляемого алкоголя с возрастом увеличивается. Снижение потребления алкоголя можно отметить после 27 лет у мужчин и после 31 года – у женщин [2].

Причинами алкоголизации молодежи являются:

- влияние на них социальной среды, так называемого микросоциума. На молодежь влияют их родители, друзья, средства массовой информации, культура, отношение к алкоголю в стране. Влияние родителей на отношение молодой личности к алкоголю важно и измеряется многими аспектами. Это как генетический (биологический) фактор, который подразумевает склонность к алкоголю, так и психологический и педагогический факторы. На молодежь влияет то, как родители относятся к алкоголю, принимают они его сами, а также процесс воспитания;

- влияние компании, друзья. Молодёжь стремится соответствовать сложившемуся в компании стандарту поведения и в то же время выделяться среди сверстников. Внутренняя борьба зачастую приводит к раннему знакомству с алкоголем;

- стремление уйти от обыденности, скуки. На самом деле скука – особое состояние психики, при котором личность испытывает сильный эмоциональный голод. Характеризуется тем, что у молодого человека полностью утрачен или просто снижен интерес к познанию или творчеству;

- неожиданные боль или стресс, которые человека вынести не в состоянии. И он ищет облегчение в спиртном;

- одиночество, неудачный брак. Всю боль и непонимание человек пытается погасить алкоголем [4].

Итак, мы изучили причины, по которым молодые люди прибегают к употреблению алкоголя. Проблема молодежного алкоголизма носит

системный характер, затрагивающий все стороны жизни молодого человека.

Все мероприятия по профилактике алкоголизма разделены на два уровня. На первом уровне работу осуществляет государство в рамках всей страны. Это как принятие специального законодательства, так и работа, носящая административный и медико-социальный характер. Под вторым уровнем понимают работу с конкретной личностью, склонной к пьянству. Направлена подобная работа на борьбу с пьянством отдельного представителя общества, с помощью чтения ему специальных лекций и ознакомления с агитационной продукцией антиалкогольного характера [5].

Список литературы

1. Вельможина О. А. Детерминанты алкогольного поведения молодежи // [научно-методический электронный журнал концепт](#). 2017. № 2. С. 114-120.
2. Киржанова В.В., Тейлор А.У., Бевик Б.М., Бобков Е.Н., Смирновская М.С. потребление алкоголя среди молодежи в москве: социально-демографические, количественные и частотные характеристики в период взросления// [Медицина](#). 2017. Т. 5. № 3 (19). С. 207-231.
3. Основы алкогольной зависимости в молодом возрасте. URL: https://psychoday.ru/zavisimosti/alkogolizm-sredi-molodezhi.html#h2_9.
4. Проблема алкоголизма среди молодёжи. URL: https://vuzlit.ru/158566/problema_alkogolizma_sredi_molodyozhi.
5. Тарасов В.С. Профилактика потребления спиртных напитков и формирование здорового образа жизни // [Социологический альманах](#). 2013. – №4. – С. 411-419.

УДК379.8-053.81

Мезенцева В. В.

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПРЕДПОЧТЕНИЯ МОЛОДЫХ ГОРОЖАН В СФЕРЕ ДОСУГА

Аннотация. В данной статье определяется как молодежь проводит свой досуг, выявляются предпочтения молодых горожан в сфере досуга.
Ключевые слова. Досуг, молодые горожане, досуг городской молодежи, предпочтения досуга.

Как известно, молодёжь является основой будущего любого государства. Именно молодые горожане и их интересы стоят во главе политики нашей области. Однако, в современном российском обществе наблюдается нестабильность нормативно-ценностных систем. Одной из первостепенных ценностей для молодых людей является досуг. Почему именно он? Потому что в этой сфере жизнедеятельности реализуется главная социокультурная потребность молодёжи, такая как реализация интересов личности, связанных с реакцией, саморазвитием, общением, оздоровлением и т.п. В этом заключается социальная роль досуга.

Для досуговой сферы жизнедеятельности в наибольшей степени характерна свобода личности, которая проявляется в выборе форм, места, времени проведения досуга. Именно в сфере досуга молодые люди, более, чем где-либо, выступают в качестве свободных факторов. Сфера досуга характеризуется свободой от профессиональных и семейно-бытовых обязанностей, кроме того, в её рамках ослабляется институциональное давление на личность молодого человека.

В связи с этим, основной целью нашего исследования являлось выявление предпочтения молодых горожан в сфере досуга. Для достижения поставленной задачи нами было проведено социологическое прикладное исследование.

Актуальность и цели. Для современных молодых людей досуг является одной из первостепенных ценностей, так как в этой области реализуются многие социокультурные потребности молодых людей. В сегодняшнем российском обществе, в котором наблюдается нестабильность нормативно-ценностных систем, проблема выбора досуга приобретает особую остроту. В связи с этим предпочтения досуга как социокультурная сфера жизнедеятельности городской молодёжи требует глубокого научного осмысления. Цель – выявить предпочтения молодых горожан в сфере досуга.

Исследование проводилось на примере города Ульяновска, в зависимости от пола, возраста, рода деятельности, образования, семейного положения, уровня жизни, частоты посещения ночных клубов, а так же микрорайона проживания.

В ходе опроса выяснилось, что респонденты выбирают пассивные виды отдыха: просмотр телевизора(30%), театр, концерты(21%) и прогулки с друзьями(23%). Так же значимым является спорт(24%). Тем не менее, ни один из предложенных видов досуга не набрал более 30%. Это говорит о том, что респонденты предпочитают сочетать несколько видов отдыха.

Общая тенденция *по возрасту* различается: самые молодые респонденты (18-23 года) всем остальным видам чаще всего досуга предпочитают просмотр телевизора (36%), в то время, как опрошенные в возрасте 24-29 лет выбирают занятия спортом (31%), 30-35 лет – театр и концерты (35%), что отличается от общего процента. Самым

непопулярным видом досуга оказались развлекательные заведения (10%), а у респондентов 18-23 года это путешествия (5%). Вероятнее всего, выбранные виды досуга говорят о стилях жизни в зависимости от возраста: опрошенные в возрасте 18-23 лет ведут «оседлый» образ жизни, предпочитают просмотр телевизора, прогулки с друзьями, немного реже – спорт. На путешествия нет времени, денег или знаний. Цель – устроить жизнь как можно более комфортно, не прилагая особых усилий, не развиваясь духовно. 24-29 лет портрет меняется: это люди, приоритетно занимающиеся спортом, всё так же любящие гулять с друзьями, но возрастает ценность духовного обогащения: театры, книги и путешествия. Опрошенные в возрасте 30-35 лет это люди, которые систематически поддерживают свой культурный уровень – театры и концерты для них самый интересный вид досуга. Просмотр телевизора помогает снять напряжение после работы, а спорт, путешествия и прогулки с друзьями занимают равную долю. Так же, можно заметить, что возраст и выбор театров, концертов – прямо пропорциональны друг другу, а возраст и прогулки с друзьями – обратно пропорциональны. Это значит: чем старше человек, тем больше он внимает, слушает, чем говорит сам.

Тенденция по уровню образования сохраняется: наиболее популярным видом досуга является просмотр телевизора, а самым непопулярным – развлекательные заведения. Так же для респондентов с общим средним уровнем образования значимой является прогулка с друзьями (31%). Независимо от уровня образования люди предпочитают пассивные виды отдыха. Это связано с потребностью в снятии напряжения и расслабленности.

Уровень жизни значительно влияет на предпочтения в сфере досуга: средний и обеспеченный классы предпочитают смотреть телевизор (55%, 29%) и заниматься спортом (42%, 27%), в то время как бедный класс опрошенных выбирает прогулки с друзьями (29%) и в равной доле театр, концерты, видеоигры, компьютер. Это не связано со стоимостью выбранного досуга, так как цена одинаковая. Вероятнее всего, свою роль здесь играет сложившийся образ жизни: бедный человек выберет бесплатно погулять с другом, поиграть в компьютерные игры, а накопленные средства потратит на театр или концерт, но в силу финансовых обстоятельств, этот вид досуга будет желанным, но нечастым. Более обеспеченные классы людей предпочтут ежедневно снимать стресс перед телевизором после тяжёлой работы, а так же с некоторой периодичностью ходить в фитнес-зал или бассейн.

Изучая критерии выбора места отдыха, мы выяснили, что в целом для респондентов самым значимым является соответствие выбранного досуга интересам (32%), а так же важны увлекательная программа (24%) и интересная публика (22%).

Однако есть интересные закономерности. Так, малоимущие основываются на приемлемую стоимость больше, чем на соответствие интересам(38%). Обеспеченные респонденты самым значимым критерием выбрали интересную публику(33%). Из этого можно сделать вывод, что для бедных жителей города приоритетным является вопрос выживания, при этом все средства строго распределены, ведется учёт. В то время как обеспеченные горожане могут позволить себе выбрать то, что действительно нравится. Это позволяет богатым респондентам отдохнуть от повседневности и переключить своё внимание с одного образа жизни на другой, более простой и интересный. Самое большое количество опрошенных сконцентрировано в графе «Денег хватает на бытовую технику» - среднее между бедными и богатыми, что говорит о стабильном положении общества.

Если говорить о выборе развлекательных заведений, то для всех респондентов наиболее привлекательными развлекательными заведениями являются кинотеатр(25%) и кафе, рестораны, кальянные(25%). Так же популярными являются фитнес клубы(23%). Тем не менее, ни один из предложенных видов досуга не набрал более 25%. Это говорит о том, что респонденты предпочитают сочетать несколько видов отдыха.

Выбор развлекательного заведения *по полу* соответствует тенденции общего процента. При этом, чем старше человек, тем более значимыми для него становятся кафе, рестораны и кальянные. Это значит что кафе, рестораны и кальянные всегда актуальны для Ульяновского населения.

С «ростом» уровня образования, падает интерес к кинотеатрам, повышается значимость театров. Таким образом, чем выше уровень образования, тем выше тяга к искусству.

Причинами посещения ночных клубов среди опрошенных 24-29 лет приоритетом при выборе ночного клуба оказался критерий «провести время с друзьями, коллегами»(30%). Самая непопулярная причина сохраняется такой же, как у общей тенденции (9%). Респонденты в возрасте 30-35 лет отметили, что посещают ночные клубы, чтобы весело провести время(30%) и отдохнуть от повседневной жизни(29%). Наименее важной причиной для этой категории опрошенных является заведение новых знакомств(11%). Это говорит о том, что в возрасте 30-35 лет уже имеются достаточно крепкие социальные связи, а так же более стабильный социальный статус, нежели в других возрастных категориях. При этом ночные клубы не являются достаточно подходящим развлекательным заведением для новых знакомств (11-23%)

В данном показателе мы выявили зависимость возрастных категорий от причин посещения ночных клубов. Общая тенденция такова: независимо от возраста, чаще всего опрошенные выбирают ночной клуб

чтобы весело провести время, почти никогда – чтобы использовать его в качестве проведения мероприятий. Наиболее ярко это заметно на выборе самых молодых респондентов 18-23 лет (45% и 6% соответственно). При этом респондентов 18-23 лет больше, чем горожан других возрастных категорий, а так же они активнее. Скорее всего, такой выбор связан с тем, что молодые люди обладают большим запасом энергии и нуждаются в мгновенном выбросе эмоций.

Результаты социологических исследований свидетельствуют, что молодые горожане отличаются стремлением к культурным и спортивным видам отдыха, обладают большим количеством энергии, это создает предпосылки для активной досуговой деятельности. В то же время досуг молодых горожан отличается между собой в зависимости от возраста в силу специфических потребностей, свободного времени, семейного положения. Условия жизнедеятельности молодых Ульяновцев, такие как пол, уровень дохода, род деятельности, уровень жизни, микрорайон проживания также оказывают существенное влияние на специфику и основные виды проведения досуга.

Для досуговой сферы жизнедеятельности в наибольшей степени характерна свобода личности, которая проявляется в выборе форм, места, времени проведения досуга. Именно в сфере досуга молодые люди, более чем где-либо, выступают в качестве свободных факторов. Сфера досуга характеризуется свободой от профессиональных и семейно-бытовых обязанностей, кроме того, в ее рамках ослабляется институциональное давление на личность молодого человека. Такая, как реализация интересов личности, связанных с рекреацией, саморазвитием, самореализацией, общением, оздоровлением и т.п. В этом заключается социальная роль досуга.

Рекомендации (владельцам развлекательных заведений) на основе исследования:

- Имейте и поддерживайте лояльных посетителей
- Создайте приятную атмосферу и увлекательную программу. О еде и напитках тоже следует думать, но в последнюю очередь
- Используйте Вашу уникальность, чтобы выделиться среди конкурентов

Список литературы

1. Панфилова, Е. В. Ценности культуры досуга студенческой молодежи: результаты исследования / Е. В. Панфилова // Молодой ученый. - 2012. - № 8. - С. 278-283.
2. Вишнякова, А. А. Свободное время молодежи крупного города и основные формы его использования в современных условиях (на примере г. Иркутска) : автореф. дис. ... канд. социол. наук / Вишнякова А. А. - Улан-Удэ, 2014. - 19 с.

3. Кабадейцева, О. В. Эволюция понятия «досуг молодежи» в истории социологических концепций / О. В. Кабадейцева // Современные исследования социальных проблем. - 2011. - Т. 7, № 3.

4. Либерова, М. С. Изменение форм досуга молодежи российской провинции: социологический анализ :автореф. дис. ... канд. социол. наук / Либерова М. С. -М., 2009.

5. Маршак, А. Л. Досуг / А. Л. Маршак // Социология молодежи. Энциклопедический словарь / отв. ред. Ю. А. Зубок, В. И. Чупров. - М. :Academia, 2008. - 608 с.

УДК 316.43

Я.А. Полушкина, Г.М. Шигабетдинова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

НОВАЯ МОДЕЛЬ СПЕЦИАЛИСТА В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПАРТНЕРСКИХ ПРАКТИК ВУЗОВ И РАБОТОДАТЕЛЕЙ

Аннотация. Данная статья о выявление компетенций и требований к «идеальному» специалисту по коммуникациям в глазах работодателей. Рассматриваются требования профессиональных качеств к специалистам в сфере рекламы и PR.

Ключевые слова. Идеальный специалист в сфере коммуникаций, новая модель специалиста в сфере коммуникаций, модель компетентного выпускника в сфере коммуникаций .

В современной России в вузах ведётся активная работа по улучшению качества подготовки выпускаемых студентов. Это является важным как для самих вузов, так и для работодателей, поэтому в современных социально-экономических условиях для каждого вуза все большее значение приобретает установление партнерских отношений с предприятиями и организациями. Такое взаимодействие позволяет точнее определить модель выпускника.

Эффективное взаимодействие вузов и работодателей является необходимым условием полноценного развития системы высшего образования и трудовых отношений в России. Стимулирование данного взаимодействия подразумевает согласованность действий всех заинтересованных сторон, следовательно, наличие взаимопонимания между ними и стремления к выработке общего видения ситуации.

Эффективное сотрудничество предприятия и высшей школы позволяет выстроить образовательную стратегию под интересы и запросы современной экономической ситуации, способствует

грамотному построению успешной конкурентоспособной модели выпускника определенной специальности.

PR-специалисты имеют возможность трудоустроиваться во многих сферах, поскольку данная профессия универсальна, востребована при рыночных условиях и имеет широкий спектр деятельности. Выпускающие кафедры рекламы и PR выстраивают сотрудничество со многими профильными предприятиями.

Целью анализа теоретических и эмпирических материалов является выявление компетенций и требований к «идеальному» специалисту по коммуникациям в глазах работодателей.

Требования профессиональных сообществ к специалистам в сфере рекламы и PR отличаются от образовательного стандарта более четкой формулировкой трудовых функций. Грамотное ведение учебного процесса может способствовать формированию бакалавров, соответствующих требованиям компетентностной модели выпускника.

В Ульяновском государственном техническом университете на кафедре «Политология, социология и связи с общественностью» готовят бакалавров в сфере рекламы и связей вот уже 20 лет. За всё это время выработался определенный стиль и программа преподавания, благодаря которым выпускники данной кафедры «подкованы» во всех сферах коммуникационной деятельности. Дисциплины в университете позволяют подробно и со всех сторон изучить различные аспекты профессии и получить основную теоретическую базу, которая поможет в практике, такой как организация корпоративных мероприятий, написание и реализация проектов, переговоры с партнерами и тому подобное. Также знание теории помогает при прохождении практики в организациях города Ульяновска. Университет заключил договора с множеством организаций на то, чтобы студенты кафедры смогли пройти у них производственную и преддипломную практики и набраться опыта. Студентов «связей» знают почти везде, так как они отличаются большим багажом знаний и умений.

На основании изучения теоретических основ и получения практических результатов мы разработали модель компетентного выпускника кафедр направления «Реклама и связи с общественностью»:

1. Студент в ходе практических и семинарских занятий в университете сформировал необходимые профессиональные компетенции в соответствии с профессиональным стандартом.

2. Студент взаимодействует с практиками, глубоко изучает потребности рынка труда, участвует в научной жизни университета, а также интегрирует интересы в сфере связей с общественностью со смежными направлениями.

3. Студент регулярно участвует в выполнении аналитических и проектных видов деятельности, разработке коммуникационной стратегии предприятия, управления информационными потоками и доведения информации до целевых групп.

4. Студент владеет способностью к самообучению и саморазвитию, имеет опыт работы в СМИ, рекламе и маркетинге; владеет такими качествами как организаторские способности, аналитический склад ума, навыки эффективного общения и работы в команде, способность к комплексному и ситуационному анализу коммуникационных процессов.

5. У студента сформировано представление о требованиях к специалисту, в приоритет у студента личностная самореализация.

Так бакалавр, освоивший дисциплины, формирующие профессиональные компетенции, и ясно представляющий то, чего он хочет добиться в жизни, будет удовлетворять запросам потребителей - работодателей.

Список литературы

1. Грязнова Ю. Б. Персональные компетенции как ядро современного образовательного коммуникационного стандарта // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9, Филология, востоковедение, журналистика. - 2011. - Вып. 1, март. - С.71-80.

2. Залуцкая С. Ю. Профессиональная деятельность бакалавра по рекламе и связям с общественностью в контексте теории творческого саморазвития личности // Вестник СВФУ. 2014. – №1, Т. 11. – С.100-105.

3. Зимняя И.А., Ключевые компетенции – новая парадигма образования // Высшее образование сегодня. – 2003. – № 5. – С. 34-42.

УДК 659.118

Е.В. Реброва, Н.В. Власова

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ НА ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье раскрывается суть понятия телерекламы, описываются методы воздействия телевизионной рекламы на аудиторию, проиллюстрированы социально-психологические особенности воздействия телерекламы на поведение молодежи на примере исследования.

Ключевые слова. Телереклама, молодежь, воздействие, фокус-группа, товар, потребитель.

В условиях перехода Российского общества от административно-командной системы к рыночной экономике реклама стремительно распространяется среди всех слоев населения, заполняя телеэкраны и радио, постоянно встречаясь на страницах периодических изданий, в транспорте, магазинах, на городских улицах и обочинах дорог. Реклама, так или иначе, участвует в оформлении жизненного пространства современного человека, имеет определенное влияние на его сознание и поведение, формирует образ повседневного мира и общественной жизни.

Поскольку рынок насыщен товарами, предприниматели сталкиваются с проблемой продаж. Чтобы успешно сбыть товар, необходимо создать особую привлекательность, символическую ценность, так называемый имидж товара, посредством которого можно побудить человека купить этот товар [1].

Таким образом, механизм общей настройки психики человека на восприятие рекламной информации зависит от многих факторов: метода подачи самой рекламы, организации внимания зрителей в соответствии с их потребностями, учета предрасположенности отдельных групп потребителей к рекламируемому продукту.

В рамках исследуемой темы было проведено качественное исследование в мае 2018 года методом фокус – группы, так как именно данный вид исследования позволяет сочетать широкий охват проблемных вопросов с необходимым уровнем углубленного изучения, также ответы и реакция респондентов носят спонтанный характер. Групповое фокусированное интервью направлено на изучение отношения студентов УлГУ к телерекламе с целью выявления социально-психологических особенностей воздействия телерекламы на поведение потребителей. Для анализа результатов исследования использовались стенограммы следующих фокус-групп: две фокус-группы:

- 1) студенты УлГУ специальности «Организация работы с молодежью» (1 курс, 6 человек, из которых 2 парня и 4 девушки в возрасте 18- 21 год, в основном имеющие среднее общее образование),
- 2) студенты УлГУ специальности «Социология» (2 курс, 10 человек, а именно: 1 представитель мужского пола, 9-женского в возрасте 19-20 лет, имеющие среднее общее образование).

Таким образом, телереклама по мнению студентов УлГУ, воздействует на зрителей при помощи различных методов: знаменитые личности, известные бренды, привлекательная внешность изображаемых в ролике людей, яркие краски, запоминающиеся слоганы и прочее. Хотя молодые люди признают теоретическое воздействие рекламы, но все же они отрицают возможность ее влияния на собственные потребительские решения.

Прямая «атака» рекламы на молодежь расценивается как угроза собственного «я» и часто вызывает уклонение от советов. В ходе убеждения неизбежно происходит преодоление критического отношения к предлагаемым аргументам и выводам.

Негативное отношение к рекламе со временем исчезает, и все чаще этот социальный феномен воспринимается как инструмент построения цивилизованных отношений в системах, где приоритет отдается рыночным механизмам взаимодействия. Данная тенденция наиболее ярко выражается среди молодежи, что, несомненно, положительно, ведь данная социально-демографическая группа наиболее приспособлена к инновациям и преобразованиям на пути к построению цивилизованных способов коммерческой и прочей деятельности.

Эффективность телевизионной рекламной деятельности сложнее всего проследить и проконтролировать. Но реклама на телевидении была и остается самым эффективным средством распространения информации.

Список литературы

1. Социально-психологические основы рекламы // Учебник онлайн URL:<http://uchebnik.online/deyatelnost-predpriyatiya-kommercheskaya/sotsialno-psihologicheskie-osnovyi-61243.html> (дата обращения: 9.10.2018).
2. Телевизионная реклама: особенности воздействия на современную молодежь // КиберЛенинка URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/televizionnaya-reklama-osobennosti-vozdeystviya-na-sovremennuyu-molodezh> (дата обращения: 9.10.2018).

УДК 159.9

Ю.А. Рубцова, И. В. Михайлова

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ - ПЕДАГОГОВ ШКОЛЬНОГО И ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. Статья направлена на описание эмпирического исследования особенностей эмоциональной сферы молодых специалистов - педагогов школьного и дошкольного образования в Ульяновской области. Ведущими методами в исследовании данной проблемы являются диагностический, контент-анализ и статистические методы, позволяющие выявить наличие особенностей эмоциональной сферы педагогов школьного и дошкольного образования. По итогам

проведенного эмпирического исследования выдвинутая гипотеза о наличии различий в эмоциональных особенностях педагогов школьного и дошкольного образования подтвердилась частично.

Ключевые слова. эмоциональная сфера, личностная тревожность, стратегии совладающего поведения, психологические механизмы защиты.

Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ и областного бюджета Ульяновской области - грант №18-413-730015\18 «Когнитивные атрибуты групповых феноменов информационной среды в контексте социокультурных вызовов на территории Ульяновской области»

В процессе познания действительности люди обращаются с явлениями и объектами окружающего мира по-разному. Что-то радует, что-то — огорчает, к чему-то испытываем привязанность, к чему-то иному-страх. Поэтому эмоции входят в процесс человеческого познания как специфический вид субъективного отражения реальности. Но они становятся предметом внимания человека в первую очередь тогда, когда начинают создавать трудности. Стремясь наиболее эффективно контролировать окружающий мир, человек не хочет мириться с тем, что в нем может быть нечто, могущее свести на нет предпринятые усилия. Зачастую это случается именно тогда, когда лидирующую роль занимают эмоции.

Важной основой для работоспособности любого человека является благоприятный настрой. Мощный интеллектуальный и эмоциональный потенциал — колоссальный по силе фактор. Также важным для работоспособности и здоровья является позитивное эмоциональное состояние. Чтобы сохранить творческую активность, человек должен жить и работать в атмосфере доброй воли.

Отсутствие целостной системы формирования эмоциональной устойчивости в профессиональной подготовке педагогов является насущной проблемой, что подчеркивает актуальность исследования сферы эмоций, создает предпосылки для развития психологических технологий подготовки будущих педагогов.

Целью исследования явилось выявление особенностей эмоциональной сферы педагогов школьного и дошкольного образования в Ульяновской области.

Гипотеза исследования заключалась в предположении о том, что существуют различия в эмоциональных особенностях педагогов школьного и дошкольного образования.

В ходе исследования были проведены следующие методики:

- 1) «Анкета оценки нервно-психической устойчивости педагога «Прогноз»;
- 2) «Личностная шкала проявлений тревоги» Дж.Тейлора;
- 3) «Индекс жизненного стиля» Р. Плутчика, Х. Келлермана и Х. Р. Конте;

4) «Стратегии преодоления стрессовых ситуаций» (SACS) С. Хобфолла. Также были использованы математические методы статистической обработки информации, такие как непараметрический статистический U-критерий Манна-Уитни.

Исследовательскую выборку мы поделили на две группы – в первую группу вошли педагоги, а во вторую группу – воспитатели учреждений Ульяновской области с разным педагогическим стажем.

В исследовании приняли участие 20 человек, из них: 10 человек – учителя МОУ «Большеключищенская СШ» и 10 человек – педагоги ГБОУ ООШ №18.

Исследование проводилось в МОУ «Большеключищенская СШ» имени В.Н. Каштанкина, а также на базе структурного подразделения ГБОУ ООШ №18 (ДОУ № 42).

Исследования предпочтений в выборе психологических защит педагогов школьного и дошкольного образования выявили, что учителя чаще прибегают к использованию конструктивных психологических защит, таких как рационализация и компенсация.

Рационализация — это защитный механизм, имеющий своей функцией маскировку от сознания самого субъекта истинных мотивов его действий, мыслей и чувств во имя обеспечения внутреннего комфорта, сохранения самоуважения [3, с.33].

Компенсация — механизм психологической защиты, проявляющийся в попытках найти подходящую замену реального или воображаемого недостатка, дефекта нестерпимого чувства другим качеством. Часто это происходит при необходимости избежать конфликта с этой личностью [3, с.43].

Воспитатели реже используют конструктивные механизмы защиты, отдавая предпочтение такому виду психологической защиты, как проекция.

Проекция — неосознаваемый механизм, с помощью него импульсы и чувства, неприемлемые для личности, приписываются внешнему объекту [2, с.48].

Аналогичная ситуация складывается и с учителями, также использующими данный вид психологической защиты.

Наиболее редко воспитатели прибегают к использованию защитного механизма «вытеснение», учителя – механизму «замещение».

Вытеснение — защитный механизм, в результате действия которого неприемлемые для человека мысли переводятся из сферы сознания в сферу бессознательного, но при этом продолжают оказывать влияние на поведение личности [3, с.29].

Замещение – механизм защиты, связанный с переносом действия с недоступного объекта на доступный.

Были выявлены значимые различия в использовании следующих типов психологических защит: «вытеснение» ($U_{эмп} = 16$ при $U_{крит.} = 19$, $p \leq$

0.01), «компенсация» ($U_{\text{эмп}} = 16,5$ при $U_{\text{крит.}} = 19$, $p \leq 0.01$), «рационализация» ($U_{\text{эмп}} = 17,5$ при $U_{\text{крит.}} = 19$, $p \leq 0.01$), между педагогами школьного и дошкольного образования.

По использованию таких защитных механизмов как «регрессия», «замещение», «отрицание», «проекция» и «гиперкомпенсация» значимых отличий выявлено не было.

Исследования предпочтений в выборе стратегий преодоления стрессовых ситуаций педагогов школьного и дошкольного образования выявили, что учителя наиболее часто прибегают к конструктивным стратегиям преодолевающего поведения, таким как «Вступление в социальный контакт» и «Поиск социальной поддержки», а также, в ряде случаев, используют неконструктивную стратегию преодолевающего поведения «Осторожные действия». Наиболее редко используют такую неконструктивную стратегию преодолевающего поведения, как «Асоциальные действия».

Стратегия «Вступление в социальный контакт» указывает на умение решать проблемные, трудные ситуации совместно с другими людьми, способности к сотрудничеству или компромиссу [1, с. 56].

Стратегия «Поиск социальной поддержки» - умение в трудной ситуации найти поддержку со стороны окружающих (семьи, друзей, коллег), обменяться полезной информацией [1, с. 32].

Стратегия «Осторожные действия» заключаются в стремлении избежать риска неудачи, склонности к перестраховке, продолжительном анализе вариантов решения и возможных последствий [3, с. 24].

Стратегия «Асоциальные действия» - отказ от принятых норм поведения в угоду противоправным [1, с. 67].

Воспитатели используют такие конструктивные стратегии, как «Поиск социальной поддержки», «Вступление в социальный контакт» и «Ассертивные действия», наиболее редко прибегают к использованию стратегии «Импульсивные действия».

Можно предположить, что использование стратегий «Поиск социальной поддержки» и «Вступление в социальный контакт» происходит аналогично учителям.

Стратегия преодоления «Ассертивное поведение» — умение выстраивать отношения в желаемом для себя направлении, увеличивает возможность выбора и контроля над собственной жизнью [1, с. 19].

Стратегия «Импульсивные действия» — необдуманный, быстрый процесс принятия решений [1, с. 61].

Значимых различий в использовании стратегий преодолевающего поведения у педагогов школьного и дошкольного образования выявлено не было. Однако была выявлена тенденция к росту различий по шкале "Осторожные действия" в показателях учителей и воспитателей ($U_{\text{эмп}} = 20$ при $U_{\text{крит.}} = 27$, $p \leq 0.05$). Аналогичная тенденция была выявлена в

показателях шкалы «Вступление в социальный контакт» ($U_{\text{эмп}} = 23,5$ при $U_{\text{крит.}} = 27$, $p \leq 0.05$).

По результатам проведенного исследования уровня личностной тревожности педагогов школьного и дошкольного образования выявили средний (с тенденцией к высокому) уровень тревожности. Значимых различий в уровне личностной тревожности между педагогами школьного и дошкольного образования выявлено не было.

В ходе исследования была выявлена тенденция к росту различий в выборе стратегий преодоления стрессовых ситуаций, а также значимые различия между педагогами школьного и дошкольного образования в предпочтении использования психологических механизмов защиты.

Список литературы

1. Вассерман Л.И. Абабаков В.А., Трифонова Е.А. Совладание со стрессом: теория и психодиагностика/Под ред.Л.И. Вассермана. - СПб: Речь, 2015.
2. Либина А.В., Либин А.В. Стили реагирования на стресс: психологическая защита или совладание со сложными обстоятельствами? // Стиль человека: психологический анализ. – М.: Смысл, 2016.
3. Фрейд, А. Психология "Я" и защитные механизмы / А. Фрейд. - М., 2016.

УДК 316.4

Е.В. Семагин

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ФОТОГРАФИЯ КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. В данной статье говорится об использовании фотографии с сфере коммуникации. Фотография, как визуальная форма приподнесение информации. Возможные плюсы и минусы использования такой коммуникации.

Ключевые слова. Фотография, коммуникация, социология, общение людей, каналы связи, форма информации, проблема коммуникации.

Все мы живём в современном мире пользуемся технологичными гаджетами, где присутствуют разные, полезные функции, в том числе и камера. В 1990 году официально появился Интернет, что позволило многим людям получать информацию независимо от того, в каком месте они находились, главное чтобы был доступ во Всемирную сеть.

Актуальность данной темы можно обосновать тем, что с развитием новых технологий, у людей появлялись новые способы коммуникации. Используя различные социальные сети, население всё чаще стало прибегать к более новым формам с способам коммуникации. Один из таких способов это *визуальная коммуникация*.

Цель моей статьи заключается в том, чтобы выявить положительные и отрицательные эффекты использования фотографии как способа коммуникации. Как грамотно использовать фотографию в процессе коммуникации?

Исследователи ВЦИОМ говорят о том, что в русскоязычной среде сети Интернет имеет место тенденция к локализации, при этом основная масса пользователей находится внутри социальной сети «ВКонтакте» – ее посещает треть пользователей; на втором месте в рейтинге – «Одноклассники», ее посещает каждый пятый. Большинство пользователей не отдадут свои предпочтения какой-то одной сети, а регистрируются сразу в нескольких. Так ответили больше половины респондентов. Некоторые из них зарегистрированы в четырёх, пяти и даже двенадцати социальных сетях (2010, n=1600, статистическая погрешность не превышает 3,4%) [5].

В настоящее время, изучение данной темы происходит с помощью различных опросов, интервью, контент-анализа. Чаще всего исследователи используют последний вариант, так как он наглядно показывает частоту использования фотографии в коммуникации.

Фотография в нашем обществе выступает как один из способов коммуникации, так как может нести в себе потаённый смысл, который заложил в неё автор. Ещё с 19 века фотография используется в газетах для того, чтобы привлечь внимание читателей к какой-то новости или проблеме.

Такой принцип актуален и в наше время, так как грамотная визуальная составляющая вместе с хорошо написанным текстовым содержимым отлично сочетаются и оказывают должный эффект, который ожидает увидеть отправитель такого «сообщения».

В свою очередь Термин "коммуникация" происходит от латинского слова *communicatio* - делаю общим, связываю. Исходное *communis* означает: общий, всеобщий. В другом буквальном переводе коммуникация означает "с людьми". Термин появился в научной литературе в начале XX в., и в настоящее время он имеет, по крайней мере, три интерпретации:

- средство связи любых объектов материального и духовного мира;
- общение как передача информации от человека к человеку;
- передача и обмен информацией в обществе с целью воздействия на него [1].

Актуальность данной темы можно утвердить исходя из того, что в нынешнее время люди часто используют социальные сети, там они не

только общаются с помощью текстовых сообщений, но и «постят» картинки и самое главное фотографии, которые несут в себе тот посыл, который заложил отправитель.

По данным Левада-Центра на 18.01.2018 «Доля россиян, которые пользуются социальными сетями, за шесть лет выросла почти вдвое — с 35% до 59%. Половина из них проводят в сетях до часа в день, а четверть — до четырех часов.» Примерно 23% россиян пользуются сетью «Instagram», в настоящее время этот процент растёт [2].

Теперь можно разобраться, как именно используется фото в коммуникации. Я уже говорил о том, что фото может нести определенный смысловой посыл, заложенный в него автором. Вся проблема заключается в том, насколько получатель развит, для того, чтобы понять суть фотографии.

Люди бывают разные и с разным уровнем компетентности, поэтому например рекламодатели, создавая различную рекламу, стараются использовать очень эффективные но не «сложные» фотографии. Такие, чтобы вся суть и смысл была понятна сразу при виде её.

Снимок, как и любая другая форма сообщений это некий код, в сути которого находится смысл, отпечаток ценностных ориентиров, взглядов фотографа [3].

Если проанализировать процесс фотокоммуникации, то нужно понимать, что туда входит и сам процесс рассматривания фотографии. Рассматривающий вступает в контакт со смыслами, взглядами автора, с его идеей, эмоциями. При этом стоит отметить, что всё это он может заложить бессознательно. Е. Петровская отмечает, что «изображение существует, поскольку в нем намечен путь для зрителя, поскольку зритель как необходимый соучастник конституирует его» [4].

Таким образом можно выявить несколько положительных и отрицательных эффектов использования фото в процессе коммуникации. Положительная сторона этого способа состоит в том, что люди тратят меньше времени на то, чтобы сообщить что-то аудитории или конечному адресату. Они прикладывают меньше усилий для создания информационного сообщения, всё действует на уровне подсознания, восприятия и чувств. Отрицательная же сторона такого способа заключается в том, что информационное поле становится нагружено из-за большого количества визуальных составляющих вследствие этого людям придётся научиться анализировать фото, уметь фильтровать визуальный поток информации. Также отдельным пунктом стоит отметить то, что фото теряет свою способность привлечения внимания. Это происходит также из-за перенасыщения информационного поля визуальными элементами.

Список литературы

1. Гапоненко А.Л.. Теория управления. 2003

2. Пользователей соцсетей в России стало больше [Электронный ресурс] // levada.ru – 2018 – URL: <https://www.levada.ru/2018/01/18/polzovatelej-sotssetej-v-rossii-stalo-bolshe/>
3. Мельшиор-Бонне С. История зеркала. – М., 2005.
4. Петровская Е.В. Антифотография. – М., 2003.
5. Социальное самочувствие россиян и экономические реалии: непересекающиеся пространства? [Электронный ресурс] // wciom.ru – 2018 – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=268&uid=13526>

УДК 616.89

С.В. Нечаева, Л.В. Скорнякова, Д.С. Васильева
(Томск, Томский государственный педагогический университет)

ПРОФИЛАКТИКА ПРИЧИН СУИЦИДАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Анализируются особенности суицидального поведения детей и подростков; даны необходимые сведения о профилактике суицидального поведения в учебных заведениях; приведены типы суицидального поведения и их проявление.

Ключевые слова. Суицидальное поведение, подросток, индикаторы суицидального риска, профилактика; антисуицидальные факторы.

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) утверждает, что большое количество людей заканчивают совою жизнь добровольно. Это говорит о том, что происходит распространение самоубийств в гражданском обществе. По сравнению с показателями всех убийств и войны, суицид имеет лидирующую позицию.

В России высокий показатель самоубийств среди населения подросткового возраста. По официальным данным в России коэффициент самоубийств в 3 раза превышает средний показатель в мире, Россия занимает одно из первых мест в мире по количеству завершённых суицидов среди подростков. Об этом заявил в ходе онлайн-конференции в РИА Новости уполномоченный при президенте РФ по правам ребенка Павел Астахов.

По данным статистики количество детей и подростков, покончивших с собой, составляет около 13,0 % от общего числа умерших от неестественных причин. За последние годы самоубийством покончили жизнь свыше 14-ти тысяч несовершеннолетних. Распространёнными причинами самоубийств являются семейные конфликты, неразделенная любовь, неприязнь в обществе и низкая самооценка подростка [6].

Суицидальное поведение – это проявление суицидальной активности, выраженной в советующих мыслях, высказываний, намерений, угроз, попыток и покушений. Этот термин более широкий, чем суицид, который является формой диванного поведения.

Суицидальное поведение может иметь различный характер, следует различать следующие типы: [3, С. 33].

1. Демонстративное поведение.
2. Аффективное суицидальное поведение.
3. Истинное суицидальное поведение.

Демонстративное суицидальное поведение не представляет собой реальной попытки самоубийства. Совершается для выражения отчаяния с целью получить должное сочувствие и внимание. Такой тип суицидального поведения не менее опасен, как другие. Зачастую на фоне демонстрационного суицидального поведения случаются несчастные случаи. *Аффективное суицидальное* поведение – тип суицидально поведения, совершаемого под состояниями ярких негативных эмоций.

Истинное суицидальное поведение самый опасный тип поведения. Он характеризуется продуманным планом действий против своей жизни. Это особо трудное психическое состояние, при котором человек не видит никакого выхода из ситуации, как уход из жизни. Даже если у подростка не получится сделать задуманное с первого раза, он будет пробовать снова и снова. В там случае очень важно своевременно оказать психологическое лечение. Проявление суицидального поведения представлено в таблице. (Приложение Таблица 1.Типы суицидального поведения).

Таблица 1. Типы суицидального поведения

Демонстративное суицидальное поведение	Аффективное суицидальное поведение	Истинное суицидальное поведение
Проявляется в виде: <ul style="list-style-type: none"> • порез вен • изображение повешения • отравление неядовитыми лекарствами 	Чаще всего прибегают к: <ul style="list-style-type: none"> • отравлению токсичными сильно действующими препаратами • попытками повешения 	Проявляется в виде: <ul style="list-style-type: none"> • намеренное повешение • выход на проезжую часть • утопление

Томские ученые СибГМУ, исследуя возрастную динамику отношения детей и подростков к суициду и смерти в Томской области, выявили, что дети-суициденты 6-7 лет крайне редко совершают осознанные самоубийства. В своем юном возрасте они еще не понимают всей серьезности своих суицидальных действий, которые

проявляются в виде побега из дома, притворства, выходом на проезжую часть и др.

Дети в возрасте 10-12 лет уже понимают смерть, как исчезновения навсегда, но нет глубокой осознанности того, что смерть – это конец существования человека на Земле. Суицидальное поведение ребенка в этом возрасте основывается на стремлении показать свою значимость, он хочет таким способом наказать близких, друзей и других обидчиков [4].

Дети в подростковом возрасте больше уязвимы к воздействию внешних негативных фактор из-за переломного момента в своей жизни. Когда организм ребенка меняется, происходит интеграция многих аспектов личности. Это психологически сложный для подростков переход из детства во взрослую жизнь.

Огромную роль в профилактике причин суицидального поведения является психическое благополучие педагогов. Они должны быть обучены техникам эмпатического слушания, ведения доверительной беседы, установления психологического контакта, ведения групповых дискуссий. Педагогам полезно владеть технологией обучения социальным навыкам, коррекции поведения [2, С.19].

Школа - это огромный организм, в котором все должно быть направлено на создание и выращивание нового современного поколения. Но не малое значение в предотвращении суицидов является правильное воспитание родителей, их поведение и отношение к ребенку. Имеет важность в какой атмосфере находится школьник каждый день.

Педагоги, родители и родные должны помогать ребенку найти себя в жизни, чтобы он задался целью и делал все возможное для ее достижения, тогда у него не будет времени на вредные занятия, общения не в соответствующих компаниях. Для этого детей с раннего возраста отдают в различные кружки, секции, факультативы и др. Но бывают случаи, когда ребенок подвергается воздействию индикаторам суицидального риска (таблица 2).

Таблица 2. Индикаторы суицидального риска [5]

Индикаторы	Примеры
Ситуационные	Любая ситуация, воспринимаемая человеком как кризис, может считаться ситуационным индикатором суицидального риска. Смерть близкого; публичное унижение; свидетель несчастного случая; одиночество и другие.
Поведенческие	Уход из дома; задержка развития; употребление алкоголя; самоизоляция; резкое изменение активности; изменение привычек; несоблюдение правил личной гигиены, ухода за внешностью); выбор тем разговора, связанных с самоубийством; частое прослушивание траурной или печальной музыки;

	расставание с дорогими вещами или деньгами; приобретение вещей для совершения суицида и др.
Коммуникативные	Однозначные или двужначные слова, со суицидальным смыслом; шутки, иронические высказывания о желании умереть, о бессмысленности жизни; разговор о плане суицида и способах его совершения и др.
Когнитивные	Разрешающие установки относительно суицидального поведения; негативные оценки самого себя, окружающего мира и будущего; ощущение своей ничтожности, не имение права на жизнь; восприятие мира, как места страданий; неведение хорошего в своем будущем и др.
Эмоциональные индикаторы	Амбивалентность по отношению к жизни; переживание горя; безразличие к своей жизни, подавленность, беспомощность, отчаяние; переживание личных проблем; депрессия; несвойственная агрессия или ненависть к себе: гнев и злость, раздражительность; враждебность; проявление деградации.

Сотрудникам образовательного учреждения необходимо принимать во внимание наличие индикаторов суицидального риска, приведённых в таблице. Именно наличие этих признаков может указывает на высокий уровень суицидального риска. Социальному педагогу, учителю или психологу необходимо на первых стадиях формирования суицидальной мысли обратиться в службу экстренной психологической помощи или специалисту в сфере превенции суицидов, которые должны принять меры по оценке состояния данного учащегося. Это позволяет провести диагностику суицидального риска у учащихся.

При осуществлении начального этапа профилактики суицидов среди учащихся необходимо учитывать индивидуальные особенности детей и подростков, а также специфику образовательной среды.

Важным аспектом профилактики суицидов среди детей и подростков является не только выявление у учащихся группы риска, но и увеличение антисуицидальных факторов, которые имеются у любой личности.

Основными антисуицидальными факторами защиты являются:

1. доверительные отношения между членами семьи;
2. поддержка со стороны семьи;
3. уверенность учащегося в себе, в своих силах, уверенность в завтрашнем дне; убежденность в способности достижения жизненных целей;
4. общительность;
5. умение обращаться за помощью при возникновении трудностей;

6. умение получать помощь у взрослых, для принятия важных решений;
7. открытость мнению и опыту других людей;
8. способность впитывать новые знания и открытость ко всему неизвестному;
9. социальная активность (участие в общественной жизни, например, в образовательных мероприятиях, членство в обществах и т. д.) [1].

Психологическая защита подростка зависит от количества антисуицидных факторов, которые защищают его от срыва в неблагоприятных ситуациях. Ребенок начинает концентрировать свое внимание на том, что ему важнее, отстраняя весь негатив.

Устранение причин суицидального поведения в образовательных организациях осуществляется в 4 уровня профилактики суицидального поведения.

Цель первого уровня заключается в повышении групповой сплочённости в школе. Для этого организуются различные мероприятия по созданию общих школьных программ психического здоровья, здоровья среды в школе, так чтобы дети чувствовали заботу, уют, любовь. Организация внеклассной воспитательной работы, разработка эффективной модели взаимодействия школы и семьи, а также школы и всего общества.

Второй уровень заключается в выделении групп суицидального риска; повышение осведомленности персонала и учащихся о признаках возможного суицида. К мероприятиям первичной профилактики относится диагностика суицидального поведения, индивидуальные и групповые занятия по обучению проблем-разрешающего поведения, поиска социальной поддержки, ее воспитания и оказания, повышению самооценки, развитию адекватного отношения к собственной личности.

Третий уровень - вторичная профилактика, целью которой является предотвращение самоубийства. К мероприятиям третьего уровня относится оценка риска самоубийства, оповещение советуемого учреждения психического здоровья. Контакты компетентных специалистов в г. Томске в оказании помощи суицидальным подросткам, а также контакты служб экстренной психологической помощи приведены ниже.

Важной частью в любой профилактике является снижение последствий и уменьшение вероятности дальнейших случаев. Это и есть 4 уровень профилактики причин суицидального поведения, который осуществляется при помощи возможности проконсультироваться с психологом, наблюдением за эмоциональным климатом в школе и его изменениями. В связи с полученными в ходе исследования данными по профилактике самоубийств среди учащихся является разумным распространить исследования среди населения. При помощи

добросовестного выполнения и соблюдения всех уровней профилактики суицидального поведения сотрудниками образовательных учреждений, можно своевременно оказать психологическую помощь, в виде профилактических бесед психолога с трудными детьми и ими родителями. Это однозначно поможет сократить число самоубийств у детей и подростков.

Список литературы

1. Васильева О.С. Осознание смысла жизни как средство профилактики 1. суицидального поведения подростков // Журн. практ. психолога. - 2000. - № 10/11. - С. 103-107.

2. Васильева, Д.С. Методы диагностики суицидального поведения школьников / Д.С. Васильева, В.С. Тормышева // Всероссийский фестиваль науки НАУКА 0+. XXI Международная конференция студентов, аспирантов, и молодых ученых «Наука и образование». Т.V. Ч.1: Профессиональное образование в области технологии, дизайна, безопасности жизнедеятельности, транспорта и сервиса. – Томск : Изд-во ТГПУ, 2017. – С.13-17

3. Корнетов А.Н., Шелехов И.Л., Силаева А.В., Толстолес Е.С., Морева С.А., Ленок Е.А. Профилактика суицидального поведения в учебных заведениях. Методические рекомендации для педагогов и кураторов методические рекомендации / А.Н. Корнетов, И.Л. Шелехов, А.В. Силаева, Е.С. Толстолес, С.А. Морева, Е.А. Ленок – Томск: ООО «Рекламная группа Графика», 2013. – 56 с.

4. Моховиков А.Н. Суицидология: прошлое и настоящее / А.Н. Моховиков. - Москва: ООО «Когито-Центр», 2013. - 569 с.

5. Превенция самоубийств. Руководство для учителей и других работников школ / Под ред. В.А. Розанова, А.Н. Моховикова - Всемирная Организация Здравоохранения (ВОЗ), Одесский Национальный Университет им. И.И.Мечникова. – Одесса, 2007. – 25 с.

6. Смертность российских подростков от самоубийств / Детский фонд ООН (ЮНИСЕФ). – М.: ООО «Бэст-принт», 2011. - 132 с. Суицидология: учебное пособие / И.Л. Шелехов, Т.В. Каштанова, А.Н. Корнетов, Е.С. Толстолес. – Томск: Сибирский государственный медицинский университет, 2011. – 203 с.

МОЛОДЕЖЬ КАК ФАКТОР ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОТЕСТОВ

Аннотация. Рассматривается роль молодежи в политических протестах. Выделяются социально-демографические и психологические характеристики данной группы, влияющие на участие в протестах. Рассматривается опыт неконвенционального участия молодежи, выделяются меры дерадикализации.

Ключевые слова. Молодежь, политический процесс, политический протест.

Практика показывает, что такая форма политического участия, как протест, является неотъемлемой частью политической жизни любого демократического общества. В связи с постоянными проявлениями такой формы поведения в различных странах актуализируется ряд вопросов, требующих научной разработки. В указанном проблемном комплексе одно из важнейших мест занимает вопрос о молодежи как субъекте политических протестов. Это обуславливается тем, что она, являясь довольно активной социальной группой, предстает также одним из активнейших участников протеста, что, в свою очередь, вызывает ряд проблем в организации конструктивного диалога между данной социальной группой и властью, а также в сохранении стабильности политического порядка.

Прежде всего, необходимо отметить важные психологические и социальные характеристики молодежи, обуславливающие её участие в политических протестах. Многие исследователи (О. И. Габа, П. А. Меркулов, Л. Пастухова и др.) определяют данную группу как довольно активную и легко мобилизующуюся, к чему прибавляется также "...стремление к получению сильных ощущений, публичная демонстрация независимости, ориентация на такие ценности, как уважение и справедливость (и более острая, чем у старшего поколения, реакция на действия, им противоречащие)..." [1, с. 152]. В то же время, кроме психологических, важнейшую роль играют социально-стратификационные характеристики: предписанность статуса (вступающая в противоречие со стремлением к самостоятельности), социальная перспективность (зачастую наталкивающаяся на наличие преград для её реализации), маргинальность (что выражается в отсутствии устоявшейся системы нормативно-ценностных установок и склонности к агрессии), а также особая важность молодежи для общества (что вызывает негативные реакции в молодежной среде, когда сочетается осознание данной значимости и наличие преград для

самореализации) [2, с. 146]. Данные характеристики, несомненно, определяют значительную склонность молодежи к протестному поведению.

В то же время, необходимо рассмотреть практику участия исследуемой социальной группы в протестах. Тезис о молодежи как активном акторе неконвенциональных форм политического участия подтверждает исследование "История, Математика и некоторые итоги дискуссии о причинах Русской революции" Гринина Л. Е., Коротаева А. В., Малкова С. Ю. В данной работе на примере Гражданской войны в Алжире (1991-2002гг.) было выявлено, что рассматриваемая группа населения является основной движущей силой политического протеста. Как показала статистика, в указанный период времени для демографической структуры Алжира был характерен так называемый "молодежный бугор" (стремительный рост удельного числа молодежи), когда её доля достигала 20-23% от всей численности населения. При этом, как отметили ученые, демографический всплеск обусловил резкий "...рост безработицы, и при этом особо высокой оказывается безработица именно среди молодежи, т.е. той части населения, которая наиболее склонна к агрессии и восприимчива к радикальной агитации. В такой ситуации удержать социальную систему от мощных политических потрясений обычно оказывается крайне сложно (хотя, конечно, и не полностью невозможно)" [3, с. 390]. Данные факторы, соединившись с популяризацией исламского фундаментализма и рядом других причин, по мнению исследователей, обусловили активное участие молодежи не только в протестных акциях, но и в боевых действиях в рамках гражданской войны. Данные выводы ученые подтвердили в работе "Революции и нестабильность на Ближнем Востоке", посвященной событиям Арабской весны. На примере революционного процесса в Египте было показано, что так же, как и в Алжире, "двигателем" протестов была молодежь, страна переживала демографический всплеск, сопровождавшийся ростом безработицы и подъемом популярности ислама [4, с. 24-58]. Можно также отметить события во Франции в мае 1968 года, приведшие к отставке президента Шарля де Голля и крупным преобразованиям не только в политической системе, но и во всем обществе. Именно студенческая молодежь стояла в авангарде забастовок и демонстраций, активно проявляя свою политическую позицию.

Как показали вышеуказанные события, молодежь действительно является важнейшим актором политических протестов. В свою очередь, это актуализирует необходимость разработки способов, позволяющих снизить деструктивные последствия участия молодежи в протестах или ослабить степень её партиципации. Например, Пономарев Н. А., Белов С. И., Майлис А. А. называют следующие меры: выделение специальных квот для молодежи в государственных органах и общественных

организациях, устранение множества формальных и неформальных ограничений при приеме на работу в них, поддержка молодежных организаций, создание площадок для обсуждения с участием молодежи, отказ от угроз и репрессивных мер в стремлении ограничить участие в протестах и др. [1, с. 162-165]. Стоит отметить, что условия для самореализации молодежи необходимо создавать не только в области государственного управления и общественных движений, но и во всех секторах общества, поддерживая при этом эффективность и справедливость системы социальных лифтов.

В заключение можно утверждать, что молодежь действительно является важнейшим актором политических протестов, что было подтверждено в ходе работы. Прежде всего, был выявлен ряд социально-демографических и психологических характеристик молодежи, которые, как было предположено, побуждают данную социальную группу к участию в неконвенциональных формах политического участия. Данное предположение подтвердилось в ходе рассмотрения опыта Алжира, Египта и Франции, связанного с крупными протестами. Было выявлено, что молодежь не только являлась их активным участником, но, в некоторых случаях, выступала инициатором данных событий. При этом был назван ряд мер, который может помочь не только снизить степень и деструктивные последствия молодежного участия, но и обеспечить самореализацию перспективных молодых людей.

Список литературы

1. Габа О. И. Молодежь как субъект протестных настроений / О. И. Габа // Знание. Понимание. Умение. – 2015. – №1. – С. 144-151.
2. Гринин Л. Е., Коротаев А. В., Малков С. Ю. История, Математика и некоторые итоги дискуссии о причинах Русской революции / Л. Е. Гринин, А. В. Коротаев, С. Ю. Малков / О причинах Русской революции / Ред. Л. Е. Гринин, А. В. Коротаев, С. Ю. Малков. – с. 368–427. М.: ЛКИ/URSS
3. Гринин Л. Е., Исаев Л. М., Коротаев А. В. Революции и нестабильность на Ближнем Востоке. 2-е изд. – М.: Московская редакция издательства «Учитель», 2016. – 384 с.
4. Пономарев Н. А., Белов С. И., Майлис А. А. Противодействие росту вовлеченности молодежи в радикальный политический протест (на материалах массовых выступлений 2017 г.) / Пономарев Н. А., Белов С. И., Майлис А. А. // Государственное управление. Электронный вестник. – 2018. – №67. – С. 150-169.

А.С. Спирин, Е.Р. Ахметшина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ И МОТИВАЦИОННЫЕ УСТАНОВКИ БУДУЩИХ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация. В статье речь идет о внедрении высоких технологий в экономические процессы, а именно отрасли ИТ в Ульяновской области. Выявляются трудовые ценности молодых ИТ-специалистов при выборе компании-работодателя. Обращение к авторскому исследованию «Факторы эффективного формирования и продвижения HR-бренда ИТ-компании».

Ключевые слова. Трудовые ценности ИТ-специалистов, мотивационные установки будущих ИТ-специалистов, ИТ-специалисты Ульяновской области.

Внедрение высоких технологий в экономические процессы становится всё более явным и глубоким – уже сейчас ИТ-отрасль страны имеет все возможности стать экспортной: в России объём экспорта ИТ-технологий составляет 7 миллиардов долларов (на втором месте после экспорта вооружений). В Ульяновской области при поддержке властей ИТ-кластер показывает высокие темпы роста: с начала 2016-го года число ИТ-компаний, аккредитованных Минкомсвязи, удвоилось (с 40 до 80), общее количество превышает 250.

Рост высокотехнологичной отрасли требует не только качественного состава работников – общероссийский дефицит профессионалов в области программирования и разработки требует от владельцев и HR-менеджеров ИТ-компаний обращаться к недавно выпустившимся из учебных заведений и ещё только обучающимся с целью не только покрыть этот дефицит, но и создать «кадровую подушку» для последующей гибкости в развитии компании. В связи с этим необходимо понимать, как эффективно работать с приходящими на в ИТ-отрасль специалистами; знать, какие трудовые ценности их привлекают, и использовать именно их.

Также важным является определить содержание понятия «трудовые ценности». Так, по мнению исследователя Б.В. Черникова [1.С.153], трудовые ценности – усвоенные нормативные верования, которые определяют поведение и формируют основания для социальных ожиданий, включая ожидания от рабочей среды. Здесь ценности становятся критерием, который создаёт средства оценки важности предпочтений на работе.

Исследователь Шприман выделяет в области управления персоналом «жесткие» и «мягкие» факторы. «Жёсткие» факторы формализованы и связаны с официальными документами (зарплатная плата и график работы). «Мягкие» факторы менее формальны и реже закреплены в документах (баланс работы и личной жизни, местоположение, возможности для обучения и повышения, увлекательность работы и атмосфера на рабочем месте). Изучением различных факторов выбора IT-специалистами места работы занимались исследователи И.М. Козина, Е.В. Виноградова, Ярушкина Н.Г., Святлов К.В., Шиняева О.В., Ефремов Д.А., Афанасьева Т.В., Наместников А.М.

Целью работы является выявление трудовых ценностей молодых IT-специалистов при выборе компании-работодателя. В связи с этим обратимся к авторскому исследованию «Факторы эффективного формирования и продвижения HR-бренда IT-компании», которое проводилось среди учащихся и обучающихся на IT-направлениях общеобразовательных, средних специальных и высших учебных заведений города Ульяновска (выборка репрезентативная, квотная, n=440). Здесь стоит выделить основные трудовые ценности, которые демонстрируют будущие IT-специалисты при выборе компании-работодателя.

Это высокий уровень заработной платы (87%), возможность профессионального и карьерного роста (78%), техническая оснащённость рабочего места (73%), возможность заниматься значимыми для общества проектами (71%) и желание применять в работе все навыки и способности, приобретённые во время обучения (77%). Здесь стоит отметить следующие тенденции: при повышении трудового опыта респондента в виде стажировок, практики или реальной работы снижается запрос на высокую заработную плату – и наоборот; для будущих специалистов, имеющих опыт разработки в 3-5 лет, но не имеющих трудового опыта в отрасли, крайне важна известность компании-работодателя и известность созданных ею проектов.

В связи с итогами в системе трудовых ценностей молодых IT-специалистов можно выделить следующие особенности.

Система мотивации при поиске рабочего места и непосредственной работе в высокотехнологической отрасли значительно различается при изменении трёх показателей молодых сотрудников: возраст, длительность опыта разработки и программирования, а также наличие и длительность трудового стажа в IT-компаниях во время обучения. При этом связь между запросом на высокую зарплату и наличием и длительностью трудового опыта в отрасли обратно пропорциональна: чем длительнее трудовой стаж молодого разработчика в IT-отрасли, тем ниже его запрос на высокую зарплату. Вместе с этим запрос на высокую зарплату первостепенен для

тех молодых программистов, которые имеют опыт в разработке не менее 3-5 лет, но не имеют трудового опыта (100% респондентов) – для этой же категории важна известность и общественная значимость разработанных компанией-работодателем проектов (69% респондентов). Доброжелательное руководство как фактор трудоустройства совершенно неважно молодым специалистам, которые уже успели поработать более 1 года в отрасли, но крайне важно тем, кто работает менее года – ровно такая же ситуация с тем, важна ли на рабочем месте доброжелательная и профессиональная команда: молодой специалист становится всё более автономным в решении рабочих задач. С увеличением опыта в разработке молодому сотруднику важно знать, что он использует свои навыки и способности максимально эффективно – но с получением непосредственно трудового опыта данный фактор в своей значимости начинает отходить на второй план: профессионализм с течением времени повышается, но сотрудник начинает специализироваться лишь на определённом спектре задач в разработке.

В связи со всем этим можно сказать, что будущие сотрудники IT-отрасли, обучающиеся сейчас в лицеях, техникумах и вузах, склонны чаще ставить финансовый аспект работы несколько выше, чем остальное – но вопрос минимальной заработной платы в IT-отрасли урегулирован (средняя зарплата в отрасли на специальностях разработки находится на уровне 70 000 – 100 000 рублей) и покрывает финансовые запросы любой категории сотрудников.

Таким образом, на первый план могут в ближайшие годы выйти другие трудовые ценности – желание работать над интересными и значимыми для общества проектами, иметь хорошее оборудование для выполнения любого спектра задач, желание иметь развитие профессионализма и карьеры, а также желание и готовность применять весь спектр полученных в ходе обучения навыков и способностей для решения задач в программировании и разработке.

Наше исследование выявило основные трудовые ценности молодых IT-специалистов: помимо высокой заработной платы, это возможность профессионального и карьерного роста, важные и значимые проекты для общества, а также хорошее техническое оснащение рабочего места и применение полного спектра имеющихся у сотрудника умений и навыков.

Список литературы

1. Черников Б.В. «Дифференциация трудовых ценностей среди поколений современных работников» // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 385. – С. 153–158.

А.И. Халимов

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К БРАКУ КАК ОСНОВА ФАМИЛИСТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. В последнее время можно заметить, что отношение молодежи к бракам поменялось, стало более упрощенным и легкомысленным. В статье проводится теоретическое описание и выявляется причина кризиса семьи у сегодняшней молодёжи, а также выявляются особенности выбора мотивов для вступления в брак.

Ключевые слова. Молодежь, брак, семья, институт семьи, мотивы для вступления в брак.

Семья - одна из важнейших жизненных ценностей человека. На протяжении многих веков роль семьи и брака занимали ведущее место в жизни каждого индивида и всего общества. Являясь носителем духовных и культурных ценностей, она служила источником нравственных идеалов и образцов поведения. Нельзя не согласиться с тем, что и в современном мире семья является основой общества. Именно семья с самого раннего возраста закладывает фундаментальные качества человека, формирует основные ценности, идеалы, моральные нормы, закладывает первые уроки нравственности, обеспечивая тем самым полноценное формирование личности. Семья, как социальный институт, обеспечивает стабильное развитие общества, оказывает регулирующее воздействие на многие процессы и явления общественной жизни и выполняет ряд других немаловажных функций, способствующих эффективному и полноценному развитию нашего общества.

В последнее время можно заметить, что отношение к браку и семье в молодежной среде стало более упрощенным и легкомысленным. Вступая в брак, молодые люди всерьез не задумываются над принятым решением, так как не имеют достаточно четких представлений о семейной жизни. Можно проследить такую тенденцию, что большинство из них не стремятся к созданию семьи и официальной регистрации своих отношений. Как следствие одной из самых распространенных форм отношений на сегодняшний день является гражданский брак (сожительство), который не ставит своей целью рождение и воспитание детей, а значит и не выполняет основной функции семьи как полноценного социального института. По мнению многих исследователей, популярность гражданского брака в молодежной среде приводит к ряду проблем, обуславливающих кризис

института семьи и порождающих демографическую нестабильность нашего общества.

Цель данной статьи: теоретически описать и практически выявить причину кризиса семьи у сегодняшней молодёжи и выявить особенности выбора мотивов для вступления в брак.

Несмотря на положительное отношение к близким внебрачным отношениям, проведенный Долбик-Воробеем опрос в ее работе «Студенческая молодежь о проблемах брака и рождаемости» показал, что все-таки главными для молодежи являются официально зарегистрированные союзы - 61% студентов состоят в юридически оформленном браке, а 39% - в гражданском [1].

По результатам многочисленных исследований можно наглядно продемонстрировать усредненный портрет современного молодого человека. В настоящее время ситуация складывается следующим образом: главными мотивами оформления официальных отношений становится любовь, а также взаимопонимание и общие интересы, немаловажной составляющей остается наличие постоянного полового партнера. Несмотря на популярность в современном мире гражданского брака, все же большинство молодежи предпочитают официально регистрировать свои отношения. А приверженности молодежи к гражданским бракам можно обосновать не только их безответственностью, легкомысленным поведением и утратой семейных ценностей, но и возможностью, в связи с увеличением в последнее время числа разводов, избежать дальнейших трудностей. Гражданский брак в этом случае выступает в некоем роде пробной версией брака. А в основе решения молодых людей заложен здравый смысл и рассудительность. Но негативным остается тот факт, что на первом месте по жизненным целям молодого поколения становится работа, карьера и образование. Молодежь отдает предпочтение материальной выгоде и нацелена в первую очередь на материальный успех. К тому же в последние десятилетия четко стала прослеживаться тенденция увеличения брачного возраста и откладывание создания семьи на более поздний период жизни.

Фондом Общественного мнения в 2014 году было проведено исследование «О молодежи: возрастные границы, ценности, особенности». На вопрос о жизненных целях, имеющих первостепенное значение для молодежи, половина ответили «работа», «совершенствование в профессии», «карьера»; 19 % - «получение образования», «востребованность профессии»; 13 % - «деньги, богатство» и только 6% готовы к созданию семьи [2].

Главная цель семьи, как социального института, заключается прежде всего в передаче базовых общественных норм морали от поколения к поколению, обеспечивая тем самым элементарные навыки общения и успешный процесс социализации человека. В настоящее

время для многих семья перестает быть главной жизненной ценностью, снижаются мотивы, побуждающие людей вступать в брак. В данном случае можно говорить о кризисе семьи [3].

Понятие «кризис семьи» используется в значении понимания общей ситуации, сложившейся в сфере семейно-брачных отношений, в более узком смысле кризис семьи означает ряд проблем, возникающих в семейно-брачных отношениях. Кризис института семьи стал наиболее ощутимым и очевидным к концу 70-х годов XX века. В первую очередь он проявляется через такие явления, как увеличение числа неполных семей; появление нетрадиционных, однополых браков, свободных союзов, приведших к ослаблению прочности браков; очень большое количество разводов; низкий уровень рождаемости, не обеспечивающий воспроизводство населения.

Также кризис института семьи обусловлен такими серьезными проблемами, встречающимися в молодых семьях, как материальная несостоятельность, жилищные проблемы, проблемы трудоустройства и медицинского обеспечения, психологические проблемы, заключающиеся в адаптации молодых супругов друг к другу и новым условиям. Все эти показатели, коснувшиеся российского общества, негативно влияют на рождаемость и приводят к демографическому кризису [4].

Некоторые юноши видят главную причину кризиса семьи в экономической независимости женщины, которую позволили ей приобрести условия современного общества. Успешно реализовав себя в профессиональной сфере женщина зачастую перестает нуждаться в мужчине. Работа и карьера становятся главными ориентирами жизни, поэтому рождение детей откладывается на более поздний срок, не редкостью становятся внебрачные дети.

Одной из весомых причин кризиса института семьи является увеличение числа разводов. Развод как официальное расторжение брака можно рассматривать и в качестве результата эволюции семейно-брачных отношений и как проявление кризиса института семьи. Интенсивное нарастание числа разводов можно было наблюдать еще в советское время, когда распадался каждый третий брак. Упрощение процедуры развода привело к увеличению разводимости почти в два раза. Уже в 1999-2002 годах число разводов возросло на 60%. Если в 1970 г. число разводов составляло 30 %, то в 2015 г. количество разводов достигало 53 % от числа заключенных браков [5].

Сегодня к разводам стали относиться намного проще и воспринимают данное явление как норму общественной жизни. В результате у исследователей сложились две разные точки зрения: одни ассоциируют развод как негативное явление, приводящее к кризису семейно-брачных отношений и отрицательно влияющим на многие общественные процессы, другие считают, что развод - это важный элемент современной семейной жизни, отражающий индивидуальную

свободу и равноправие полов. Однако можно с точной определенностью сказать, что большой процент распада семей негативно сказывается на многие общественные процессы, тормозит экономику страны, способствует развитию демографического кризиса [6].

Таким образом, молодежь является неким определяющим фактором, от которого зависит развитие и полноценное функционирование всего общества. Ведь основа человеческого бытия - семья. Как следствие необходимостью становится формирование у молодежи серьезного отношения к созданию семьи, правильного представления о браке, воспитание бережного отношения к семейным ценностям.

Список литературы

1. Долбик-Воробей Т. А. Студенческая молодежь о проблемах брака и рождаемости // Социологические исследования. – 2003. – № 11.
2. О молодежи: возрастные границы, ценности, особенности: опрос населения «ФОМнибус» 6-7 сентября 2014 г. // Официальный б. Яновский К., Русакова Е., Тараповская К. и др. - Кризис института семьи в постиндустриальном обществе: анализ причин и возможности преодоления. М.: Норма, – 2008. – С. 45.
3. Хачатрян Л. А. Развод - обратная сторона брака // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. - 2010. - № 1. - С. 23.
4. Антонов А. И., Медков В. М. Социология семьи. - М.: Изд-во МГУ, - 2006. - С. 304.
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.
6. Ковалев С. В. Психология современной семьи. – М.: Просвещение, – 2010. – С. 208.

УДК 654.191

К.Д. Холкина, О. В. Шиняева

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РАДИО В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Радио является уникальным средством массовой информации, конкурировать с которым может только телевидение. Поэтому мы определяем роль радио в формировании социокультурных ценностей молодежи.

Ключевые слова. Радио, радио и молодежь, социокультурные ценности молодежи.

Человек каждый день получает массу новой информации, порой даже не задумываясь о ее источнике - телевидение, радио, печатная продукция, реклама, интернет - все это источник той или иной информации, которая ежедневно оказывает влияние на выбор индивида [1, с.22]. Роль СМИ давно вышла за грани простой передачи информации, сегодня – это главный идеологический институт в обществе, который посредством информации формирует мировоззрение молодого поколения, активно влияет на процесс трансформации его ценностных ориентиров. В социальных процессах постоянно подвергаются проверке устоявшиеся представления человека о самом себе, своем месте в социуме, отношении к миру и к людям. Вхождение молодого человека в новую среду сопровождается определенными процессами в самосознании: мобильные трансформации социальных стереотипов, системы ценностей, жизненных установок, модели поведения [2, с.35].

Радио – уникальное средство массовой информации, обладающее большим потенциалом инульturaции. Ни газеты, ни телевидение не оказывают такого значимого влияния на развитие воображения, как радио. Именно радио оставляет слушателю наибольшую свободу в принятии решений, формировании собственного мнения, так как не имеет столь мощного орудия для манипулирования как видеоряд. В системе современных средств массовой информации по оперативности с радио может конкурировать только Интернет. Но, несмотря на то, что в последние годы "всемирная паутина" стала мощнейшим средством массовой коммуникации, традиционные средства массовой информации остаются востребованы среди молодого поколения, благодаря значительной трансформации медиа-системы и освоению электронными СМИ цифровых механизмов передачи информации [3, с.307].

Цель нашей работы – определить роль радио в формировании социокультурных ценностей молодежи.

А.В. Куприянова отмечает, что под влиянием тех или иных информационных потоков, предоставляемых обществу через различные каналы, формируются поведенческие модели молодежи: отношение к социально-значимым экономическим, политическим и иным явлениям, происходящим в России; формирование контекста восприятия текущих событий в индивидуальной и общественной жизни; разработка жизненных планов. Акустичность радио наряду со способом доставки его сообщений составляет основу специфики этого средства массовой коммуникации, в которой заложены и большие возможности, и некоторые ограничения [5, с.37]. Уже сегодня радио становится не только аудиальным, но и визуальным средством. На сайтах многих радиостанций появляется видеотрансляция эфира и другие визуальные материалы. У слушателей-зрителей появляются новые возможности в

получении информации. По мнению Г.В. Спиридоновой, «современное радио должно не только осваивать новые каналы распространения программ, но и смело использовать возможности, предоставляемые цифровыми технологиями – от присутствия в социальных сетях и управления сообществами лояльных слушателей до новых подходов к созданию увлекательного контента и онлайн-исследований поведения аудитории» [6, с.63].

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 [7, с. 225]. Исследователь медиаобразования молодежи И.В. Жилавская подчеркивает, что «медiateкст воспринимается современными молодыми людьми одновременно и как смысл, и как графический образ, и как вершина информативности, гипертекстовость – основные характеристические признаки информационного айсберга. Молодежь желает все и сразу. Мультимедийность, или современный медiateкст, который востребован молодежной аудиторией» [8, с. 187].

Для конкретизации результатов мы провели количественное исследование методом анкетного опроса «Радио в современной жизни» (ноябрь-декабрь 2017г, n=500). Результаты опроса показали: 40% опрошенных считают, что радио по-прежнему останется актуальным и имеет место быть. Половина респондентов придерживается мнения, что радио, как канал коммуникации, постепенно теряет свою целевую аудиторию и через несколько лет прекратит существование. Остальные не имеют точного мнения. Однако эксперты радио-индустрии утверждают обратное: аудитория радио постепенно растет и будет расти в ближайшие 10-15 лет. Современные средства коммуникации, в том числе Интернет, являются лишь еще одним способом доставки контента аудитории. Образовавшаяся тенденция Интернет-коммуникаций показывает, что большая часть молодежи активно слушает радио в Интернете: по данным Яндекс, в течение месяца представители в возрасте от 22 до 30 лет запрашивали слово «радио» 8 млн раз; «слушать радио онлайн» - 2,5 млн. раз; «слушать радио онлайн бесплатно» - около 1 млн. раз. Это говорит о том, что радио по-прежнему остается востребованным каналом коммуникации среди молодежи. Анализируя отношение слушателей к радио, можно охарактеризовать его как положительное: 80% слушают его постоянно, однако для половины респондентов от числа слушающих радио, оно играет не первостепенную роль: чаще всего это радио в фоновом режиме – в маршрутке, в машине по дороге на работу. В результате

исследования мы установили интересную тенденцию: Интернет для респондентов – основной источник получения необходимой информации. Однако это информация общего характера: объявления, информация о вузе, поиски места проведения досуга; о таких важных сферах, как культура, спорт, туризм молодые люди предпочитают получать информацию из традиционных СМИ, в том числе 50% опрошенных получают данную информацию через радио. Поэтому, несмотря на то, что Интернет – глобальный информационный источник, он не пользуется доверием молодежи в получении социально-значимой информации, средством культурного обогащения и развития слушателей. Мы выяснили, что слушателям было бы интересно узнавать о состоянии региона, экономике и представителях профессий. Эфир радиостанции сегодня на 80% носит музыкально-развлекательный характер, в то время как предпочтения слушателей выражаются в потребности аналитики, познавательных и культурных программах. Чаще всего, нехватку ощущают респонденты среднего возраста, так как радио для них – основной источник получения информации. Современное радиовещание перестало учитывать содержание интерактивного диалога между радиостанцией и социокультурной средой. Респонденты готовы к обсуждению социально-значимых проблем, к обсуждению серьезных тем, однако содержательных программ в эфире недостаточно, в то время как эти программы необходимы и могут повлиять на решение важных вопросов в обществе.

Итак, радио остается оперативным источником продвижения информации и является одним из каналов коммуникации, который оказывает непосредственное влияние на формирование социокультурных ценностей молодежи. Однако слабый учет социальных потребностей молодых слушателей снижает уровень доверия и интереса к радио как каналу коммуникации. Современный радио-эфир не удовлетворяет все информационные запросы молодежи, эфирная составляющая радиостанций, способных заинтересовать данную аудиторию, направлена в основном на развлечения. Радиостанции больше заботятся о получении прибыли, чем об удовлетворении социокультурных потребностей слушателей. Если ситуация не изменится, радио останется, но радиокommunikации утратят свои функции в социализации молодого поколения, интеграции молодежи в культурное сообщество, мобилизации молодых людей для решения актуальных проблем общества и конкретного региона.

Список литературы

1. Жинушова С.О. Роль СМИ как основного фактора трансформации социальной идентичности молодежи Кыргызстана в современных условиях /С.О. Жинушова// Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. - №21. – №5. – С.18-35

2. 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. – №13. – С. 35-45.

3. Савина С.В. Роль СМИ в процессе усвоения молодежью социокультурных ценностей /С.В. Савина// Вестник Адыгейского университета. – 2015. –№10. – С.305-319.

5. Куприянова А.В. Информационные интересы молодежи в аспекте медиабезопасности и их реализация в городской молодежной радиопрограмме/А.В. Куприянова// Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №1. – С. 30-39.

6. Спиридонова Г.В. Радио в глобальной медиаконкуренции /Г.В. Спиридонова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №2. – С. 59-67.

7. Косимова, С. Важность радио как инструмента связи с общественностью и современные проявления рекламного сообщения в структуре вещания/ С. Косимова // Вестник Торгово-технологического института. – 2010. – №4. – С. 240-267.

8. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежи / И.В. Жилавская // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №1. – С. 180-191.

УДК 311.213

Д.И. Чичкин, О.В. Шиняева

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В СРАВНЕНИИ С ДРУГИМИ ГРУППАМИ НАСЕЛЕНИЯ

Аннотация. В данной статье говорится о том, что компьютерная грамотность стала неотъемлемым атрибутом каждого современного человека, и обучение навыкам работы на компьютере всех групп населения является весьма важной задачей. Чтобы лучше разобраться в теме работы приводятся данные социологического исследования.

Ключевые слова. Компьютерная грамотность, молодежь, сравнение, современное общество, Интернет, препятствия.

Новые информационные технологии все глубже проникают в жизнь людей, компьютерная грамотность стала неотъемлемым атрибутом каждого современного человека. Информатизация – это не

просто еще одна характеристика общества, но качественное изменение всей среды обитания человека, характеристика, значение которой специалисты ставят в ряд с изобретением колеса и печатного станка. Она меняет привычные характер и форму восприятия информации. Владение компьютерной грамотностью является одним из основных требований современного общества, а ее формирование – одной из наиболее актуальных задач. От успешного решения этой задачи, зависит эффективность широкого использования вычислительной техники, и, в конечном счете, перспективы научно-технического и экономического развития российского общества, а также увеличение социальной защищенности населения.

Обязательной частью информационной культуры в современных условиях является компьютерная грамотность. Всё больше государственных и социальных услуг обретают электронный вид, пользование различными сервисами осуществляются с помощью Интернета, поэтому обучение навыкам работы на компьютере всех групп населения является весьма важной задачей. Считается, что молодёжь наиболее восприимчива к новым технологиям. Целью данной работы является ответ на вопрос: действительно ли молодое поколение – наиболее продвинутый пользователь компьютерных технологий?

Для выявления уровня компьютерной грамотности молодёжи было проведено социологическое исследование, посвящённое информационному неравенству населения. Анкетирование проводилось Ульяновским государственным техническим университетом среди разных возрастных категорий: 18-35 лет (молодёжь), 36-55 лет (люди среднего возраста) и старше 55 лет (люди пожилого возраста), а также в разных типах населенных пунктов: крупный город (региональный центр), средний и малый город, поселок городского типа. Всего опрошено 1050 человек.

Один из наиболее интересных показателей анкеты – уровень использования компьютера. Классификация пользователей по знанию компьютеров несколько условна и зависит от среды, где она применяется, но в целом выглядит так: согласно данным опроса 49% молодёжи принадлежат к активным пользователям; среди людей 36-55 лет – 36%, и старше 55 лет – 17%.

Но также стоит подчеркнуть, что большое количество опрошенных молодых людей оказались пассивными пользователями компьютера (35%). Лидирующее место занимают люди от 56 лет (79%). На втором месте – люди в возрасте 36 – 55 лет (60%). Программирующими пользователями, в основном, являются молодые люди (15%), люди в возрасте 36 – 55 лет (3%) уступают по этому показателю людям от 56 лет и старше (4%). Программистов среди опрошенных возрастных групп всего 2% – 18-35 лет (1%) и 36-55 лет (1%). Системных программистов в числе респондентов не оказалось.

На вопрос: «Какими информационно-компьютерными навыками вы обладаете?» подавляющее большинство молодых людей выбрало вариант ответа «поиск информации в каталогах, поисковых системах» (82%); на втором месте ответ «хранение информации» (72%); на третьем – «систематизация информации» (57%); на четвертом – «применение информационных и телекоммуникационных технологий для решения задач» (46%); на пятом – «владение навыками работы с мультимедийными справочниками» (44%) и на шестом – «преобразование информации из графической в текстовую, из аналоговой в цифровую» (40%). «Однако свободный доступ к технологиям и умение искать информацию не гарантируют, что у молодых людей есть все необходимые навыки для успешного существования в цифровой среде. Международные исследования показывают, что сегодняшняя молодёжь – не «цифровые аборигены», с рождения умеющие пользоваться технологиями. Им не хватает знаний и навыков, чтобы эффективно пользоваться информационными и компьютерными технологиями, критически их оценивать и не подвергать себя опасности» [2].

Владение компьютерной грамотностью зависит от «места проживания респондента». Наблюдается недостаток компьютерной грамотности молодого населения в разных типах населенных пунктов. Результаты анкетирования показали, что молодые жители крупного (регионального) центра, средних и малых городов имеют практически одинаковый уровень компьютерной грамотности. Жители поселков городского типа не отстают от городских жителей, а по некоторым показателям даже преуспевают. Например, это хорошо просматривается по такому уровню как «активный пользователь». В поселках городского типа их проживает значительное число (44%), в отличие от крупного города (35%) и среднего, малого города (30%).

Анализируя полученные результаты, мы подчеркнули: исходный уровень владения молодёжью компьютерной грамотностью выше среднего. Цифровое неравенство затрагивает молодых людей из социально уязвимых групп: проживающих в многодетных или малообеспеченных семьях, не имеющих одного из родителей, студенческих семьях, в семьях с родителями-инвалидами. «Численность людей, которые в данный момент находятся в трудной ситуации и нуждаются в немедленной социальной поддержке, за последние годы значительно возросла» [1]. Молодые люди, не имеющие компьютера в личном пользовании, не могут каждый день повышать уровень владения информационно-компьютерными навыками. Проблема связана с нехваткой денег на приобретение вычислительной техники и получение необходимых знаний в области компьютерных технологий.

В современных условиях, школы и библиотеки, благодаря нововведениям (внедрению компьютерных классов и подключению к

всемирной сети Интернет) могут восполнять недостающие компетенции в области информационно-компьютерных технологий. «Программы и мероприятия для детей и подростков в библиотеках способствуют повышению цифровой грамотности и приобретению навыков, необходимых для жизни в XXI веке» [2].

Итак, молодёжь – это наиболее продвинутый пользователь компьютерных технологий не зависимо от места проживания. Все приведенные выше данные исследования говорят о том, что большая часть молодого поколения обладает простыми (начальными) информационно-компьютерными навыками. Можно с уверенностью утверждать, что разделение идет не только по разным возрастным группам в умениях использования компьютерных технологий, но оно прослеживается и в отдельно взятой возрастной категории, такой как молодёжь. Некоторые молодые люди в виду каких-либо препятствий не могут в полной мере получать необходимые умения и навыки, вследствие этого у них возникает проблема в адаптации проживания в современном мире.

Список литературы

1) Гаркавая Л. Меры социальной поддержки – это что такое? Понятие и виды. [Электронный ресурс] // fb.ru – 2017. – URL: <http://fb.ru/article/345611/meryi-sotsialnoy-podderjki---eto-cto-takoe-ponyatie-i-vidyi> (дата обращения: 30.05.18).

2) Твитчетт Л. Повышение цифровой грамотности детей и молодёжи: возможности и проблемы для библиотек. [Электронный ресурс] // gazetargub.ru – 2017. – URL: <http://gazetargub.ru/?p=6383> (дата обращения: 03.06.18).

УДК 311.42

Д.И. Чичкин, И.Г. Гоношилина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПРЕДПОЧТЕНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ВЫБОРЕ МАРКИ АВТОМОБИЛЯ

Аннотация. В данной статье говорится о предпочтениях российского общества в целом и молодёжи в частности в выборе марки автомобиля. Определяется место автомобиля в современном мире. Приводятся данные исследования и онлайн-опроса, благодаря которым можно лучше разобраться в теме статьи.

Ключевые слова. Российская молодежь, автомобиль, предпочтения, марка, выбор, средство передвижения, отечественные автомобили, иностранный автопром.

На данный момент времени насчитывается большое количество автомобильных марок. Какие-то из них мы ценим за непревзойденный стиль, комфорт и качество, другие за надежность, безопасность и уверенность в том, что не один тип грунта не заставит автомобиль остановиться. У каждого водителя есть индивидуальный «пакет» предпочтений в отношении авто. Целью данной работы является ответ на вопрос: какие марки автомобилей ценит российское общество, а особенно молодежь?

В первую очередь автомобиль – это средство передвижения, без которого невозможно представить жизнь современного общества. В ситуациях, в которых встает вопрос о выборе средства передвижения, автомобиль практически всегда будет являться доминирующим вариантом.

Нередко при выборе своего первого автомобиля неопытный человек, чаще всего это представитель молодого поколения, допускает множество ошибок. Но именно так проще научиться различать хорошо выполненную работу от низкокачественной, методом проб и ошибок.

Группой компаний «АвтоСпецЦентр» было проведено исследование, в процессе которого выяснилось, как за минувшие 20 лет россияне изменили свой выбор в отношении автомобиля. И вот что нам стало известно: «за последние двадцать лет автомобиль твердо перешел из категории «роскошь» в «необходимое средство передвижения. Изменилось не только отношение к автомобилям в целом, но и отношение к их стоимости, доступности, способам приобретения, техническим характеристикам. Эксперты ГК «АвтоСпецЦентр» проанализировали, как трансформировались предпочтения российских автовладельцев за последние 20 лет. Доля отечественных марок в российском автопарке сейчас составляет 45%. В начале 90-х по дорогам нашей страны ездило 11,5 млн. автомобилей, из них 600 000, чуть более 5%, представлены моделями зарубежного автопрома. В 2017 году процент импортируемых иномарок составил уже 39%, иномарки отечественной сборки – 22%. Самой популярной иномаркой в первом полугодии 2018 года стала KiaRio – на рынке было реализовано 51 558 экземпляров. Второе место занимает HyundaiSolaris с показателем 33 857 штук, на третьем месте – HyundaiCreta – 33 224 тыс. авто. В 1998 году первое место по популярности у потребителей занимали представители немецкого автопрома – Mercedes, BMW, Volkswagen. Среди отечественных авто наиболее востребованы были ВАЗ 2109, ВАЗ 21099. Число автомобилей на душу населения выросло в

2 раза; изменились предпочтения автолюбителей: качество важнее цены, ремонт – только в сервисе, срок владения – не более 4 лет» [2].

Если говорить о марках отечественных автомобилей, то самые популярные представители – это LADA, Волга, ЗИЛ, Москвич, ГАЗ, КАМАЗ и, конечно же, УАЗ. Каждая компания может похвастаться богатой историей, пусть не всегда все складывалось, так как было нужно, но ведь именно трудности дают сильный толчок в стремлении к совершенствованию старого и рождению нового, жизненно необходимого. Каждая марка на протяжении долгих лет гордо несет звание российского автомобиля.

Важно не только обладать интересной историей, хорошо отлаженным механизмом производства и качественной продукцией, но и уметь привлечь внимание потребителя, заинтересовать его. Особенно сложно построить связь с молодым поколением. Например, Ульяновский автомобильный завод с помощью разных инструментов пытается наладить связь с молодежью, то есть с потенциальными покупателями, а возможно и будущими кадрами. Завод обновляет свои машины, придавая им вид автомобиля 21 века [6]. Периодически организуются мероприятия, благодаря которым молодое поколение может поближе познакомиться с историей завода и непосредственно с самим производством [5]. Предприятие способствует обучению будущих специалистов [1]. УАЗ демонстрирует возможности своей продукции [3].

Ввиду своей относительной дешевизны, особенно поддержанные продукты отечественной автомобильной промышленности, пользуются большой популярностью у молодого поколения водителей. Это действительно достаточно удобно, не прибегая к услугам общественного транспорта добраться до любого места в кратчайшие сроки, конечно же, при этом, не нарушая правил дорожного движения. Многие молодые люди заботятся о своем личном пространстве, автомобиль в этой ситуации также здорово выручает, есть место удобно расположиться самому и расположить свои вещи там, где, по мнению молодежи, им самое место.

Главной задачей темы работы является установление предпочтений российской молодежи в марках машин. Благодаря аналитическому агентству «Автостат» мы можем увидеть следующие данные: «эксперты аналитического агентства «Автостат» составили рейтинг самых популярных среди молодых россиян марок машин. В онлайн-опросе приняли участие 88 тысяч автолюбителей в возрасте до 35 лет. При этом 15,6 процента респондентов указали, что предпочитают машины марки Toyota. Второе место заняла отечественная Lada с показателем в 14,4 процента, а за бренд Nissan отдали голос 6,4 процента опрошенных. Также специалисты выяснили, какие модели автомобилей наиболее востребованы у молодежи. Так, первую строчку заняла Lada Samara (4,5 процента голосов), вторую –

FordFocus (три процента), а на третьем месте оказалась ToyotaCorolla (2,7 процента). В пятерку лидеров вошли также Lada 2110 (2,5 процента) и LadaKalina (1,7 процента)» [4].

Итак, мы можем увидеть, что молодое поколение российских водителей во многих случаях предпочитает иностранным компаниям производителей отечественных «колесниц». Этот факт не может не радовать. Есть повод с уверенностью говорить о том, что российская молодежь останется лояльной к маркам автомобилей отечественных брендов.

Список литературы

1) Берендеева Е. УАЗ открывает новые возможности для студентов УлГТУ // «Панорама УАЗ». – 2018. – №30. – С. 3.

2) Как изменилось предпочтения российских автовладельцев за 20 лет? [Электронный ресурс] // www.autodela.ru – 2018. – URL: http://www.autodela.ru/main/top/review/izmenenia_v_predpochteniah (дата обращения: 10.10.2018);

3) Калининская Е. УАЗ вошел в первую десятку призеров в общем зачете «Ладога Трофи 2018» и завоевал серебро в чемпионате Европы // «Панорама УАЗ». – 2018. – №17. – С. 1 – 2.

4) Назвали самые популярные автомобили у молодежи. [Электронный ресурс] // ria.ru – 2018. – URL: <https://ria.ru/avto/20180925/1529302836.html> (дата обращения: 11.10.2018);

5) На Ульяновском автомобильном заводе проходит «Неделя без турникетов». [Электронный ресурс] // life.uaz.ru – 2018. – URL: <http://life.uaz.ru/about/news/3946/> (дата обращения: 12.10.2018);

6) Обновленный УАЗ Патриот поступит в продажу // «Панорама УАЗ». – 2018. – №33. – С. 1.

УДК 316

А.М. Четин

(Курск, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации)

АДАПТАЦИЯ К СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ ВЧЕРАШНИХ АБИТУРИЕНТОВ

Аннотация. В статье анализируются методы адаптации студентов-первокурсников в первые месяцы учёбы в высшем учебном заведении
Ключевые слова. Студенчество, первокурсники, студенческий совет

Статус студента высшего учебного заведения вводит молодого человека в новую систему отношений, требующую систематического напряжения, связанного с самоопределением, самодисциплиной и

самоорганизацией, что не всегда самостоятельно удастся ему сделать. В связи с этим процесс социальной адаптации протекает для студента болезненно, выражаясь в самых различных формах кризиса, от смены специальности, вуза, города до депрессии, апатии и пр. [1]. Для решения этих проблем есть студенты старших курсов и кураторы, которые проводят мероприятия для адаптации к учебе в ВУЗе.

Далее будет представлен анализ адаптивных мероприятий для студентов-первокурсников Ульяновского филиала РАНХиГС.

Таблица 1

Мероприятие	Общее количество студентов-первокурсников		Количество участников	
	2017	2018	2017	2018
Верёвочный курс	34	46	30	30
Психологическая игра «Мафия»	34	46	18	24
Школа Актива	34	46	15	15
Волонтёрство	34	46	15	8
Business battle	34	46	25	27
Дебют первокурсника	34	46	34	46

Нами было взято 6 мероприятий, которые ежегодно проходят в первые 2 месяца учебного года. В таблице мы можем видеть динамику участия первокурсников в данных событиях. Стоит отметить, что количество участников Верёвочного курса в процентном соотношении сократилось на 23%, однако в количественном — осталось неизменным. Неизменным в процентном соотношении осталось количество участников психологической игры «Мафия», однако в количественном соотношении этот показатель вырос. Заметно снизился, как в процентном, так и в количественном соотношении показатель участия в волонёрской деятельности. Это говорит о том, что в 2018 году не всех первокурсников заинтересовало данное направление. Школу Актива в количественном соотношении посетило в 2018 году такое же количество студентов, что и в 2017, однако в процентном соотношении этот показатель снизился на 12%.

Таким образом, намечается общая тенденция среди первокурсников: нежелание принимать участие в большинстве мероприятий, вследствие меняющихся интересов, загруженности на учёбе и обыкновенной лени. Также стоит сделать акцент на некачественной работе Студенческого Совета в отношении привлечения первокурсников к тем или иным действиям.

Советы для грамотной адаптации студентов-первокурсников:

1. Студенческому Совету перед началом учебного года определить ответственных по секторам; каждый должен завлечь к себе несколько новых студентов для принесения новых идей.
2. Приходить к использованию нестандартных приёмов к привлечению первокурсников (выдавать приглашения, поощрять, организовывать общие выходы/выезды, награждать небольшими подарками)
3. Развивать Медиа-сферу для качественного освещения студенческого контента.
4. Проводить опросы среди первокурсников об их желаниях и возможностях.

Список литературы

1. Албитова Е.П. Социальная адаптация студентов — условие формирования субъектной позиции, социального статуса «студент ВУЗа» / Е.П. Албитова, Г.И. Рогалева // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2015. – №4 (13). С. 7-10.

УДК. 327.091

Е.П. Шадрина, А.И. Костерина, Р.А. Сайфутдинов
(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации
имени главного маршала авиации Б.П. Бугаева)

РОЛЬ МОЛОДЁЖНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация. Данная статья направлена на рассмотрение основных аспектов молодежной политики в сфере международных отношений. Представлены основные принципы международного молодежного сотрудничества, а также его роль и значение в политике страны.

Ключевые слова. Молодежь, международные молодежные организации, международная деятельность молодежи, международные отношения.

Одним из основных направлений политики в нашей стране является международное молодежное сотрудничество. Сейчас происходит активное вовлечение молодежи в процесс развития Евразийского экономического союза, укрепления общего гуманитарного пространства Содружества Независимых Государств и привлечение перспективной зарубежной молодежи к реализации российских социально-экономических проектов; поддержка участия российской молодежи и молодежных объединений в международных структурах, а также в работе форумов, конференций и фестивалей; содействие в

реализации программ двусторонних обменов, развитие сотрудничества с международными организациями (МО) соотечественников, проживающих за рубежом[2].

На ранних этапах формирования международных отношений молодежная политика не учитывалась и только в XX-XXI вв. стала формироваться как результативное политическое звено.

Приоритетной задачей нашей страны является обозначение места молодежи в политической сфере, так как она обозначается как один из показателей социально-общественных отношений.

В данный момент международные организации все больше привлекают к себе внимание правящего аппарата, что способствует их развитию.

Огромное значение имеет инициативность молодежи, которая является одной из движущих сил глобальных тенденций, а также их деятельность которая оказывает непосредственное влияние на тенденцию развития имиджа Российской Федерации.

Сейчас наиболее перспективными направлениями в деятельности молодежи являются совокупность использования форм, средств и методов традиционной дипломатии для ведения международной деятельности.

Сотрудничество в сфере молодежной политики - это сложная система, учитывающая потребности субъектов данной сферы, как на национальном, так и на международном уровне, и создающая необходимые условия для их взаимодействия, а также с зарубежными субъектами.

Основными принципами взаимодействия являются:

- принцип системности –отношения государств к МО рассматривается как потенциально открытая динамическая целостность, все элементы которой находятся во взаимосвязи и взаимозависимости. Данный принцип учитывает социальные, экономические, организационно-правовые и другие факторы, влияющие на поддержание отношений, а, следовательно, привлечение и анализ различных видов информации;
- принцип открытости и прозрачности – предполагает открытость и доступность информации, отражающей становление сотрудничества, уровень заинтересованности лиц к результатам международных проектов и программ в сфере молодежной политики[1].

Результативность сотрудничества основывается на действиях страны и используемых ею ресурсами, отвечающих ее приоритетным целям.

На современном этапе развития существует большое количество международных МО. Самые крупные из них представлены в Таблице.

Таблица 1

Название организации	Характеристика
AIESEC	международная МО, объединяющая активную молодежь из 107 стран мира, основана в 1948 г.
Students in free enterprise(SIFE) (Молодёжь в свободном предпринимательстве)	разрабатывают и реализуют проекты обучения различных групп населения базовым понятиям, идеям, законам рыночной экономики и свободного предпринимательства. Основаны в 1984 г.
YouthForUnderstanding (Молодежь за Взаимопонимание)	Крупнейшая МО по обмену школьниками и студентами. Основаны в 1951 г.
JuniorChamberInternational (Международная молодежная палата)	МО объединяющая 132 страны мира и представляет от имени более чем 8 тыс. молодежных организаций, занимающиеся развитием лидерских качеств молодого поколения. Основаны в 1944 г.

МО становятся всё более полноправными, а главное, активными деятелями мировой политики[3]. Но, в тоже время, у МО есть зависимость от других субъектов международных отношений, которая даёт толчок к их развитию в будущем как одной из ключевых сил.

Международное молодежное сотрудничество - область, требующая системных решений и модернизированных технологий. Ряд направлений при анализе результатов сотрудничества могут служить индикаторами правильности решений и стать критериями оценки молодёжных международных взаимосвязей.

Список литературы

1. Концепция внешней политики Российской Федерации. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/news/785> (дата обращения: 08.10.2018).
2. Распоряжение Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 08.10.2018).
3. Т., Становая. Молодежные организации в современной России // Информационный сайт политических комментариев ПОЛИТКОМ.РУ.- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.politcom.ru/2005/analit275.php>. (дата обращения: 08.10.2018).

РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Рассматриваются социологические исследования, направленные на изучение роли Интернета в жизни современной молодежи.

Ключевые слова. Интернет, социальная сеть, молодежь, досуг, общение.

В современном обществе без Интернета просто невозможно представить жизнь. Он стал универсальной справочной системой, средством общения, источником дохода, частью культуры. Погружаться в виртуальный мир стало не просто увлекательно, но и модно.

По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 81% россиян пользуются Интернетом, из них 65% выходят в Сеть ежедневно, 14% - несколько раз в неделю или месяц, 2% - крайне редко. Наиболее активную аудиторию составляют 18-24-летние жители России, из которых 97% пользуются Интернетом ежедневно, при этом 71% проводят во Всемирной Паутине более 4-х часов ежедневно [5].

Какую роль играет Интернет в жизни современной молодежи? Обзор научной литературы свидетельствует, что в настоящее время у исследователей неоднозначное отношение к данному вопросу. В. М. Фатьянов отмечает, что «под его воздействием происходят изменения в ценностных ориентациях молодежи» [7]. Т.Б. Малинина, К.М. Никитина указывают, что Интернет можно рассматривать как «образ жизни современного поколения» [3].

Социологические исследования, направленные на изучение роли Интернета в жизни современной молодежи, показывают следующую картину.

Вызывают интерес результаты опроса, проведенного на базе Астраханского государственного университета, в котором приняли участие 50 студентов. 38% респондентов назвали общение и поиск информации в Сети наиболее предпочитаемыми занятиями по выходным и в свободное время, 24% - указали Интернет на втором месте. Лишь 7% участников опроса отметили, что Всемирная Паутина для них стоит на последнем месте в предложенном списке [4].

На вопрос «Что для Вас Интернет?» 83% студентов ответили «это средство общения и поиска нужной информации», а остальные 17% – это важная часть их жизни.

Результаты опроса свидетельствуют, что в настоящее время Интернет является главным средством досуга для молодежи.

Проведенное в июле 2017 года исследование в формате онлайн-анкеты с открытыми и закрытыми вопросами среди 10000 пользователей социальной сети «ВКонтакте» от 14 до 25 лет из России (по данным Mediascope сеть охватывает 93% населения этого возраста) показало, что социальная сеть занимает значительное место в жизни молодых россиян: 81% респондентов рассказывают об успехах друзьям «ВКонтакте», 62% - ежедневно смотрят видео, 75% - ежедневно слушают музыку [6]. Таким образом, молодежь предпочитает пребывание в виртуальном мире, теряя интерес к «живому» общению с родными и друзьями в реальной жизни. **Размещение в социальных сетях информации и фотографий близких может привести к разногласиям из-за пренебрежения нормами базовой этики, что может оказать негативное воздействие на отношения в семье и с друзьями [2].**

Кроме того, в Интернете много противоречивой информации, оказывающей как положительное, так и отрицательное воздействие на человека. Возникает трудность в проверке её достоверности и полезности.

Вызывают тревогу некоторые результаты анкетирования 120 студентов, проведенного на базе Самарского государственного экономического университета с целью выявления влияния Интернета на жизнь молодежи. На вопрос: «На что бы тратили время, если бы не сидели в Интернете?» были получены следующие ответы: 15% респондентов потратили бы на спорт, 16% - на учёбу, 21% - на творчество, 48 % - на что-либо иное. Вместе с тем, 3% опрошенных отметили, что без Всемирной Сети не смогут провести и одного часа, 52% - от одного до трех часов, 45% - более трех часов [1].

Данное исследование свидетельствует, что почти половина участников опроса даже не предполагают, чем занять свободное время кроме Всемирной паутины.

Следует заметить, что все респонденты в той или иной мере используют Интернет в учебных целях, но только 18% указали, что он нужен исключительно для учебы. При этом никто полностью не доверяет информации, полученной из Всемирной Сети [1, 4].

Таким образом, в современном обществе Интернет занимает важное место в жизни молодежи, являясь главным средством досуга, поиска информации, общения, обучения.

Необходимо правильно использовать Интернет: разумно ограничить время нахождения в нём, не стоит ставить виртуальное общение выше живого, реального, уметь отличать полезную информацию от бесполезных сведений.

Список литературы

1. Джулай, Д.В. Анализ влияния Интернета на современную молодежь / Д.В. Джулай, В.В. Паклина, С.И. Бондарев // Известия ИСУ. – 2015. – № 2(12). – С. 52-54.
2. Кадничанская, М.И. Влияние Интернета на семейные отношения / М.И. Кадничанская, Л.О. Щербакова // Наука и инновации в XXI веке: Актуальные вопросы, открытия и достижения: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 3 ч. Ч.3. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2018. – С. 223-225.
3. Малинина, Т.Б. Интернет как образ жизни современной молодежи / Т.Б. Малинина, К.М. Никитина // Наука и бизнес: пути развития. – 2017. - № 5(71). – С. 88-92.
4. Мухамедова, Р. М. Роль Интернета в жизни современной молодежи (на примере Астраханского государственного университета / Р.М. Мухамедова, С.В. Хомякова // Организация работы с молодежью. – 2012. – № 9. [Электронный ресурс]. URL: www.es.rae.ru/ovv/204-898 (дата обращения: 09.10.2018).
5. Просторы интернета: для работы или развлечений? Пресс-выпуск ВЦИОМ № 3767, 20.09.2018г. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9322> (дата обращения 08.10.2018)
6. Рыбачёк, Е. Российская молодежь предпочитает интернет реальной жизни и почти не смотрит ТВ. [Электронный ресурс]. URL: <https://techfusion.ru/61-rossijskoj-molodezhi-predpochitayut-internet-realnoj-zhizni/> (дата обращения 08.10.2018).
7. Фатьянов, В.М. Роль Интернета в современном коммуникативном пространстве российской молодежи: социокультурный аспект / В.М. Фатьянов // Вестник АГУ. – 2017. – Выпуск 2(199). - С. 135-138.

УДК 026.06

И.С. Шульга

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РОЛЬ ПУБЛИЧНЫХ БИБЛИОТЕК В ПОВЫШЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье определяются реальные и потенциальные функции библиотек в реализации информационных потребности молодежи. Рассматривается исследование, целью которого является выявление частоты посещения библиотек.

Ключевые слова. Публичные библиотеки, библиотеки и молодежь, посещение публичных библиотек.

Двадцать первый век – время информационных технологий. В наше время, каждый человек должен обладать навыками пользователя и ориентироваться в информационных потоках. Одной из важнейших проблем является информационное неравенство, оно несет собой социальное расслоение общества, так как основным массивом «ущемлённых в информационных правах» являются социальные низы, или регионы с неблагоприятной экономикой. В Российской Федерации проблема неравенства (как социального, так и информационного) особенно ощущается между центром и периферией. Информационно-цифровое неравенство осложняется не только отсутствием доступа к ИТ-технологиям, но и неспособностью их использования в силу возрастных, образовательных ограничений. Согласно исследователям РАН, факторы цифрового неравенства можно классифицировать следующим образом: возрастной, территориальный, имущественный, образовательный, культурный [1, с. 52].

Актуальность выбранной нами темы обоснована, во-первых, важностью проблемы информационного неравенства по отношению к молодежи, во-вторых, поиском решения данной проблемы с помощью различных организаций, в т.ч. - публичных библиотек.

Цель статьи – определение реальных и потенциальных функций библиотек в реализации информационных потребностей молодежи. Объект исследования – реализация информационных потребностей молодежи. Перед собой мы поставили следующие задачи: 1) определить место библиотек в реализации социокультурных потребностей молодого населения среди других учреждений культуры; 2) выявить востребованность среди молодежи функций библиотек; 3) проанализировать эффективность каналов, по которым продвигается информация об услугах библиотек в городском пространстве.

Современная публичная библиотека реализует только одну социокультурную потребность - предоставление доступа к информации [2, с. 13]. Информационная функция публичной библиотеки является приоритетной в представлениях населения и пользователей библиотек. В современном обществе публичные библиотеки реализуют образовательную и коммуникативную функцию, именно с этими функциями связаны социокультурные потребности посетителей библиотек. В настоящее время, аудитория библиотеки формируется, в основном, из представителей двух читательских категорий: а) учащихся средней школы и студентов, которые приходят в библиотеку с вполне конкретными запросами, определенными учебной программой или планом, и б) представителей более старших групп читателей (после сорока лет), для которых важны не столько конкретные информационные запросы, сколько общая атмосфера библиотеки и чтение «для души». Основными причинами непосещения библиотек населением регионов являются: загруженность делами, использование

домашней библиотеки, покупка книг, обмен литературой с друзьями, знакомыми, отсутствие свободного времени, а также ориентированность на другие никак не связанные с библиотекой интересы. У молодого населения публичная библиотека не является самым популярным и посещаемым учреждением культуры в городе.

По результатам опроса, проведенного в 2018 году, можно сказать, что большинство (72%) молодых людей на вопрос «Какова цель Вашего посещения публичной библиотеки?» ответили - учебно-познавательная. В основном это получение книг, и специальных пособий для учебы и домашнего задания. Можно сказать, что публичная библиотека просто является источником получения книг для молодежи. Лишь (38%) ответивших, осведомлены о новых услугах, а посещают ее 1-2 раз в неделю(7%). Основными барьерами в получения информационных услуг библиотеки, были выявлены: 1) Недостаток времени (51%), 2) Ограниченный фонд книг, газет и журналов (32%).

Исходя из результатов проведенного нами анализа, можно сказать, что для молодого поколения библиотека не является центром досуга и информационных технологий. В настоящее время она может заинтересовать молодежь как учебно-познавательное учреждение, потому что большинство нужной и полезной им информации они могут найти в Интернете. Библиотеки нуждаются в модернизации и усовершенствовании, они должны поменять свой формат и имидж в сознании молодого населения - стать Центром систематизированной информации и источником квалифицированной помощи в ее поиске. Но для этого публичные библиотеки должны обновить свою материальную базу и осуществить ребрендинг в кругах широких групп общественности. Не стоит забывать про хорошую и качественную рекламу, а также специальные PR-мероприятия, которые помогут увеличить приток молодых людей и их спрос на новые услуги публичных библиотек.

Молодежь станет активно посещать и пользоваться услугами библиотек при соблюдении следующих условий: 1) будет устранен или изменен устаревший формат их имиджа; 2) сотрудники публичных библиотек смогут оказывать помощь не только при личных контактах, но и он-лайн; 3) будет проведена модернизация оборудования, дизайн читальных залов и мест для общения посетителей.

Список литературы

1. Магомедова Н.А. Повышение уровня информационной культуры населения как средство преодоления «информационного неравенства»/ Н.А. Магомедова // Вопросы структуризации экономики. - 2016. - № 4. - С. 50-53

2. Акилина, М.И. Публичные библиотеки: тенденции обновления / М.И. Акилина, С.Г. Матлина // Библиотековедение. - 2015. № 2. - С. 13-19.

Раздел 3. Молодежные инициативы и предпочтения в сфере образования, науки и культуры

УДК 65.658

К.Д. Аглиулова, Е.Р. Ахметшина
(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

РОЛЬ МОЛОДЁЖИ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРОЕКТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Аннотация. В данной статье речь идет об отношении молодежи к сфере IT и как ее стоит развивать, через какие проекты осуществлять деятельность.

Ключевые слова. Проект «Умный регион», отрасль IT, отношение молодежи к IT, инновационное развитие, информатизация, активные пользователи ИКТ.

В последние годы Россия активно включилась в электронное строительство – приняты масштабные программы на федеральном и региональном уровнях, нацеленные на использование ИКТ для повышения качества государственного управления и государственных услуг населению и бизнесу, для развития социальной сферы. Преобразующее влияние современных информационно-коммуникационных технологий (далее - ИКТ) сказывается практически на всех сферах человеческой деятельности. С широкомасштабным использованием ИКТ сегодня связывают надежды на экономический рост и решение социальных проблем. Внедрение ИКТ во многом определяет сегодня развитие науки, образования, экономической и социальной сфер, способствует росту производительности труда и качества выпускаемых товаров, повышению эффективности работы государственных органов власти и их взаимодействия с обществом.

В регионах Российской Федерации реализуется проект информатизации «Умный регион». «Умный регион» - это концепция инновационного развития городов на основе внедрения в различные сферы жизни информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), способных ускорить развитие территорий и повысить качество жизни граждан. Это концепция масштабирования технологий умного города и развития цифровой экономики в рамках умной региональной специализации. [1] Согласно Глоссарию по информационному обществу [2], *информационно-коммуникативные технологии* – это процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов; приёмы, способы и методы применения средств вычислительной техники при выполнении функций сбора,

хранения, обработки, передачи и использования данных; ресурсы, необходимые для сбора, обработки, хранения и распространения информации.

Проблема, рассматриваемая в статье, заключается в том, что, с одной стороны, необходимо осуществлять продвижение проекта в разных возрастных группах. С другой стороны, молодёжь считается наиболее ИКТ-образованной частью населения, что говорит о возможности рассмотрения данной части населения, как движущей силы распространения проекта инновационного развития.

Целью статьи является рассмотрение ИКТ-компетенций и отношения молодёжи к ИКТ-проектам для определения роли в продвижении проектов инновационного развития территорий.

Для реализации цели обратимся к результатам авторского исследования «Общественное мнение как фактор реализации проекта «Умный регион»», которое проводилось среди жителей города Ульяновск и пригородных зон города (выборка репрезентативная, квотная, n=421. В качестве основных критериев выборки рассматривались возраст и уровень образования). Рассмотрим респондентов в возрасте от 18-29 лет.

Для определения роли молодёжи в продвижении проектов инновационного развития рассмотрим отношение молодёжи к информатизации в целом.

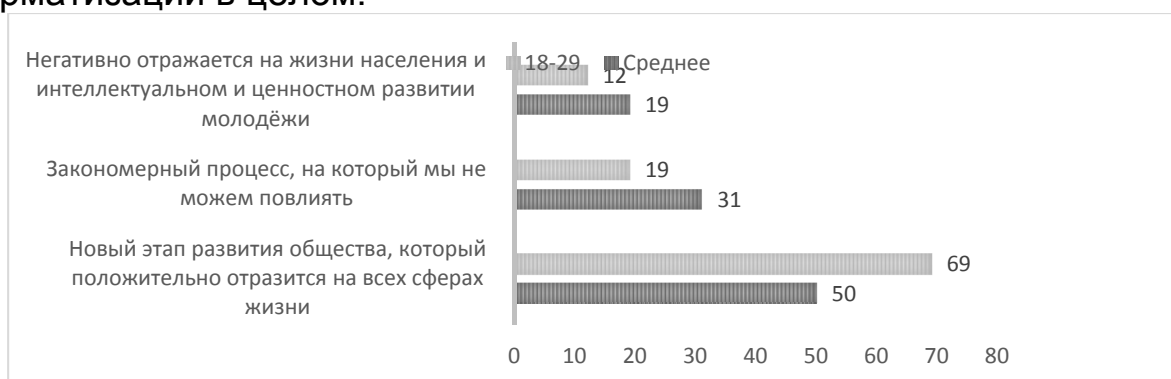


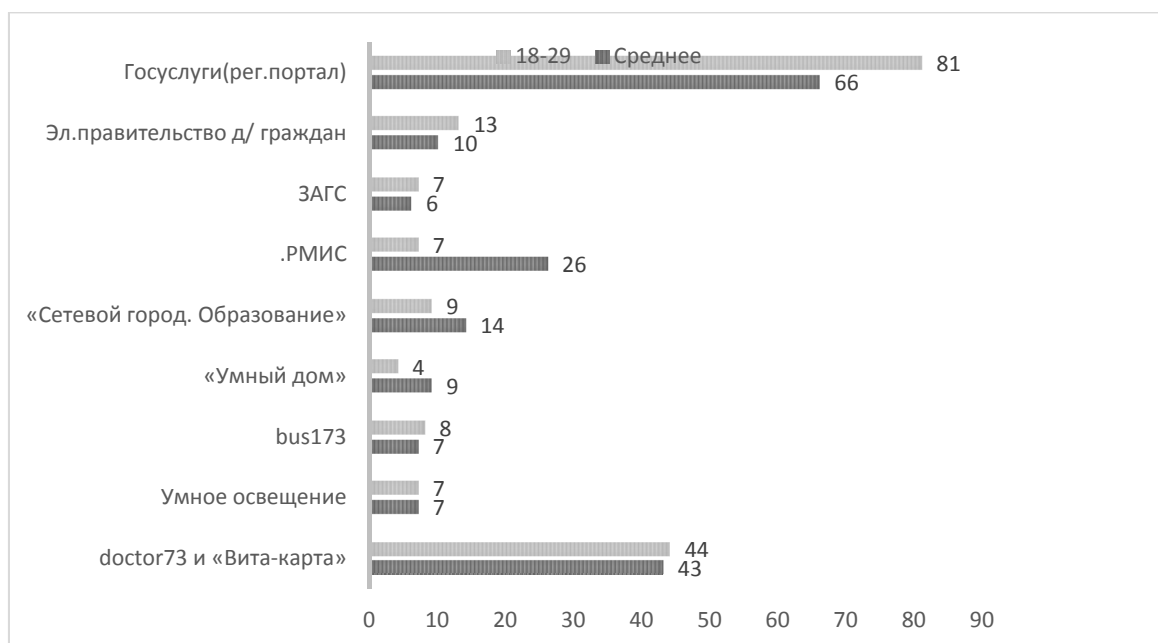
Рисунок.1 – отношение к информатизации (в % от числа опрошенных; n=421)

Две трети молодёжи считают, что информатизация окажет благоприятное воздействие на развитие общества. Это говорит о полностью положительном отношении молодёжи. В таком случае, данная категория населения может выступать агентами продвижения положительного имиджа проекта. Экспертные опросы показывают, что молодёжь является лидерами мнений для старшего населения. Это позволяет говорить о них как об эффективном канале коммуникаций.

Основным препятствующим фактором для распространения проектов инновационного развития выступает «Информационная бедность». В России только в 2000 г. столкнулись с новым видом неграмотности – «информационной неграмотностью», порождающей «цифровое неравенство», «информационную бедность». Термин

«информационное неравенство» означает расслоение общества по уровню доходов, составу семьи, уровню образования и получению новых знаний, что в конечном итоге затрудняет некоторой части граждан полноценный доступ к информации в сети Интернет. В данных условиях молодёжь может стать дополнительным ресурсом получения ИКТ-образования для населения в возрасте от 50 и более лет.

Несмотря на то, что данные опроса показали, что о проекте «Умный регион» знает лишь 12% процентов опрошенных, молодёжь осведомлена об имеющихся в регионе «умных технологиях» и использует их. Самыми популярными услугами, согласно результатам опроса, стали портал doctor73 и «Вита-карта» (44%) и портал Госуслуги (81%). Просматривается популяризация электронной записи к на приём к врачу с возможностью прихода к конкретному времени и оформление основных документов в пару кликов среди населения.



**Рисунок 2 – использование «умных технологий»
(в % от числа опрошенных; n=421)**

Молодёжь ярко демонстрирует проявление интереса к продуктам проекта «Умный регион». Благодаря владению навыками использования технических средств ИКТ, для данной категории населения не составляет труда освоить новые «умные технологии». Несмотря на это, остальная часть общества испытывает трудности и нуждается в поддержке и обучении. Молодёжь, занимая позицию лидеров мнения, может сыграть ключевую роль, приобщая своих родных к использованию. Электронных услуг.

Опираясь на полученные данные, мы можем отнести молодёжь к типу «Активные пользователи ИКТ», доля которых в обществе составляет 50%. Большинство в данной группе составляет молодежь от 18 до 39 лет. Уровень образования в данном типе представлен средним, неоконченным высшим и высшим образованием. По состоянию в браке в

данной группе выявляется преобладание свободных участников опроса над теми, кто в браке. Чаще всего представители данного типа являются студентами и руководителями высшего звена

Данный тип относится к растущей информатизации скорее положительно, таким образом, отмечая как положительные, так и отрицательные моменты. Этот же вывод подтверждается во взвешенной оценке влияния ИКТ на общество. Этот тип наиболее включен в различные информационные процессы, и большинство из них считают себя уверенными пользователями компьютерных систем, что позволяет говорить о его высокой роли в процессе продвижения проектов инновационного развития.

При работе с типом «Активные пользователи ИКТ» нужно учесть, что они активно проявляют себя в использовании информационно-коммуникативных технологий. Именно они могут стать теми, кто будет продвигать уже имеющиеся технологии в регионе и только что вышедшие. Именно на их мнениях и опыт использования можно будет опереться при доработке «умных технологий».

Наиболее удобным источником информации для них станут социальные сети. У МФЦ есть профили в социальных сетях. Необходимо усовершенствовать их работу, а не создавать новые. С помощью введения профильных рубрик, в которых будут подробно рассказывать об умных технологиях, приводить мнения пользователей, с помощью опросов собирать обратную связь, они смогут разбавить информационный поток и уменьшить свою зависимость от региональных пабликов. Аудитория читающих их профили станет больше и разнообразнее.

Они не нуждаются в дополнительной стимуляции потребления. Представляя из себя новаторов они способны стать лидерами мнений для второго типа населения.

Список литературы

1. <https://ulpressa.ru/2017/06/29/kontseptsiya-vnedreniya-intellektualnyih-tsifrovyyih-tehnologiy-v-ulyanovskoy-oblasti-umnyiy-region-na-2017-2030-godyi/>
2. Глоссарий по информационному обществу / Под общ.ред. Ю.Е. Хохлова. — М.: Институт развития информационного общества, 2009. — 160 с.

М.А. Винниченко

(Иркутск, Иркутский государственный университет)

СПРЕЙ-АРТ: НОВЫЙ СПОСОБ САМОВЫРАЖЕНИЯ МОЛОДЕЖИ ИЛИ ВАНДАЛИЗМ? ГРАФФИТИ В СОВРЕМЕННОЕ ВРЕМЯ

Аннотация. Рассматривается проблема спрей-арта, как подвида граффити в современном мире. Приводится обоснование ложности теории вандализма посредством граффити, а также основные варианты решения этой проблемы в рамках ценностных ориентаций современной молодежи. Описываются мероприятия, которые способствуют формированию положительного имиджа спрей-арта.

Ключевые слова. Спрей-арт, искусство, граффити, вандализм, ориентация современной молодежи, бабл, блокбастер, уайлд.

Искусство в современное время довольно разнообразно. С каждым днем появляется все больше стилей, жанров, форм, способов выражения, а с появлением такого направления живописи, как граффити, становится все сложнее понять, что пытается донести до общества молодое поколение своими, как многим кажется, глупыми, асоциальными и безрассудными рисунками на стенах зданий. Часто люди делают ложные выводы, осуждая, приписывая вандализм к творениям, которые во многих случаях можно считать талантом, но ведь не всегда данное действие является противозаконным и, возможно, стоит попытаться понять, кто они, художники, что рисуют граффити.

Первое понятие, с которым необходимо ознакомиться для понимания данного способа самовыражения – спрей-арт. Спрей-арт (англ. *sprayart*) — одна из разновидностей граффити (итал. *graffiti*), нанесение на здания и другие объекты городского пейзажа рисунков и надписей с помощью аэрозольной краски [1].

Мир узнал о граффити примерно 60-70 лет назад. В России направление визуального искусства начало своё распространение в 1980-х годах. Тогда художники-новаторы использовали рисунки для «метки» территории, на которой проживает их уличная группировка.

Основателем граффити, а именно его подвида – спрей-арта, является человек с никнеймомТАКІ 183. Этот никнейм состоял из номера улицы, на которой жил художник-новатор и его настоящего имени Таки. Когда он работал курьером, то оставлял свои теги по всему Нью-Йорку во время перемещения от точки до точки. Через некоторое время сотни тинейджеров стали оставлять свои имена в различных точках города.

Со временем появились новые стили разрисовки поверхностей, по всему миру начали появляться центры граффити-движений. Райтеры, как сами себя прозвали художники, оставляли надписи своих имен в железнодорожных депо и в метро, где была возможность исполнить объемные, времязатратные работы с меньшим риском, чем на городских улицах. Через некоторое время изменение стилей надписи исчерпало себя и тогда на помощь пришли цвет и размер. Благодаря этому нововведению граффити стали более живыми, яркими, красочными и запоминающимися. Вскоре при объединении стилей, цветов и различных размеров выделили 4 основных стиля, которые используются молодежью и сегодня. Рассмотрим данные стили.

В стиле «Бабл» (англ. *bubbleletters*— дутые буквы) все буквы округляются, становятся похожими друг на друга и получаются дутыми, похожими на пузыри. Чаще всего используются небольшое количество цветов, в основном два или три.

В стиле «Блокбастер» (англ. *Blockbuster*) все буквы преимущественно большие без переплетений и каких-либо графических изысков. Обычно моно- или двухцветные. Часто для их рисования используют валики, так как необходимо покрыть очень большие поверхности за короткое время.

Стиль «Уайлд» (англ. *Wildstyle*— дикий стиль) — является очень распространённым стилем, включающим в себя множество подстилей. Чертами этого стиля являются запутанные сплетения букв, острые углы, а также такие графические элементы, как осколки и стрелки.

В стиле «Дайм» или «FX» характерными чертами являются объёмность букв с ярко выраженной перспективой, игра света и тени, плавные цветовые градиенты и реалистичность картинки [1].

В целом, граффити отличается от подавляющего числа художественных работ, ведь они созданы в общественных местах и редко под эгидой городских властей. Но является ли данный тип живописи запрещенным? Вопрос довольно спорный. Многие считают, что это вандализм, антисоциальное явление, неуважение к архитектуре и просто безвкусица. Вторым понятием, с которым необходимо ознакомиться для понимания проблемы, затронутой в статье, является вандализм. Вандализм — одна из форм деструктивного девиантного поведения человека, в ходе которого уничтожаются или оскверняются предметы искусства, культуры [2]. Сами же райтеры не согласны с данной точкой зрения и имеют свои «законы», которые запрещают граффити на памятках культуры, на домах, представляющих культурную ценность, на мемориальных стенах и надгробиях.

Сегодня жители многих стран мира привыкли к красочным граффити во всех его проявлениях. Ежегодно проводятся фестивали, выставки и праздники, связанные с этим направлением современного искусства, которые дают возможность понять, что из людей, чьи рисунки

изображены на стенах, могут в итоге получиться неплохие дизайнеры, тату-мастера, художники, специалисты в сфере рекламы. В данном случае необходимо подчеркнуть функции, которые несет граффити: коммуникация, самовыражение, выражение отношения к чему-либо, демонстрация своего мастерства, знакомство со стилями, выплеск эмоций.

В России фестивали граффити проводятся в Омске, Новосибирске, Москва, Санкт-Петербурге, Иркутске и в других городах. На подобных фестивалях проводятся мастер-классы для детей, конкурсы и показательные выступления.

В Иркутске граффити начало развиваться примерно с 1990-х годов и активно развивается до сих пор на различных арт-заводах, например на арт-заводе «Доренберг». Создаются общественные группы и каналы в социальных сетях, выпускаются журналы и газеты, где освещаются основные новости и интересные факты о стрит-арте по всему миру. На рынке услуг начали появляться компании, которые выполняют граффити на заказ и получают за это немалую прибыль. Люди, райтеры, работающие в подобных компаниях, берутся лишь за выполнение легальных работ, которые разрешены и не задевают ничьих интересов. В их основные задачи входит: разработка индивидуального стиля компании, художественная роспись стен жилых и нежилых помещений, фасадов зданий, изготовление и нанесение трафаретов.

Теперь общественность начинает поддерживать райтеров, если они не нарушают чьи права и законы. Например, власти Москвы приняли закон о порядке нанесения граффити на внешние поверхности зданий. Суть закона не в прямом запрете любого стрит-арта на улицах столицы, а в утверждении процедуры согласования наносимых изображений. Возможно, разработка и утверждение подобных законов будет способствовать решению конфликта между граффитистами и людьми, которые выступают за сохранение эстетического вида городов.

Проблема спрей-арта как никогда актуальна в сегодняшнее время, но решить её вполне возможно. В первую очередь, необходимо понимать ценностные ориентации современной молодежи, а именно: возможность саморазвития, создание чего-то нового, познание себя и других, достижение значимых результатов во благо общества и изменение текущего порядка к лучшему.

Создавая специально отведённые места для райтеров, где для них не будет никаких запретов и опасности со стороны правоохранительных органов, может помочь решить конфликт между сторонами. Граффити могут прибавить яркости и индивидуальности городу, особенно в период развития программы «Уютный двор». Это может быть экспериментальная площадка, место для демонстрации данного творчества, конкурсы на оформление зданий, площадок в данном стиле. Правильный подход в организации подобных мероприятий создадут

возможность увидеть своими глазами красоту, идею, философию, которую пытаются донести до общественности художники.

Список литературы

1. Вандализм. [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Вандализм> (10.10.2018).
2. Спрей-арт. [Электронный ресурс]. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Спрей-арт> (10.10.2018).

УДК 379.81

К.Э. Вольф

(Иркутск, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»)

РОЛЬ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ У МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Аннотация. Рассматривается роль досуговой деятельности в жизнедеятельности человека. Подчеркивается роль творческих навыков, которые перерастают в дальнейшем в профессиональные компетенции.

Ключевые слова. Влияние активной досуговой деятельности на профессиональные навыки специалистов в сфере туризма, досуг, активный отдых, пассивный отдых, профессиональные навыки.

Издревле досуг рассматривался как цель и способ удовлетворения разнообразных потребностей, в том числе культурных. Следовательно, занятия определенными видами деятельности оказываются важными не только для общества, сколько для личности. Они представляют собой дополнительный вид занятий по отношению к основному производственному роду деятельности.

Досуг – это часть свободного времени, в структуру которого входят следующие компоненты: активная творческая (в том числе общественная) деятельность; учеба, самообразование; культурное (духовное) потребление; спорт; любительские занятия, игры с детьми; общение с другими людьми.

Пассивный отдых – это состояние бездеятельности.

Активный отдых – отдых, в процессе которого происходит не только физиологическая подзарядка организма, но и развитие личности [1]. Исходя из данных определений можно сделать вывод, что активная досуговая деятельность способствует развитию личностных качеств, которые в дальнейшем могут благоприятно способствовать в профессиональной деятельности.

Личный опыт позволяет прийти к выводу, что такой вид досуговой деятельности, как рисование смог развить качества, которые в последствии оказались полезными в профессиональной деятельности. Казалось бы, рисование – это обычное хобби, но оно дает возможность стать более усидчивым, целеустремленным, креативным, стать более устойчивым к стрессам, находиться в постоянном поиске новых решений.

Рассмотрим, как с помощью художественной деятельности можно развить целеустремленность. Как правило, для создания той или иной картины уходит не менее двух часов (в зависимости от сложности исполнения рисунка). В процессе рисования не все получается с первого раза, и чтобы совершить задуманную композицию приходится перерисовывать все заново порой по несколько раз. Это очень трудоемкий процесс, который требует терпения и стремления к своей цели. Но главное в этом процессе заключается в получении желаемого результата.

Следующим важным качеством, которое можно развить с помощью навыка рисования, является креативность. Научиться рисовать невозможно без постоянного развития фантазии. Для получения нужного результата, художник находится в постоянном поиске новых техник смешения цветов, нанесения материалов на картину, ищет новые идеи, как передать все задуманное на бумагу. Со временем, практикуя художественные навыки, вырабатывается чувство вкуса и стиля, которые переходят и на другие сферы жизнедеятельности человека. Художник способен увидеть прекрасное там, где другой не увидит абсолютно ничего, и будет способен извлечь из этого вдохновение, идею для создания новой композиции.

В современном мире большое внимание уделяется подготовке молодых специалистов в разных сферах профессиональной деятельности. За молодыми специалистами стоит будущее. В настоящее время, когда научно-технический прогресс достиг высокого уровня, очень сложно осуществлять подготовку кадров, так как с каждым днем круг умений и навыков для осуществления деятельности только повышается.

Одной из быстро развивающихся сфер является сфера туризма, которая нуждается в высококвалифицированных специалистах. Вопрос подготовки кадров в данной деятельности является одной из важнейших задач политики государства. Сфера туризма изменчива и включает в себя не только коммуникативную работу с туристами, но и обязательные глубокие знания дестинации, на которой осуществляется работа турфирмы.

В настоящее время в высших учебных заведениях готовят менеджеров по туризму с учетом необходимых профессиональных компетенций, которые станут основой будущей профессии. В обучении

основной акцент делается на развитие профессиональных компетенций, но стоит отметить и важность творческих компетенций. Туризм является творческой сферой, требует постоянного поиска нового, уникального, неповторимого. Без креативного мышления в туризме совершенно невозможно построить конкурентоспособную турфирму, которая будет лидером на рынке туристских услуг.

При подготовке специалистов для отрасли туризма хотелось бы выделить компетенции с творческим компонентом. Создание оригинального тур-продукта, который будет отличаться от всех существующих товаров и услуг на рынке, требует креативного мышления, умения выйти за рамки привычного, и, опираясь на потребности туриста, создать совершенно новый уникальный турпродукт.

Из вышеперечисленного можно сделать вывод, что для подготовки профессиональных кадров в сфере туризма необходимо вводить активную досуговую деятельность, которая окажет благоприятное влияние на развитии необходимых навыков в осуществлении данной сферы деятельности.

На примере такой досуговой деятельности, как рисование, было показано, что досуг – это не только способ для отдыха, но и возможность получить полезные навыки, которые могут стать фундаментом для построения будущей карьеры в перспективной сфере туризма.

Список литературы

1. Журавлева М.М. Анимация в рекреации и туристической деятельности // ООО «Мегапринт». – 2011. – С. 6-11.

УДК 303.4:379

А.С. Гонтова

(Орел, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Среднерусский институт)

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОВЕДЕНИЯ ДОСУГА МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Рассматривается досуг молодежи в современном обществе. Представлены актуальные результаты вторичного социологического исследования изучения досуга молодежи.

Ключевые слова. Досуг молодежи, культура молодежи, молодежь, социализация молодежи.

В настоящее время все большее внимание ученых сконцентрировано на проблемах проведения досуга. Роль досуга молодежи с каждым годом все возрастает, следовательно, мы можем говорить о том, что происходит увеличение влияния досуга на процесс социализации молодых людей. Молодежь - это социальная группа, жизнедеятельность которой характеризуется активным вступлением в самостоятельную жизнь, включенностью в новые социальные отношения, формирования мировоззрения, духовного облика, становление характера. Качество, присущее молодому поколению - это предрасположенность к новому, нетерпимость к рутине, динамизм, а также импульсивность. В данный промежуток времени у человека возникает проблема выбора жизненных ценностей [1, С.220].

Одной из современных особенностей культурного развития молодежи является большое многообразие видов, направлений культурной деятельности в сфере свободного времени. Наиболее эффективный способ освоения творческой культуры является именно свободный, непринужденный выбор деятельности.

Развивающемуся обществу нужны образованные, нравственно-предприимчивые люди, которые самостоятельно принимают решения в ситуации выбора, прогнозируют их возможные последствия. Люди, способные к сотрудничеству, отличающиеся мобильностью, динамизмом, конструктивностью, обладающие развитым чувством ответственности за судьбу страны.

Подготовка такого конкурентоспособного на рынке труда, профессионально мобильного работника в значительной степени зависит от социализации и самоопределения молодежи. Социализация неотъемлемо связана с досугом. Для каждого отдельного индивида существует свой определенный вид проведения свободного времени.

Так, в ходе анализа данных вторичного исследования, которое было проведено Общественной палатой Российской Федерации, и предоставлено в российское информационное агентство, говорится о том, что у молодежи на сегодняшний день наиболее популярными видами досуга является общение в социальных сетях, чтение книг, также просмотр фильмов, прогулки и шопинг [2]. А вот такой вид досуга, как ночные клубы, дискотеки, молодежь практически не интересуется.

Чуть более половины опрошенных респондентов отмечали, что в свое свободное время они предпочитают общаться в социальных сетях, а также мессенджерах, 50% опрошенных отметили, что предпочитают просматривать ролики и фильмы, а также каждый второй респондент отмечал, что любит читать книги и журналы.

Было также выявлено, чем молодежь предпочитает заниматься вне дома. Лидировали такие варианты ответов как проведение времени на природе, прогулки (45,2%), посещение кинотеатра (40,4%), а также посещение магазинов (38%). Телевиденье и радио сдают свои позиции,

всего 8% опрошенных отметили данный вариант. Спортивные клубы, секции в свободное время посещают 12% опрошенных респондентов. А вот наименее популярные были даны такие варианты ответов как посещение дискотек и ночных клубов, так отметили 7,3% опрошенных.

Как выяснилось в ходе исследования люди молодого возраста из Тюменской области, а именно 59% опрошенных, наиболее часто посещают государственные и муниципальные секции и кружки. На втором месте стоит Оренбургская область (54%), далее Башкирия (47,5%), Кемеровская область (46,2%) и Северная Осетия-Алания (42,2%).

Хотя бы один раз за последние три месяца в мероприятиях молодежной политики приняли участие 53% респондентов, причем всего лишь 12% опрошенных принимали участие в данных мероприятиях по причине обязательного участия. Каждый второй опрошенный отмечал, что главная причина участия - это возможность проявить себя. Регионы-лидеры здесь - Татарстан (79,2 %), Ульяновская область (76%), Белгородская область (71,6%), Чувашия (68,9%) и Нижегородская область (67,6%).

Таким образом, как выяснилось, что помимо расширения форм досуговой деятельности, произошли и изменения в направлении культурных ориентиров, а также потребностей молодежи. А именно сформировались такие тенденции как:

1. массовизация вкусов и всего досуга молодежи;
2. снижается интерес к высокому искусству;
3. происходит предпочтение тех форм проведения свободного времени, которые предполагают межличностное общение.

Основные виды досуга изменились не столько по форме, как по содержанию, это в первую очередь связано с появлением новых информационных технологий, также и с изменением мотивационной сферы личности молодых людей.

Список литературы

1. Попова А. С. Сфера досуга молодежи в современном мире // Молодой ученый. - 2014. - №11. - С. 220-223.
2. РИО Новости. Исследование общественной палаты [Электронный ресурс] - URL: <https://ria.ru/society/20171220/1511300915.html> (дата обращения: 02.10.18).

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ КАК СПОСОБ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Рассматривается интернет-коммуникация, которая популяризирует здоровый образ жизни для молодежи. Определено влияние Интернет-рекламы и ее эффектов на приобщение студентов к здоровому образу жизни на основе результатов авторского социологического исследования методом анкетного опроса и контент-анализа Интернет-рекламы.

Ключевые слова. Популяризация здорового образа жизни среди молодежи, молодежь и здоровый образ жизни,

По мере развития информационного общества и Интернета в качестве канала коммуникации физическая активность и спорт становятся залогом социально-профессиональной успешности индивида. Ввиду увеличения доли молодой аудитории среди онлайн-пользователей современная индустрия спорта активно применяет Интернет-рекламу как эффективный механизм социального воздействия. Продвигая комплекс знаний о пользе здорового образа жизни онлайн организации стремятся увеличить число приверженцев активного досуга, повысить уровень информированности о последствиях потребления алкогольных напитков, развивать индустрию спортивного бизнеса как социально значимого вида деятельности, а также увеличить спрос на спортивные товары и услуги.

Несмотря на обращения исследователей, тема Интернет-коммуникаций в продвижении идеи спорта среди студентов остается одной из актуальных в медиапространстве: с одной стороны, отмечается филиация новых реклам в Сети и увеличение числа Интернет-пользователей среди молодежи; с другой стороны, недостаточная представленность приемов и их эффектов снижают результативность диалога. *Цель статьи* – определить влияние Интернет-рекламы и ее эффектов на приобщение студентов к здоровому образу жизни на основе результатов авторского социологического исследования методом анкетного опроса и контент-анализа Интернет-рекламы. Выборка опроса составила 452 респондента; выборка текстов рекламы – 100 единиц.

Уровень вовлеченности в социокультурное пространство выражается в том, что студенты, не интегрированные в Интернет, отстают от прогресса и реализации возможностей: среди половины опрошенных (53%) наиболее активными пользователями оказалась

именно студенческая молодежь, которая проводит три четверти всего времени в Интернете, а четверть взрослых жителей (27%) лишь всего 1-2 часа в день. Длительное пребывание молодежи объяснено приверженностью поколения к «экранной культуре», необходимостью перманентного поиска информации, а также с действием «FOMO» – опасением пропустить важное в Интернет-пространстве [3]. В этом выражается коммуникативный эффект интегрированности студентов.

Доверие, которое они оказывают к рекламе в социальных сетях объясняется тем, сама платформа предполагает общение без границ и рекламе легче внедрить коммерческие аргументы. Социальные сети в буквальном смысле поглощают в себя молодежь, провоцируя наблюдение за брендом. Посредством размещения рекламы в группах и сообществах социальных сетей становится возможной реализация принципов учета интересов и потребностей клиента, оригинальности, наглядности. Интернет-реклама воздействует на объект посредством стимулирования желания: эффект трансферта свойств продукта на сам продукт подтверждает реклама бренда спортивной экипировки «ColeNaap», зрители которой стремятся приобрести свойства продукта – престиж и чувство принадлежности к элитарному миру спорта. Просмотр динамичной видеорекламы стимулирует молодежь стать успешными и знаменитыми как современные звезды спорта и покорять новые вершины [2]. Кроме того, реклама в Сети предполагает уход от традиционного текстового жанра, трудного для восприятия [1]. Переход к адаптивному жанру (баннеру, рекламному сайту, промо), ассимилирующему элементы традиционного и использующему технические возможности Интернет-технологий привлекает четверть студентов (25%).

Половина респондентов, заявивших о том, что не обращает внимания на рекламу повторяет слоганы и образы рекламных сообщений, что подтверждает зависимость: чем чаще молодежь использует Интернет, тем сильнее воздействие рекламы спорта и здорового образа жизни благодаря скрытому влиянию рекламы в Сети. Аудитория медиа-пространства не способна абстрагироваться от влияния рекламы. В современной спорт-индустрии для производства эффективной онлайн-коммуникации Интернет-рекламу выстраивают по принципу «перевернутой пирамиды», согласно которой пользователь обращает внимание, затем у него возникает желание узнать о рекламируемом продукте чуть больше. Главный эффект происходит, когда удовлетворенный индивид делится мнением об услуге, что протекает активнее, чем в традиционных вариантах рекламы, тем самым продолжая процесс рекламного влияния через «агентов» услуги или товара.

Интересно, что треть Интернет-рекламы привлекает интеллектуального агента (33%) – человека, который помогает сделать

выбор в пользу рекламируемого продукта. Студенты вузов и колледжей наиболее лояльны к рекламе с участием звезд профессионального спорта. Присутствие арбитра Пьерлуиджи Коллина или гольфиста Тайгера Вудса, завоевавших доверия у любителей спорта, увеличивает время просмотра онлайн-рекламы и сокращает количество переходов на другие страницы среди молодежи, изначально не желающей ее смотреть. Реклама, использующая архетипы (устойчивые образы) актуализирует связь с национальной культурой и делает сообщение релевантным для студентов. В рекламе спортивных товаров доминирует архетип «Воин» (39%), пропагандирующий дух соперничества и победу, так как спорт — это постоянная борьба. В Интернет-рекламе фитнес-клуба «СИСТЕМА» пропагандируется идея, что спорт это и борьба за идеальное тело, которая требует мужественных действий. В видеоролике молодые люди активно проявляют себя, пробуя свои возможности со спортивными снарядами, испытывая себя на прочность.

В Интернет-рекламе фитнес-клуба «Форма» используется архетип «Славный малый», где герой играет роль «своего парня», среднестатистического студента, стремящегося всегда быть в отличной форме; провозглашается лозунг: «Фитнес-клуб «Форма» – быть в форме, будь в форме!». Проведенный контент-анализ русскоязычной Интернет-рекламы также показал, что больше половины отечественной рекламы мультипликативна (59%), что обеспечивает многократное предъявление рекламного сообщения. Такая реклама усиливает воздействие скрытого эффекта, приобщающего молодежь к спорту. Треть часть (32%) рекламы в Сети использует прием «сторителлинг», где происходит идентификация пользователя с героем, распространение этого приема наиболее эффективно среди студенческой молодежи.

Итак, Интернет-реклама является мощным инструментом воздействия на студенческую молодежь в рамках пропаганды здорового образа жизни. Такая реклама в совокупности с приемами выходит за рамки трансляции информации, провоцируя молодежь на распространение рекламы среди знакомых и занятие спортом. Вместе с тем слабый учет условий активизации эффектов снижает качество обратной связи, поэтому реклама здорового образа жизни должна базироваться на сочетании популярных среди молодежи приемов мультипликативности и сторителлинга и архетипов. Эффективность Интернет-рекламы реализуется степенью интеракции, при которой студент сам рекламирует продукт или услугу и делает репосты любимейшей идеи в онлайн-ландшафте.

Список литературы

1. Калашова, А.А. Вербальные компоненты как прагматически обусловленные единицы императивного дискурса / А.А. Калашова. – Вестн. Адыг. гос. ун-та, – 2015. – С. 65-68.
2. Безуглов Д.И. Спортивная реклама манипулирует тобой. 2018. URL: <http://www.lookatme.ru/mag/magazine/02-2014/200823-sport-ads> (дата обращения: 02.06.18)
3. Przybylski Andrew K. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out / A.K. Przybylski. – 2013. – P. 1841-1848.

УДК 65.01

Г.Б. Кошарная, В.А. Захарова

(Пенза, Пензенский государственный университет)

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Аннотация. В статье рассматриваются цели и сущность развития молодых специалистов, выделяются основные направления развития персонала: обучение, повышение квалификации, включение в кадровый резерв, планирование карьеры.

Ключевые слова. Молодые специалисты, развитие персонала, обучение персонала, кадровый резерв, планирование карьеры.

В настоящее время многие компании нуждаются не просто в сотрудниках, а в квалифицированных специалистах, которые знают свое дело и обладают способностью быстро адаптироваться под динамику бизнеса. Именно такой персонал сможет внести инновационные идеи в производство. Компетентный персонал является залогом успеха предприятий на пути к достижению целей, но для того, чтобы обладать такими сотрудниками предприятиям, необходимо создать и поддерживать систему развития персонала.

Необходимых специалистов можно либо привлечь со стороны, либо самостоятельно растить ценные кадры внутри компании. Второй вариант является выгодным для организации, так как она приобретает лояльного, мотивированного и адаптированного под требования компании сотрудника, и специалисту, так как он имеет возможность профессионально развиваться, удовлетворяя свои карьерные и финансовые потребности. Организация обучения персонала, повышения его квалификации, планирование карьеры является главными задачами службы персонала предприятия по направлению развития специалистов, в том числе и молодых. Развитие персонала как элемент управления персоналом, способствует профессиональному росту сотрудников или персонала в целом. [1, с. 243]

Цели и сущность развития персонала связаны с особенностями развития организации, перспективами ее экономического успеха. Общая цель развития – обеспечение предприятия хорошо подготовленным персоналом для эффективной работы и реализации стратегического развития организации.

- Основные составляющие цели развития специалистов:
- Формирование общих ценностей;
- Облегчение проведения организационных изменений;
- Предоставление всем сотрудникам равных возможностей для получения достойной заработной платы и карьерного роста;
- Улучшение морально-психологического климата в коллективе;
- Снижение потребности в кадрах и их текучести в организации;
- Облегчение делегирования полномочий;
- Повышение производительности труда и качества работы;
- Выработка профессиональных знаний, умений и навыков.

Современные подходы к развитию персонала требуют комплексного, многостороннего и непрерывного процесса. Проведение комплекса мероприятий, способствующих полному раскрытию личного потенциала, в большинстве исследований связано с тремя направлениям – обучение, формирование кадрового резерва и планирование карьеры.

Таким образом, развитие можно определить как подготовку сотрудников к выполнению новых производственных функций, занятию более высоких должностей, решению актуальных задач. В этом случае развитие персонала будет охватывать следующий комплекс мероприятий, направленных на повышение квалификации сотрудников:

1) обучение, которое выступает в форме общего или профессионального образования, дающее необходимые знания, навыки и опыт;

2) повышение квалификации, целью которого является улучшение профессиональных знаний и навыков в связи с развитием научно-технического прогресса;

3) обучение в «школе» управления, которое дает необходимые знания и подготовку при назначении на руководящую должность и формирующее карьеру руководителя;

4) переквалификацию, целью которого является предоставление возможности сотрудникам освоить новую для них специальность [4, с. 224].

Вторым направлением развития специалистов является отбор сотрудников в кадровый резерв для конкретных должностей.

Кадровый резерв представляет собой группу руководителей и специалистов, которые обладают способностью к управленческой деятельности, отвечающих требованиям, предъявляемым должностью

того или иного ранга. Данная группа сотрудников подвергается отбору и систематической целевой квалификационной подготовке.

Формирование кадрового резерва организации способствует выявлению потенциала персонала, а также помогает в случае экстренной необходимости закрыть вакансии. Также, преимуществом формирования кадрового резерва в организации является мотивация персонала – при помощи развития, а затем карьерного роста. Организация может сохранить ценных сотрудников, продлить время их работы за счет развития и ротации [3, с. 27].

Третьим направлением в рамках развития специалистов выделяют продвижение персонала, которое традиционно состоит из следующих процедур:

- повышение в должности или (и) квалификации (ранге, чине);
- перемещение на другое равноценное рабочее место в силу производственной необходимости или изменения характера труда, зачисление в кадровый резерв;
- понижение профессионального статуса сотрудника (как не отвечающего требованиям к должности, но с перспективой развития необходимых профессионально-квалификационных характеристик).

Развитие сотрудников организации происходит по трем направлениям: профессиональное, социально и личностное.

Профессиональное развитие происходит путем получения умений и навыков в процессе непосредственного и непрерывного обучения.

Социальное развитие происходит благодаря профессиональному развитию, которое способствует повышению социального статуса и карьерного продвижения.

Личностное развитие выражается в само мотивации к обучению и стремлении к призванию заслуг, опыта и знаний.[2,с. 34]

Таким образом, развитие специалистов представляет собой комплексный процесс, включающий обучение персонала, планирование карьеры сотрудников, а также создание и работу с кадровым резервом, так как правильное использование внутреннего кадрового потенциала и его развитие в рамках организации становится более привлекательным. Помимо непосредственного влияния на финансовые результаты организации, вложения в профессиональное развитие содействует благоприятному климату в организации, повышению мотивации персонала и обеспечению преемственности в управлении.

Список литературы

1. Бахарев В.В., Гузаиров В.Ш., Кошарная Г.Б. Современные кадровые технологии: учебное пособие / В. В. Бахарев, В. Ш. Гузаиров, Г. Б. Кошарная. – Белгород, 2011.

2. Краснова, Н.В. Развитие персонала компании / Н.В. Краснова. – М.: Московская Финансово–Промышленная Академия, 2011. – 61 с.
3. Толстоброва, Н.А. Формирование кадрового резерва как способ управления профессиональным развитием в компании // Вестник ПНИПУ. Социально–экономические науки. – 2010. – № 5. – С. 27–29.
4. Шадская, И.Г. Обучение и развитие персонала как ключевой фактор конкурентоспособности организаций сферы услуг / И.Г. Шадская, И.С. Степнов // Социальная политика и социология. – 2016. – № 2. – С. 62–70.

УДК 378

А.С. Ибрагимов, В.Н. Сафонов

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

МЕРОПРИЯТИЯ В ВУЗЕ КАК УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В данной статье говорится о корпоративной культуре в высших учебных заведениях, ее роли и формах. Выясняются факторы, от которых зависит выбор мероприятий студентами вуза и их влияние на сохранение традиций корпоративных ценностей.

Ключевые слова. Корпоративная культура вузов, роль корпоративной культуры в жизни студентов, интересные для студентов корпоративные мероприятия, корпоративные мероприятия.

Корпоративная культура – сложная, нелинейная, открытая, самоорганизующаяся система, обеспечивающая мотивацию персонала и регулирование деятельности предприятия с учетом норм, ценностей, правил и методов управления, разделяемых и применяемых большинством его работников [1;78].

В высших учебных заведениях, корпоративная культура нацелена изначально на раскрытие и развитие интеллектуально-творческого потенциала студентов. Культивируя такие ценности, как компетентность, творческая устремленность, готовность к внешней и внутривузовской конкуренции (соревнованию), к работе в команде, коллективизм, гордость за свое учебное заведение, корпоративная культура повышает сплоченность внутренней общности, согласованность их поведения, наиболее соответствующего целям заведения.

Большую роль в корпоративной культуре вуза играют корпоративные мероприятия. Корпоративные мероприятия в ВУЗе приобщают людей к ценностям и достижениям своего университета, и потому являются эффективным средством воздействия.

Цель данной статьи: выяснить, факторы, от которых зависит выбор мероприятий студентами вуза и их влияние на сохранение традиций корпоративных ценностей.

Для достижения вышеуказанной цели было проведено социологическое исследование методом анкетного опроса. Выборка опроса составила 360 респондентов (студенты Ульяновского государственного технического университета с 1-го по 4-й курсы).

Для начала, для выяснения причины неучастия студентов в корпоративных мероприятиях вуза и, выяснения, почему же студентам не хватает свободного времени для посещения мероприятий, был проанализирован еще один из главных критериев — внеучебная деятельность студентов. Студенты с 1 по 4 курсы всех профилей обучения, кроме учебной деятельности еще и работают, таких (25%); посещают тренинги/форумы и занимаются научной деятельностью (17%); удивительно, но 33% студентов ничем не занимаются, кроме учебы, но тем не менее как говорилось ранее у них нет свободного времени для посещения корпоративных мероприятий.

В ходе исследования также проанализированы причины непосещения мероприятий студентами и выявлено следующее противоречие: большинство респондентов, а это 76%, ответили, что им не хватает свободного времени для посещения корпоративных мероприятий, не смотря на то, что мы ранее выяснили, что кроме учебы студенты ничем не занимаются. Также 12% студентов отметили, что не видят смысла в посещении корпоративных мероприятий. Можно сказать, что студенты имеют безразличный характер к корпоративным мероприятиям, так как недостаточно мотивированы, в посещении мероприятий, проводимые университетом.

В ходе анализа отношения студентов конкретным корпоративным мероприятиям было выявлено, что студенты выделяют «интересными» мероприятия «Студенческая весна/осень», «Мистер/ мисс УлГТУ» и «Посвящение в первокурсники». Остальные мероприятия, а именно, «День факультета», «День открытых дверей», «Дебют первокурсника», «Татьянин день», «Молодежный инновационный форум» получили оценку студентов как «Скорее нет».

24% студентов строительного факультета, что необходимо увеличить количество рекламы и информации о мероприятиях; важно учитывать предпочтения студентов при подготовке корпоративных мероприятий, так считают ровно половина (50%) студентов гуманитарного факультета. Возможность учувствовать и выступать на площадках города и наличие единомышленников среди организаторов помогут повысить посещаемость студентов на мероприятиях в ВУЗе, так считают 13 % опрошенных.

Благодаря проведенному исследованию можно выявить предпочтения студентов в конкретной форме и содержании

мероприятий. Студенты выделяют интересными мероприятия «Студенческая весна/осень», «Мистер/ мисс УлГТУ» и «Посвящение в первокурсники». Такие результаты свидетельствуют о том, что студентов привлекают творческие мероприятия состязательного характера. Студентам хочется не просто наблюдать за концертной программой, но и болеть и переживать за своего участника.

Итак, организаторам событий в вузе стоит внести следующие изменения в процесс подготовки мероприятий: проводить мероприятия после пар, когда все студенты свободны, учитывать предпочтения студентов в проведении мероприятий, организовать информирование студентов о проходящих мероприятиях с помощью таких каналов коммуникаций как внутрикорпоративные СМИ: радио и телевидение; группы вуза ВКонтакте и Инстаграмм; баннеры и плакаты. В период обучения студентов в вузе необходимо формировать причастность к университету, одним из путей формирования является участие студентов в корпоративных мероприятиях.

Список литературы

1. Николаева Г. Организационная культура предприятия // Человек и труд. - 2006. - № 9. - С. 78-84

УДК 371

У.М. Козлова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РОЛЬ ВУЗА В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТРАЕКТОРИЙ ВЫПУСКНИКОВ

Аннотация. В статье речь идет о начавшейся модернизации производства и подготовке вузов профессиональных сотрудников.

Ключевые слова. Роль вуза, формирование профессиональных качеств вузом, профессиональная траектория выпускников.

В условиях начавшейся модернизации производства проблема дефицита квалифицированных кадров на промышленных предприятиях существенно обострилась. Стало совершенно очевидно, что на поступающем новом оборудовании, с новыми наукоемкими технологиями на значительном числе предприятий практически некому работать. Поколение рабочих, сформировавшееся и начинавшее свой трудовой путь еще в советское время, окончательно уходит. В то же время адекватная замена в должном объеме и качестве отсутствует.

Проблема трудоустройства выпускников технических вузов представляет интерес в контексте воспроизводства кадров.

Целью статьи является определение роли вуза в формировании профессиональных траекторий выпускников.

За последнее десятилетие изучению проблемы профессиональных траекторий выпускников технических вузов уделялось большое внимание многими учеными. Это можно объяснить существующим в РФ нерегулируемым социальным спросом, вызывающим проблему трудоустройства выпускников технических вузов. Л.В. Анисимова в своей диссертации выделила объективные и субъективные факторы, обуславливающие социальный спрос [1]. Объективные: социально-экономические условия того или иного региона Российской Федерации; уровень доходов населения, гарантирующий получение платного высшего образования; наличие высших учебных заведений на территории района проживания местного населения. Субъективные факторы проявляются в виде общественного мнения о важности в жизни человека образования как такового, престижности вуза и специальности, востребованности данной профессии в регионе, сформированные компетенции у молодого специалиста, перспективы профессионального и карьерного роста и др.

Решение вышеизложенной проблемы нашло отражение в активном применении в последние годы компетентного подхода к результатам высшего образования как дальнейшего развития, обобщения и синтеза ранее осваиваемых отечественной высшей школой системно-деятельностного, личностно-деятельностного, ценностного подходов к формированию результатов и содержания образования. Об этом свидетельствуют многочисленные публикации отечественных и зарубежных ученых (В.И. Байденко, И.А. Зимняя, Н.В. Кузьмина, Ю.Г. Татур, А.И. Субетто, В.Д. Шадриков и др.) [2].

Мы провели опрос выпускников технических направлений ульяновских и самарских вузов (выборка - 690 человек). Изучая результаты опросов, мы выяснили, что среди выпускников есть определенная тенденция формирования знаний и навыков, полученных в вузе. В полученных нами результатах прослеживается значимость компетенций для карьеры молодого специалиста. Практически половина (44%) – считают важной компетенцию «поиск и анализ информации», для (39%) опрошенных важной компетенцией является «владение и совершенствование технологий производства продукта», однако для (30%) компетенция «управление коллективом» оказалась совсем не важна.

Рассмотрев этот показатель подробнее (таблица 1), мы видим зависимость значимости компетенции «разработка и управление проектами» от стажа работы: чем больше у выпускника опыта работы, тем важнее для него данная компетенция. Выпускники, проработавшие 3

года и более, отмечают данную компетенцию важной (41%), а скорее важной – работающие 1,5-2 и до года (41% и 37% соответственно). Мы можем предположить, что молодые специалисты, не считают данную компетенцию очень важной, так как в своей профессиональной деятельности еще не сталкивались с задачами управленческого характера, а более опытные работники, наоборот.

Таблица 1 Влияние опыта работы на отношение к компетенции «Разработка и управление проектами» (в % от числа опрошенных, n=690)

	до года	1,5-2 года	3-4 года	5 лет и >
Важно	30	22	41	41
Скорее важно	37	41	27	36
Скорее неважно	17	25	23	15
Совсем неважно	15	8	4	4
Трудно сказать	1	5	5	5

Переходя к вопросу о факторах успешности молодых специалистов, нам удалось выяснить, что для большинства выпускников технических вузов наиболее важными факторами успешности являются способности, талант (51%), личные качества (39%). Почти половина из опрошенных студентов, отдают предпочтение такому фактору успешности как качество профессионального образования(44%). Это показывает, что профессиональное образование в вузе играет важную роль в формировании успешной профессиональной траектории выпускников. И не просто формальное получение высшего образования, а его качество.

Подводя *итог*, следует отметить, что вуз играет важнейшую роль в формировании профессиональных траекторий выпускников технического профиля обучения. Это доказывается отношением респондентов к факторам успеха, где качество профессионального образования занимает одну из первых позиций среди других факторов, и значимостью компетенций, формируемых в вузе, помогающих молодым специалистам формировать успешную профессиональную траекторию.

Список литературы

1. Анисимова Л.В. Инженерное образование в условиях трансформации социального заказа // Л.В. Анисимова – dissercat – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/inzhenernoe-obrazovanie-v-usloviyakh-transformatsii-sotsialnogo-zakaza> (дата обращения: 27.02.18).
2. Шемшурина С.А. Повышение конкурентоспособности студентов технических вузов через формирование необходимых компетенций / С.А. Шемшурина // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – Т. 4. – С. 19.

ИНФОРМИРОВАНИЕ ШКОЛЬНИКОВ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРНЕТ- КОММУНИКАЦИЙ

Аннотация. В данной статье говорится о роли Интернета в повседневной жизни любого человека, в частности школьников для поиска информации о высших заведениях и дальнейшего применения ее. Проведено исследование, каким источникам абитуриенты доверяют больше. А также выявлена роль Интернета при информировании потенциальных абитуриентов о деятельности вуза.

Ключевые слова. Роль Интернета для формирования выбора абитуриентов, Интернет и абитуриенты, Интернет для поиска информации о высших заведениях, абитуриенты и интернет-коммуникации.

Интернет играет значительную роль в повседневной жизни любого современного человека. Информация является одним из самых важных ресурсов и нет более быстрого канала ее передачи, чем сеть.

В настоящее время использование интернет-ресурсов в повседневной работе вузов является объективной необходимостью. Интернет значительно расширил возможности предоставления практически неограниченной информации для предполагаемого абитуриента. Иначе говоря, будущий студент может узнать о вузе все, что нужно, по почте или на сайте университета. Поэтому необходимо постоянно совершенствовать коммуникации с аудиторией и делать информирование более удобным для потребителя.

Проблема, рассматриваемая в нашей статье, заключается в том, что, с одной стороны, интернет-коммуникации вуза стремительно развиваются, потенциальные абитуриенты активно используют их в поиске информации об университете, а с другой стороны, предоставленная информация в интернет-пространстве о вузе может не соответствовать реальности или быть отталкивающей. **Целью** статьи является изучить отношение к интернет-коммуникациям высшего учебного заведения со стороны абитуриентов.

Чтобы информация была полезной для потребителя, она должна доставляться к нему по запросу - именно тогда, когда в ней возникла необходимость, и быть при этом всегда актуальной. Кроме того, поставщик должен сохранять возможность управления информацией, он

должен не только создавать ее, но и вовремя обновлять и уничтожать. Человеку удобнее работать по принципу "я получаю информацию в нужном объеме тогда, когда она мне необходима".

Выход один - необходима такая организация информационной системы, которая опиралась бы на принципы предоставления информации всем нуждающимся в ней, доставки информации по инициативе потребителя, а не поставщика, работа по схеме "как только вам потребовалась информация, вы можете беспрепятственно ею воспользоваться", причем гарантируется, что "формация всегда будет самой свежей и актуальной. Естественно, что при таком подходе нужно иметь, с одной стороны, источник информации, с другой стороны, единый универсальный инструмент для ее получения. В качестве первого естественно рассматривать веб-сервер, в качестве второго - навигатор. Отметим, что доставка информации по инициативе потребителя является свойством, характерным практически для всех сетевых сервисов, кроме электронной почты и телеконференций.

Необходимо отметить, что, даже имея полное понимание о том, что такое интернет-коммуникации со школьниками и специальные мероприятия, невозможно построить правильную коммуникацию, не исследовав особенности целевой аудитории, ее текущее отношение к высшим учебным заведениям. Кроме того, необходимо учитывать особенности интернета и отношения школьников к нему.

Итак, доверяет ли молодежь интернет-коммуникациям? Да. 73% респондентов доверяет сайту вуза. Как было сказано ранее, на сайте вуза публикуется актуальная официальная информация, которая максимально достоверна. Также обычно на сайтах существует вкладка «Для абитуриентов», где школьник может найти все, что нужно знать для поступления в вуз.

54% респондентов доверяет социальным сетям, так как там выкладывают новости сами студенты, либо работники университета. Жители Ленинского района на 65% доверяют социальным сетям, но 80% из них хотят улучшить официальные группы и аккаунты, что может говорить о том, что респонденты хотят получать еще больше информации непосредственно от студентов и в менее официальном стиле. Также информирование через социальные сети менее ограничено, чем на сайте.

Меньше всего респондентов доверяют интернет-СМИ – 30% – возможно, потому что данную информацию могут размещать агентства, которые не имеют отношения к университету и во многом могут полагаться на слухи.

Таким образом, мы видим, что респонденты больше всего доверяют официальным сайтам вузов и социальным сетям. Школьники выбирают каналы коммуникации в зависимости от вероятности достоверности информации. Получать новости из СМИ они

предпочитают, если информация событийная, связана с каким-либо мероприятием. Информацию о поступлении или о жизни студентов университета респонденты предпочитают узнавать из источников, непосредственно связанных с вузом.

Ученики 11 классов определили официальный сайт вуза, как оптимальный способ получения информации об учебном заведении (45%). Для сравнения, лишь 18% респондентов-одинадцатиклассников узнает новости университета из социальных сетей, и 8% из средств массовой информации.

Также объясним факт, что из всех каналов коммуникации, наиболее активно используется школьниками не зависимо от каких-либо факторов, именно официальный сайт вуза (39%). Помимо актуальности и достоверности информации существует следующий фактор – пока абитуриент не относится ни к одному вузу, он не знает другие каналы, порталы, форумы и прочие способы получения информации, которые помогут принять важное решение. Неизвестно, какие источники носят развлекательный характер, где можно получить помощь в поиске информации. Сайт же является официальным каналом, который точно известен абитуриенту.

Большое количество респондентов отметили «Социальные сети» как чуть менее приемлемый источник информации, чем «Сайт вуза». Социальные сети пользуются популярностью у молодежи и являются достоверным источником информации, так как группы и аккаунты ведут сами студенты, которые, основываясь на опыте учебы в конкретном вузе, могут ответить на вопросы и дать полезные советы.

Таким образом, можно прийти к выводу, что интернет-коммуникации высшего учебного заведения играют значительную роль при информировании потенциальных абитуриентов о деятельности вуза.

Список литературы

1. Мустафина Б. С. PR-коммуникации в формировании имиджа вуза // Знак: проблемное поле медиаобразования. - 2016. - №4. - С. 67-73.
2. Морозова О.Н. Особенности Интернет-коммуникации: определение и свойства // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. - 2010. - №2. - С. 134-141

В.В. Куркин (Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия)

НОЧНОЙ КЛУБ В ОЦЕНКАХ И ПРЕДПОЧТЕНИЯХ МОЛОДЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ГОРОДА УЛЬЯНОВСКА

Аннотация. Данная статья о проведении досуга молодежи, а именно проведения его в ночных клубах. В статье выявляются факторы по которым выбирается клуб и выявлен самый посещаемый в г. Ульяновске.

Ключевые слова. Досуг молодежи, ночной клуб, ночные клубы Ульяновска, молодежь Ульяновска.

В настоящее время существует большое количество формальных и неформальных форм проведения досуга, которые молодые люди могут выбрать в зависимости от своих потребностей и интересов. Одной из самых популярных форм проведения досуга является посещение ночных клубов. «Ночной клуб — это общественное заведение, работающее после 21:00 и предназначенное для свободного времяпрепровождения разных социальных групп населения, как правило, молодежи. Обычно в клубах есть бар, танцпол, чил аут — место, в котором можно посидеть в тихой обстановке с более спокойной музыкой. Часто в клубах присутствует дресс-код и фейсконтроль. Для клубов нет особого единого формата, так как каждый клуб специализируется на своей целевой аудитории посетителей» [1, с. 3].

Актуальность выбранной нами темы обусловлена наличием ряда таких проблем: проблема организации досуга современной молодежи», « проблема слабой информированности молодых посетителей о деятельности и предложениях клубов города», « проблема наличия четкого перечня показателей, по которым можно судить об успешности существования ночного клуба.

Цель статьи — выявить предпочтения молодых посетителей города Ульяновска в клубной сфере досуга. Объект исследования — клубные заведения города Ульяновска. Предмет исследования — особенности выбора ночного клуба молодыми посетителями .

Во время проведения социологического исследования, перед нами стояли следующие задачи: Выявить предпочтения городского населения в выборе учреждений ночного досуга в зависимости от пола, возраста, образования и рода деятельности; проанализировать мотивационные характеристики выбора респондентами ночных клубов; определить факторы, влияющие на посещаемость учреждений ночного

досуга молодыми людьми; выявить влияние СМИ на выбор досуговых учреждений и конкурентоспособность организаций.

Также, во время проведения исследования нами был изучен теоретический аспект проблемы организации досуга современной молодежи. Он включал в себя работы специалистов, внесших огромный вклад в исследование досуга современной молодежи, таких как: Г.А. Пруденский, Б.А. Трушин, В.Д. Петрушев, В.Н. Пименова, А.А. Гордон, Э.В. Соколов, И.В. Бестужев-Лада. К изучаемой нами проблеме близки работы по саморазвитию и самореализации личности в сфере досуга (А.И. Беляева, А.С. Каргин, Т.И. Бакланова), по вопросам психологии личности (Г.М. Андреева, А.В. Петровский и др.).

Изучив молодое население города Ульяновска и Ульяновской области, посредством анкетного опроса, мы пришли к выводу, что независимо от возраста и социального статуса, опрошенные выбирают ночной клуб в качестве площадки для веселого время проведения. Наиболее ярко это заметно на выборе самых молодых респондентов 18-23 лет (45% и 6% соответственно). При этом, респондентов в возрасте 18-23 лет было больше, чем горожан других возрастных категорий. Такой выбор связан с тем, что молодые люди этого возраста обладают большим запасом энергии и нуждаются в мгновенном выбросе эмоций. Среди опрошенных 24-29 лет приоритетом при выборе ночного клуба оказался критерий «провести время с друзьями, коллегами» (30%). Респонденты в возрасте 30-35 лет отметили, что посещают ночные клубы, чтобы отдохнуть от повседневной жизни (29%). При этом, для мужчин наиболее важным являются такие критерии как: сервис и обслуживание (69%), атмосфера в клубе (67%). Для женщин: атмосфера в клубе (76%) и ценовая политика (75%). В клубном бизнесе кадры решают все, а уровень сервиса — критичен. Непрофессиональный бармен может стоить одной половины дохода, неприветливый и нерасторопный администратор — второй [2, с.25].

Наименее актуальным критерием и для мужчин, и для женщин является тематика вечеринки и отзывы окружающих (имидж заведения, среди населения). Обосновать это можно тем, что посетители ночных клубов, в большинстве своем, редко имеют отношение к каким-либо субкультурам. А представители субкультур являются посетителями специальных тематических заведений (клубы байкеров, рок-клубы, и т.п.). На вопрос «Важны ли для вас новинки клуба, новые предложения, услуги?» были получены следующие данные: более 50 % респондентов в возрастной категории от 18-до 23 лет ответили «да». 40% респондентов в возрасте 24-30 лет ответили «да». А возрастной категории 30-35 лет новые предложения клуба являются интересными лишь для 33% опрошенных.

Во время исследования, мы предоставили опрошенным возможность дать оценку клубам Ульяновска по степени лояльности к

ним у молодых посетителей. В анкете, уровень лояльности включал в себя три показателя: «Низкий» (совсем не соответствует), «Средний» (скорее да) и «Высокий» (очень соответствует моим потребностям). К высокому уровню лояльности молодые посетители отнесли ночные клубы: Матрёшки (0,39), Монако (0,33), Шипр (0,2). К низкому уровню лояльности — ночные клубы 2авеню (0,07) и Роза ветров (-0,07).

Таким образом, можно сделать вывод, что популярность ночного клуба у молодых посетителей можно повысить путем улучшения уровня сервиса и доработки или полного изменения атмосферы клуба. Не стоит забывать о специальных предложениях заведения, потому что даже приглашение специального гостя, известного молодым посетителям, может кардинально изменить имидж заведения.

Список литературы

1. Клуб: между добром и злом/ Медиацентр УЛГУ, 2017 - С.3, <http://vremenaru.com/page62579.html>
2. Роман Флейшер. Мой ночной клуб/журнал TopBusiness, 2010 – С. 25.
3. Мирошкина М.Р. Социальное становление молодежи в клубе. Ярославль, 2008. – 42 с.

УДК 323.21

М.О. Назюкова, Т.В. Ключева

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

МОЛОДЕЖЬ КАК СОЦИАЛЬНАЯ БАЗА ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПРЕДПОЧТЕНИЙ

Аннотация. В данной статье выявлены особенности медиапредпочтений современной молодежи. Для достижения цели мы опираемся на результаты авторского исследования «Отношение к каналам коммуникации жителей среднего города».

Ключевые слова. Особенности медиапредпочтений молодежи, Интернет-медиа, отношение молодежи к рекламе, как к каналу коммуникаций, коммуникации в Интернете.

Молодежь в свете изучения гражданского общества всегда особенно важно. Именно от ее позиции зависит вектор развития «третьего сектора»: будет ли молодежь активным участником общественной жизни или самоустранится, насколько информированным, заинтересованным и деятельным окажется новое поколение – все это влияет на общий курс развития гражданского сектора. В условиях

информационного общества особенно важную роль играют верно построенные коммуникации, которые увеличивают полезность взаимодействия граждан по решению социальных проблем. Важнейшее условие этого – установить эффективный контакт с желаемым сегментом общественности [2, с.140].

Цель данной статьи – выявить особенности медиапредпочтений современной молодежи. Для достижения цели мы опираемся на результаты авторского исследования «Отношение к каналам коммуникации жителей среднего города», массовый анкетный опрос жителей четырех районов города Ульяновска в возрасте от 18 лет (сентябрь-декабрь 2017 года); объем выборочной совокупности – 400 человек, а также результаты глубинного интервью. Дополнительным источником данных стал вторичный анализ результатов эмпирических исследований последнего времени.

Оценивая медиапредпочтения молодого поколения целесообразно рассмотреть отношение к традиционным и новым каналам коммуникации. Нам удалось выяснить отношение разных групп к традиционным каналам коммуникации (таблица 1).

**Таблица 1. Предпочтительные источники информации
(в % от числа опрошенных, n = 400)**

Источник информации	Всего	Возраст				
		8-22	3-30	1-40	1-50	51 и старше
Пресса	40	6	0	4	2	38
Телевидение	15	7	0	7	6	15
Наружная реклама	16	7	9	4	2	18
Родные, друзья	14	1	5	2	4	17
Брошюры, буклеты	8		1			5

Для молодежи, как и для остальных возрастных групп, характерно большее доверие к прессе. Не смотря на то, что сейчас вся необходимая информация есть в электронном виде, молодежь также как и старшее поколение предпочитает узнавать информацию и из прессы (26%). Мало кто получает информацию из брошюр и буклетов, но молодые люди (18-30 лет), отмечают, что при случае могут просматривать брошюры и получать информацию оттуда (19%). Для части молодежи главную роль играют персональные коммуникации – беседы с родными и друзьями. «В разговорах с родными и друзьями можно все информацию узнать, сарафанное радио так сказать»

(Интервью, ж., 23); «Информацию получаем либо по телевидению или радио, а также через друзей/знакомых» (Интервью, м., 30).

Особое место в системе коммуникаций занимает наружная агитация и реклама. Организации гражданского сектора достаточно часто используют рекламу, поскольку она позволяет эффективнее управлять осведомленностью аудитории, быстро снабжать граждан более полной и качественной информацией. [1, с.240]. Расположенность аудитории позволяет добиться большего эффекта при использовании рекламы. Среди всех возрастных групп именно у молодежи наблюдается наиболее позитивное отношение к рекламе как каналу коммуникации. В возрастной категории от 40 до 55 лет увеличивается скептическое восприятие рекламного обращения. Создание благоприятно воспринимаемого рекламного сообщения осуществляется с учетом выявленных привлекательных и отталкивающих элементов рекламы [3, с.101].

С развитием коммуникационных технологий растет важность Интернет-медиа. Анализ использования Интернет-ресурсов для поиска информации и осуществления коммуникации по вопросам, связанным с социальными проблемами показывает, что отношение молодежи к этому каналу противоречиво (таблица 2).

Таблица 2. Использование Интернет-сайтов и страниц в социальных сетях (в % от числа опрошенных, n = 400)

Интернет источники	Всего	Возраст				
		18-22	23-30	31-40	41-50	51 и старше
Использую офиц. сайты	7	1				8
Использую социальные сети	8	7				3
Использую спец. приложения	6					10
Не использую источники в Интернете	80	6	4	9	2	78

Не вся молодежь активно включена в коммуникационные потоки, связанные с решением социальных проблем. 66% учащейся молодежи (18-22 года) и 84% работающей молодежи (23-30 лет) отмечают, что не используют официальные источники для получения такой информации. В ходе исследования нам удалось выяснить: молодежь в возрасте от 18 до 22 лет используют для получения информации социальные сети (17%). Потребители в возрасте от 23 до 30 лет, отметили, что никакие Интернет-источники не используют для получения информации (84%). Небольшая, но легко справляющаяся с новыми технологиями группа, молодые люди в возрасте от 18 до 30, для получения информации используют специальные приложения для смартфонов. Причем

интересно, что сегодня использование каналов коммуникации может происходить одновременно. Медийным трендом последних лет стало использование второго экрана (dualscreen) при просмотре телепрограмм и использовании других традиционных каналов. Потенциал этой технологии можно использовать для налаживания взаимодействия с молодой аудиторией.

Таким образом, молодежь как основа социальной базы гражданского общества демонстрирует противоречия в предпочтениях по каналам коммуникации: с одной стороны, молодежь в серьезных вопросах может доверять прессе, в меньшей степени – телевидению и наружной рекламе, с другой стороны, в Интернете молодежь не часто использует официальные источники, около трети учащейся молодежи и 16% работающей молодежи обращаются к ним. Можно использовать тенденции интеграции каналов коммуникаций и взаимопроникновения медиа для повышения эффективности взаимодействия с младшими возрастными группами.

Список литературы

1. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация / Н. Н. Андреева // Маркетинговые коммуникации. – 2012. – №4. – С. 236–247

2. Бубнов В.В. Влияние электронных коммуникаций на развитие торговых процессов в России на рынке B2C// Роль и место иностранных языков и связей с общественностью в развитии аэрокосмической сферы Российской Федерации: Сборник докладов, М., 2015. С. 138-147.

3. Петренко Е.С. Трансляция рекламного мессиджа и воздействие на массового потребителя// Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета.2010. С.100-103.

УДК 379.822

Е.С. Папина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ЗРЕЛИЩНЫЕ ВИДЫ ИСКУССТВА В ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В данной статье говорится о предпочтениях молодежи в выборе места проведения своего досуга. Определяются предпочтения среди зрелищных видов искусств. Приводятся данные исследования и онлайн-опроса, благодаря которым можно лучше разобраться в теме статьи.

Ключевые слова. Досуг, кино, театр, зрелищные виды искусства предпочтения, ценности.

Неотъемлемым компонентом образа жизни является досуг, который в условиях современного российского общества привлекает к себе все больше внимания исследователей; социальная значимость этой сферы жизнедеятельности в последнее десятилетие заметно возросла.

Актуальность избранной нами темы обусловлена, во-первых, необходимостью определить, какие ценности у молодежи изменились за последнее время; во-вторых, потребностью знаний, что предпочитает молодежь в выборе своего досуга, чтобы можно было выстроить коммуникации в этих сферах, в-третьих, отношение молодежи к зрелищным видам искусства неоднозначно, с помощью анализа можно выяснить, что она предпочитает.

Целью данной статьи является выявление предпочтений молодежи в сфере зрелищных видов искусства. Зрелищные виды искусства включают театр, кино, шоу, концерты, выставки. Многие из них появились еще в античные времена. С течением времени люди меняются; следовательно, меняются формы самих зрелищных видов искусства.

Проанализировав данные социологических исследований, мы можем заметить положительную динамику в развитии зрелищных видов искусств. 10 лет назад ВЦИОМ в рамках опроса среди молодежи предложил ответить на несколько вопросов: «Что они любят делать на досуге?», «Как часто проводят свободное время вне дома?», «Что делают на выходных?». Всего было опрошено 1300 человек в 153 населенных пунктах.

Были получены следующие результаты: выходные проводят дома (28%), занимаются домашними делами (27%), ходят в гости (12%), ходят в театр, кино и другие зрелищные места (7%), посвящают время семье (6%). Треть россиян (33%) за последний месяц никуда не выбиралась. По мнению ВЦИОМ, это объясняется тем, что в России сохраняется недостаток развлекательных заведений. На вопрос: «Что вы предпочитаете в качестве развлечения?» только 9% молодых людей ответили – театр. «Что вы делаете в свободное время?» лишь 8% – ходят в кинотеатры [4].

В 2016 году Фонд общественного мнения провел опрос среди молодежи разных возрастов и зафиксировал рост интереса молодежи к зрелищным формам досуга. Исследователи разделили респондентов на три сегмента. Первый сегмент – молодежь в возрасте от 18-22 лет; второй сегмент – молодежь в возрасте от 23 до 27 лет; третий сегмент – молодежь в возрасте от 28 до 30 лет. На вопрос «Что из перечисленного вы более или менее регулярно делаете в свободное время?» получены ответы: «хожу в кино» ответили 43% возрастом 18-22 лет, 38% возрастом 23-27 лет, 27% возрастом 28-30 лет. «Хожу в театр, на

концерты, в музеи, на выставки, посещаю другие культурные мероприятия» ответили 15 % возрастом 18-22 лет, 14% возрастом 23-27 лет, 14% возрастом 28-30 лет [3].

Кафедра "Политология, социология и связи с общественностью" Ульяновского государственного технического университета в 2016 году провела исследование по теме: "Отношение молодежи к кино: аксиологические и поведенческие предпочтения"; выборка опроса составила 535 человек. Молодые люди в возрасте от 21 до 24 лет смотрят фильмы каждый день (78%) и получают удовольствие от их просмотров.

На частоту просмотров фильмов влияет наличие кинотеатров в районе проживания молодежи. У них нет явного лидера среди жанров, молодежь интересуется всем. При просмотре фильмов большинство студентов нацелено на поиск ответов на свои вопросы. Они сопоставляют главного героя с собой и пытаются ухватиться за каждое сказанное им слово.

На вопрос: «Влияет ли кино на ценности и поведение молодежи?» получены ответы: оказывает влияние на ценности и поведение молодежи – 59 %; 37% – считают, что особого влияния нет; «Какое влияние кино оказывает на молодежь?» 6% - «больше отрицательное», 12% - «больше положительное», 44% - «и то, и другое», 5% - «никакого влияния». На основе этих результатов, был сделан вывод, что молодежь при просмотре фильмов, скорее всего, не фильтрует поступающую информацию, воспринимает как позитивное, так и негативное влияние.

В 2017 году ВЦИОМ зафиксировал высокий уровень вовлеченности молодежи в мероприятия культурной сферы. Об этом сообщил руководитель управления социально-политических исследований ВЦИОМ Кирилл Родин. За последний год посещали хотя бы одно мероприятие (76%), посещали кино (45%). Каждый четвертый опрошенный посещал в этом году концерты, а каждый пятый был на театральном представлении. Наименьшей популярностью пользуются фестивали и шоу (6%), сайты о культуре (6%) [1].

В период «смены привычных оффлайн форматов коммуникации на онлайн» активно развивается интерактивный формат, который позволяет получить доступ как к последним культурным новинкам, так и к старому культурному наследию. «Поскольку данный формат достаточно популярен в настоящий момент как канал коммуникации, имеет смысл сделать его одной из доминант перспективного развития во взаимодействии с населением», - отметил ученый [1].

За последние десять лет значительно возросло число развлекательных заведений, таких как клубы, бары, дискотеки; однако, число их посетителей осталось на прежнем уровне и составляет около

13%. Это те люди, которые хотя бы несколько раз в год позволяет себе подобного рода времяпрепровождение [2].

В молодежной среде происходит быстрая смена главных жизненных ценностных ориентации: раньше это были ценности труда, в рамках которого досуг – лишь отдых и подготовка к новому труду; сегодня – это ценности досуга, при котором труд выступает средством обеспечения его качества [1].

Потенциал зрелищных видов искусств предоставляет большие возможности для формирования нравственных ориентиров, как отдельной личности, так и различных социальных групп современного общества.

В современных зрелищных видах искусства присутствуют моменты творчества, когда человек из субъекта потребления превращается в субъект созидания. Вместе с тем эти виды искусства - значимая часть экономической жизни общества, она приносит существенную прибыль и в ней заняты десятки тысяч людей, заинтересованных в клиентах сферы досуга.

На сегодняшний день современная молодежь проводит свой досуг более активно, посещая зрелищные виды искусства, чем десять лет назад. Молодежь предпочитает чаще ходить в кинотеатры, чем в театры; Она считает театральное искусство несовременным.

Список литературы

1. Иванова Е.М. Досуг как элемент культуры современной молодежи в России/Иванова Е.М./ Наука и современность. – 2010. – № 5-1. –С. 179-183.
2. Полетаев Ю.А. Досуг – недосуг/Полетаев Ю.А., Палилова И.Э. //Аналитический цент Юрия Левады. – 2002. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/2002/12/26/dosug-nedosug/> (дата обращения: 26.12.2002).
3. Опрос молодежи: досуговые и интернет-практики // ФОМ. – 2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/Obraz-zhizni/13103> (дата обращения: 15.11.2016).
4. Россиянам недосуг // ВЦИОМ. – 2008. [Электронный ресурс]. URL:<https://wciom.ru/index.php?id=238&uid=6699> (дата обращения: 04.06.2008).

Я.А. Полушкина, Г.М. Шигабетдинова
(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ТИПЫ ПОВЕДЕНИЯ СЕМЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ ПРОФИЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ СТАРШЕКЛАСНИКА

Аннотация. В данной статье говорится о типах поведения семей, когда у них появляется выбор профильного образования для ребенка-старшеклассника. Рассказывается о трудностях на пути родителей и ребенка. А также провели исследование, которое помогло вывести точный тип поведения старшеклассника.

Ключевые слова. Выбор профильного образования для старшеклассника, типы поведения семьи ребенка, профилизация, образование для ребенка, профильная школа.

В век технологий всё чаще встаёт вопрос о качестве современного профессионального образования. Профессиональное образование в современном мире, прежде всего, должно быть направлено на удовлетворение потребности экономики в кадровом потенциале, а также на удовлетворение потребностей населения в образовательных услугах. В последнее время развитие и функционирование системы образования, а также качество образовательных услуг этой сферы вызывает серьезные нарекания работодателей. [1, 159] Данную проблему, а точнее её корень, помогает решить дифференцированное, иначе – профильное образование. Профилизация - это средство индивидуализации обучения. Её главное преимущество заключается в более полном учёте интересов, склонностей и способностей учащихся, создание условий для обучения старшеклассников в соответствии с тем, какие планы они строят на свою жизнь. Актуальность темы обуславливается тем, что: во-первых, индивидуализация на старшей ступени обучения соответствует структуре образовательных и жизненных установок большинства старшеклассников; во-вторых, в высшей школе сформировалось устойчивое мнение о необходимости дополнительной специализированной подготовки старшеклассников для прохождения вступительных испытаний и дальнейшего образования в высшем учебном заведении; анализ зарубежного опыта показывает, что общее образование на старшей ступени во всех развитых странах является профильным. Таким образом, для того, чтобы учащиеся углублённо осваивали нужные им предметы, а также успешно сдавали экзамены в вуз и не испытывали больших трудностей при обучении в нём,

необходим переход на профильную школу. Также актуальность проведения данного исследования заключается в том, что родители выпускников средней школы оказываются в ситуации непростого выбора в отношении профильного направления дальнейшей деятельности ребёнка. Но затруднительные ситуации случаются не только у взрослых. Многие ребята, оканчивающие обучение в девятом классе, оказываются в под давлением стресса. Это происходит, потому что он боится брать на себя ответственность за свои же поступки, а также ребёнок просто не знает, что нужно, чтобы принять грамотное решение, соответствующее его жизненным целям, интересам, желаниям, а главное способностям. Учёба в профильном учебном заведении сформирует у человека конкретную картинку в голове. Она поможет молодому человеку определиться с будущей профессией, соответствующей его навыкам, сформирует мотивацию на дальнейшее углубленное изучение того или иного направления деятельности. И вот именно в этот период необходимо помочь ребёнку, чтобы он не совершил ошибку, и у него не возникло чувство разочарования. Поэтому, перед родителями встаёт вопрос: где учиться ребёнку, чтобы в будущем он смог полноценно реализовать свой потенциал? В ходе нашего исследования мы выделили типы поведения семьи ребенка, в процессе выбора будущего образования. Большая часть респондентов (72%) выбрали гуманный способ выбора будущего ребёнка – они решают все вопросы сообща, давая каждому право голоса. Пятая часть респондентов ответили, что в их семье последнее слово остается за самим ребёнком. Это хороший показатель того, что в современном мире родители уделяют большое внимание тому, чего хочет сам ребенок и дают ему право решать, чего он хочет.

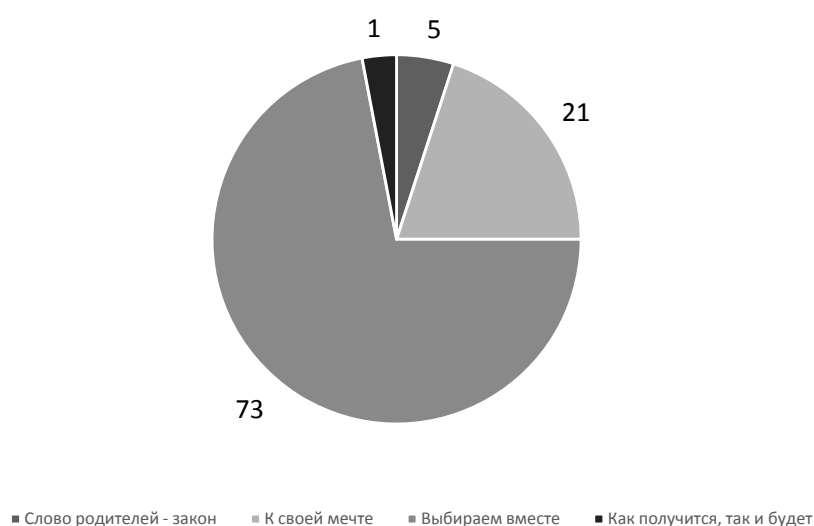


Рисунок 1. Типы поведения родителей при выборе будущего образования их детей (в % от опрошенных, n=400)

В ходе проведенного исследования мы выделили типы поведения семей при выборе будущего образования для ребенка, оканчивающего девятый класс:

1. «Выбираем вместе» - тип семьи, в котором вопросы профильного образования решаются сообща; и родители, и дети имеют право голоса, каждое мнение взвешивается и обсуждается;

2. «Слово родителей – закон» - тип семьи, в котором вопросы выбора профильного образования решают родители, опираясь на свой жизненный опыт и ресурсы семьи;

3. «К своей мечте» - тип семьи, в котором родители доверяют своему ребёнку и предоставляют ему полное право выбора его будущего;

4. «Как получится, так и будет» - тип семьи, в котором будущее образование ребёнка определяется случаем.

Список литературы

1. Панкова Н. В., Актуальные проблемы развития сферы образования в России // Научные ведомости БелГУ. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. – 2007. - №3. - С. 159-163.

УДК 316.72

А.С. Пучков, О.В. Шиняева

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

МУЗЫКА В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ: ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Аннотация. В данной статье говорится об отношении людей к музыке, о том, как музыка влияет на молодых людей, а также речь идет о технологиях формирования музыкальных предпочтений молодежи.

Ключевые слова. Молодежь, музыка, предпочтения, выбор, формирование, дискотеки.

Музыка считается неотъемлемой частью жизни всех людей, но в особенности молодежи. Большая часть молодых людей не представляют свою жизнь без музыки. Именно молодое поколение является главным потребителем музыкальной продукции. Кто-то благодаря музыке расслабляется, кому-то напротив, музыка помогает собраться и найти верное решение определенной проблемы.

Музыка как вид искусства дает возможность людям познавать мир и в процессе познания развиваться. Крайне важно, чтобы и общение с

музыкой было многосторонним, начиная от традиционных танцев и совместного исполнения песен за праздничным столом. Заканчивая внимательным вслушиванием в звучание оркестра на концерте и чтением музыкальной литературы. Основная проблема заключается в отсутствии музыкальной культуры у современной молодежи. Молодежи приходится жить в век информационных технологий и Интернета. Удивительно, но музыку можно услышать практически везде. Этому содействуют: радио, телевидение, а главное Интернет, в котором хранится огромное количество доступной музыки. Из-за этой легкодоступности молодежь перестает ценить музыку. Музыка становится просто фоном. Люди перестают слушать музыку всерьез. Под влиянием некоторых факторов изменяется и духовная жизнь молодежи. Она становится более непростой, разнообразной и имеет ряд своих специфических факторов, а также приобретает новые элементы [4, 104].

Цель данной статьи заключается в выявлении технологий формирования музыкальных предпочтений молодежи. Объектом исследования является: музыкальные ориентации молодежи, предметом - влияние музыки на молодежь.

Современная молодежь не может жить без музыки - к такому выводу пришло маркетинговое агентство, которое провело исследование музыкальных предпочтений молодежи по заказу «Независимой газеты». Методом сбора информации являлся уличный опрос по формализованной анкете. Респонденты: представители мужского пола и женского, 16 - 25 лет, г. Москва. Выборка: случайная, квотированная (пол: 50%/ 50%, возраст: 16-20/ 21-25 лет - 50%/50%); 200 результативных интервью.

Российские социологи отмечают, что сейчас основным компонентом молодежного досуга становится посещение баров, клубов и дискотек. Молодежь часто посещает места, в которых можно услышать современную ритмичную музыку. Это напрямую связано с психофизиологическими особенностями молодых людей, характеризующимися потребностью в постоянных физических и психических нагрузках, поэтому-то современная ритмичная музыка в большей мере способствует реализации этой потребности.

В социологических опросах, которые касаются молодежного досуга, просмотр телевизора и дискотеки в процентном отношении неизменно преобладают. Это очень важно, ведь из них получают культурно-стилевые модели молодые поклонники музыки. Дискотеки нацелены на непосредственное общение, нехватка которого воспринимается молодежью довольно таки болезненно. Дефицит общения может вызвать у молодежи стрессовое состояние, которое перерастает в болезни, уходы из дома и бродяжничество, а иногда и в суицид. Дискотеки помогают убрать этот отрицательный фактор, а также

напряжение от множественных перегрузок техногенной цивилизации, они дают волю эмоциональному буйству юной энергии.

В ходе исследования, в рейтинге музыкальных предпочтений за последний месяц первое место уверенно заняла танцевальная музыка (56%), второе- зарубежная поп-музыка (48%). Третье место поделили русская поп-музыка (41%), русская рэп и хип-хоп музыка (39%) и русская рок-музыка (38%).

Для молодежи от 16 до 20 лет любимой музыкой является русский рэп и хип-хоп (22% против 8% у 21-25-летних). У слушателей постарше - 21-25-летних вкусы совсем другие - у них любимым стилем музыки является русская поп-музыка (14%). Респонденты от 16 до 20 лет вообще решили игнорировать в опросе это направление.

Эксперты в области коммуникаций утверждают, что для позиционирования учреждения культуры на рынке индустрии досуга важным является формирование и поддержание технологий взаимодействия с целевыми аудиториями. «К каким бы усложненным коммуникационным технологиям мы ни обращались — будь то пресс-служба, служба связи с общественностью и прессой, рекламно-информационная служба, служба паблик рилейшнз, — везде ядром выступает организация связи с прессой. От того, насколько профессионально «поставлена» в организации связь со средствами массовой коммуникации, зависит, как воспринимает организацию общественность» [4,23]. Анализ документов Ульяновского Дома музыки учреждения показал, что на стадии организации 56-го Международного музыкального фестиваля “Мир. Эпоха. Имена”, Ульяновский Дом музыки довольно широко проводил работу по продвижению события причём началось оно за несколько месяцев до самого фестиваля.

В ходе рекламно-информационной кампании был разработан новый логотип фестиваля. Логотип является комбинированным – в нем присутствуют графическая и текстовые составляющие. Текстовая составляющая представляет собой написанное строгим классическим шрифтом название фестиваля. Графическая составляющая - шар, в который вписана нота. Белые тонкие полосы на ноте ассоциируются с клавиатурой фортепиано и нотным станом. Основные цвета логотипа – насыщенный красный, белый, черный. Разработана имиджевая продукция фестиваля: баннеры, пилоны, перетяги, билборды, афиши, листовки, буклеты, блокноты, пригласительные билеты и конверты, фирменные бланки, пакеты фестиваля.

Благодаря планомерной работе с аудиторией в социальных сетях, информативным постам, взаимодействию с партнерами количество подписчиков групп филармонии увеличилось более чем на 3500 человек. После каждого концерта фестиваля совместно со студентами кафедры журналистики Ульяновского государственного университета

для социальных сетей и сайта филармонии готовились официальные видео-дневники фестиваля, а также дневники со слушателями.

Итак, дискотеки выступают не только психофизиологическим компенсатором, не только звуковым фоном для танцев, она - главный посредник в налаживании контактов между поклонниками конкретных направлений молодежной музыки. Именно здесь происходит самоорганизация молодежных групп, а музыка - их непосредственная консолидирующая основа.

Список литературы

1. Особенности восприятия музыки [Электронный ресурс] URL <https://studfiles.net/preview/6228688/page:2/>
2. Музыкальные ориентации современной молодежи [Электронный ресурс] URL <http://westud.ru/work/176211/Muzykalnye-orientacii-sovremennoj-molodezhi>
3. Музыка как фактор формирования молодежных субкультур: [Электронный ресурс] URL [социологический анализ http://www.dslib.net/sociologia-kultury/muzyka-kak-faktor-formirovanija-molodezhnyh-subkultur-sociologicheskij-analiz.html](http://www.dslib.net/sociologia-kultury/muzyka-kak-faktor-formirovanija-molodezhnyh-subkultur-sociologicheskij-analiz.html)
4. Исхакова Н.Р., Болтачев Р.Р. Музыкальные предпочтения молодежи // Социологические исследования. 2006. №6. С. 103-107.
5. Вебер М. Рациональные и социологические основания музыки // Вебер М. Избранное. – М.: Юрист, 1994.

УДК 31.316.72

А.В. Симонян

(Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

ТЕНДЕНЦИИ КАРНАВАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. Статья посвящена проблеме формирования феномена карнавализации среди молодого поколения. Сегодня актуальна массовая культура. Благодаря карнавальному началу, происходит подмена духовных ценностей на антиценности, которые так легко усваиваются молодежью.

Ключевые слова. Карнавализация, массовая культура, народная культура, молодое поколение, окультуривание, антиценности, социокультурные нормы.

Важно отметить, что нынешняя цивилизация находится в такой социокультурной ситуации, при которой взрослым необходимо узнавать что-то новое от своих детей. **Культура** тривиальных народов

сформировала механизмы, которые позволяют совершить переход из мира детства в мир взрослых безболезненно в рамках постфигуративной культуры [5].

В процессе «окультуривания» молодое поколение развивает в себе социокультурные ценности, содержание и развитие которых, играют важную роль в развитии современного общества. Особое место в России занимает сфера духовной культуры. Сейчас она переживает кризис, так как ценности, которые были актуальны в период советского строя, в нашем нынешнем обществе менее приоритетны [2, 3].

Современное информационное общество предоставляет условия для развития личной в активности молодежи различных сферах: творчество, игры, общение, потребление массовой культуры. Информационные технологии преобразуют повседневную жизнь, предоставляют возможности для развлечений, ярких впечатлений, острых переживаний. Именно такая сторона жизни современной молодежи наиболее полно несет в себе образ карнавальской культуры.

Главным средством разнообразия современной повседневной реальности для молодежи становится феномен «карнавализации».

Становлению картины мира современного молодого человека предшествует ситуация, названная М. М. Бахтиным, «карнавализация сознания» - период распространения и усвоения новых представлений и новых смыслов. Карнавализация сознания молодых людей выражается в уходе и отрицании духовно-нравственных ценностей, традиций, в стремлении выйти за рамки принятых норм морали, установленных обществом. Современная молодежь, желая постичь новые ощущения, утвердить себя в качестве взрослого самостоятельного человека, утвердить свое «Я», стремится нарушить табу, существующие в обществе, тем самым показать, что они имеют право на принятие своего, независимого ни от кого решения. Несмотря на все попытки искоренить феномен карнавализации, карнавальное начало по-прежнему присутствует в современной культуре и занимает довольно устойчивое положение [5].

Благодаря карнавальному началу, происходит подмена духовных ценностей на антиценности, которые так легко усваиваются молодым поколением, с их безграничным стремлением к познанию новых представлений и смыслов. Массовая культура проникнута чувственным началом, стремлением только к удовольствиям во всех их проявлениях, зачастую обращается к подсознанию современной молодежи, не требуя от человека затрат душевной и умственной энергии, что роднит его с «низовой» народной культурой. Карнавализация как явление массовой культуры размывает границы между «высоким» и «низким», «возвышенным» и «упрощенным» в культуре. Карнавализация для молодого поколения выступает как одна из наиболее приемлемых и доступных социокультурных форм. Карнавальная культура с ее

формами проявления среди современного молодого поколения носит дезорганизационный характер. Дезорганизация проявляется в распространении культа насилия, пропаганде индивидуализма, потребительского отношения к жизни.

Исторический опыт доказывает, что важную роль в обществе играют элементы культуры. Основанием культуры выступают нравственные ценности. Особое место культуре выделяется в процессе социализации, исходя из того, что культура во всех проявлениях связана с общественной жизнью. Составляющей «культурной общественности» является «ценность», а она как предмет человеческого сознания выражается в поведении человека в социуме [3].

Роль культуры в процессе социализации детей и подростков важна, так как институт культуры включает в себя один из главнейших институтов в жизни каждого – институт образования [6]. Задача школы состоит в создании таких условий, в которых дети и подростки могли бы приобрести полноценный социальный опыт в контексте современного общества.

Немалую роль в процессах образования и социализации в современном мире играют творческие способности человека. В современном мире одним из важнейших факторов социализации подростков становится дополнительное образование. Ключевая социокультурная роль дополнительного образования состоит в том, что оно превращает творчество и самотворчество детской и подростковой субкультуры в общее дело всего общества, а не отдельных обособленных организационно-управленческих институций: детского сада, школы, техникума или вуза.

Концепция М.М. Бахтина была создана на основе анализа культуры средневековья. Модель карнавализации культуры отражает не только черты прошлых эпох, но также современное состояние культуры.

Карнавализация сознания современной молодежи в полной мере отражает сущность нынешнего культурного кризиса. Хочется думать, что наше общество, насытившись карнавальными праздничностью, перейдет на новый этап, который не будет характеризоваться смертью «старого и отжившего», а, наоборот, осознанно переосмысленным отношением к своим национальным культурным ценностям.

Список литературы

1. Бочкарева В.И. Отечественные социологи о статусе культуры в системе социологического знания, середина XIX – начало XX в. // ТРУДЫ Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2015. – Том 206. – С.36-40.

2. Желнина Е. В. Россия-2050: образ страны по результатам социологического исследования // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2016. – № 3 (7). – С. 47 – 55.

3. Мид М. Культура и мир детства. Избранные произведения. – М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1988. – С. 322-323.

4. Паленова Е.В., Иванова Т.Н. Влияние детских дошкольных учреждений на социализацию детей в рамках реализации Федерального государственного образовательного стандарта//Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. Т. 15. С. 886-890. URL: <http://e-koncept.ru/2016/96091.htm> (дата обращения: 13.10.18).

5. Руднев В.П. Энциклопедический словарь культуры XX века: Ключевые понятия и тексты. М.: «Аграф», 2003. – С. 170-173.

6. Цветкова И.В. оценка тольяттинцами развития социальной сферы в условиях реформирования моногорода // [Научно-методический электронный журнал Концепт](http://e-koncept.ru/2013/13129.htm). 2013. № 6. С. 61-65. URL: <http://e-koncept.ru/2013/13129.htm>. – Гос. рег. Эл № ФС 77- 49965. – ISSN 2304-120X. (дата обращения: 13.10.18).

УДК 311.42

А.В. Татаринцева, О.В. Шиняева

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К ИНТЕРНЕТ- КОММУНИКАЦИЯМ: МОТИВАЦИИ И РЕАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ

Аннотация. В данной статье идёт речь о молодежи, об отношении молодых людей к коммуникации в Интернете. О доверии подрастающего поколения к интернет-рекламе. И о тактике работы с данной целевой аудиторией PR-специалиста.

Ключевые слова. Молодежь, Интернет, Интернет-коммуникации, реклама в Интернете, PR в Интернете.

Интернет-среда постоянно меняется. А главным акторомее трансформаций является молодежь, которая первой подхватывает тренды и начинает использовать их в своей повседневной жизни. *Актуальность* работы заключается в том, что с развитием информационного общества происходят изменения каналов массовых коммуникаций. Молодое поколение в возрасте 16-28 лет, является первым цифровым поколением, чье взросление происходит неразрывно от IT-технологий, тем самым, молодежь становится главной аудиторией в Интернете.

Цель нашей работы – рассмотреть молодежь как целевую группу PR-кампаний, которые распространяются в Интернете.

По данным совместного исследования Google и Ipsos, 65% россиян используют Интернет ежедневно, но если речь идет о молодом

поколении, то эта цифра вырастает до 98%. Молодые пользователи всегда на связи. Основным каналом коммуникации для них являются социальные сети, среди которых самые популярные — ВКонтакте и YouTube. Четверть россиян в возрасте 13-24 лет проводит в социальных сетях более 5 часов в день; а каждый четвертый из них проверяют обновления через каждые 30 минут. Интересно, что пользователи от 18 до 24 лет в среднем проводят в социальных сетях больше времени, но именно подростки чувствуют необходимость немедленно реагировать на все обновления и новые сообщения [1].

С целью выявления значимости Интернет-коммуникаций в жизни современной молодежи мы использовали результаты социологического опроса, который проводился в Нижегородской области. Исследование определяло место, которое занимают социальные сети в жизни молодых людей. Респондентами выступили студенты 1-4 курсов, обучающиеся по направлению «Социальная работа» психолого-педагогического факультета Арзамасского филиала ННГУ (выборка 400 человек, возраст 17 – 25 лет). Более половины опрошенных считают, что интернет оказывает на жизнь студентов положительное влияние, так как предоставляет простой доступ к самой разнообразной информации и расширяет возможности общения; четверть участвовавших в опросе относят интернет к негативным явлениям нашей жизни, мотивируя это тем, что он мешает здоровому образу жизни и ослабляет неокрепшую детскую психику; 10% опрошенных людей полагают, что интернет на их жизнь влияет очень слабо или вообще влияния не оказывает; 5% о влиянии Интернета не смогли сказать ничего.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) провел опрос среди жителей России об их отношении к Интернету. Опрос проходил 21–22 марта 2015 года в 130 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России, всего было опрошено 1600 человек. Половина респондентов выходит в интернет ежедневно. В 2006 году доля таких пользователей была в 10 раз меньше — 5% опрошенных. Каждый пятый житель России подключается к интернету несколько раз в неделю или месяц. Ещё два года назад, по данным того же ВЦИОМ, интернетом, как средством общения, пользовалось 44% россиян, и количество их, благодаря прогрессирующему распространению подключенных к Сети мобильных гаджетов, возрастает постоянно [2].

В 2015 году проводилось исследование общественного мнения россиян по проблеме государственного контроля Интернета. Участников опроса попросили назвать три организации, которым они в наибольшей степени доверяют регулирование Интернета, притом 6% респондентов отказались отвечать на вопрос из тех соображений, что Интернет не должен вообще никем регулироваться. Российское правительство и российские спецслужбы пользуются практически равным уровнем

доверия в вопросе регулирования Интернета, хотя несколько большее количество россиян отдают первенство спецслужбам, нежели правительству. Ученые и президент России почти одинаковы среди вторых по уровню доверия возможных регуляторов Интернета, хотя большее количество россиян предпочитают президента ученым. Государственная Дума РФ и частные компании заняли третье место среди возможных регуляторов, за ними следуют НПО и другие группы гражданского общества, затем – международные организации без российского чиновничества (т.е. ООН или ICANN). Интересно, что всего лишь 2% россиян доверили бы регулировать Интернет международным организациям, которые тесно сотрудничают с российскими властями – такими как Международный союз электросвязи. У россиян также спросили, считают ли они, что персональные блоги должны регулироваться в большей степени, одинаково, или в меньшей степени по сравнению с онлайн-СМИ, либо для блогов регулирования не должно быть вовсе. В общей сложности большая доля респондентов затруднилась ответить на этот вопрос – почти каждый пятый заявил, что не находится, что ответить. Из остальных вариантов большинство россиян считают, что персональные блоги должны регулироваться так же, как и СМИ. Количество других вариантов ответов распределилось примерно поровну: 15% считают, что блоги должны регулироваться меньше, нежели СМИ, 13% – больше, а 14% считают, что регулирование блогов не требуется [3].

Спецификой молодежной целевой аудитории – PR-кампаний, являются следующие ключевые черты: большее доверие у них вызывают рекомендации других пользователей, нежели реклама; Обладают нетерпеливостью; Получение большей части новостей через Интернет. Исходя из этого можно сформулировать следующую тактику работы PR-специалиста – сделать информацию доступной, чтобы с самого начала она попадала в поле зрения потребителя, а затем заинтересовывала его таким образом, чтобы он остановился и ознакомился с ней. При этом важно создать все условия, чтобы информация не только заинтересовала пользователя и запомнилась ему, а также, чтобы он запомнил площадку, с которой она была получена. Особенности Интернета как мультимедийного канала распространения информации, обуславливают наличие в его структуре большого количества форм и способов передачи рекламных обращений. Наиболее распространенным, самым популярным и эффективным способом привлечения посетителей на web-страницы или web-сайты в среде Интернета является баннерная реклама. С помощью баннерной рекламы организаторы акций привлекают посетителей на свой web-сайт. Индикатором результативности служит отношение числа щелчков баннера к числу его показов [4].

Итак, можно с уверенностью сказать, что Интернет является новой, эффективной и перспективной формой сопровождения PR-акций. Именно молодежь представляет собой довольно значимую целевую аудиторию, поскольку является одним из главных потребителей товаров услуг и идей. Молодежь является «продвинутым» пользователем, это выражается не только в использовании Интернета и социальных сетей, но и в ряде других сфер: социокультурные, творческие коммуникации. Молодежь – как целевая группа для PR-кампаний, имеет свои особенности, которые следует учитывать. Изучать при помощи мониторинга общественного мнения.

Список литературы

1. Исследование «Молодёжь рунета: активность, соцсети, отношение к брендам. Исследование» <https://rusability.ru/news/molodyozh-runeta-aktivnost-sotsseti-otnoshenie-k-brendam-issledovanie/> (дата обращения: 28.05.2018).
2. Исследование ВЦИОМ от 21-22 марта 2015 года в 130 населенных пунктах. <https://rusability.ru/news/vtsiom-rasskazal-vsyo-o-rossiyskih-polzovatelyah-interneta-issledovanie/> (дата обращения: 25.05.2018).
3. Исследование общественного мнения россиян по проблеме государственного контроля Интернета <https://digital.report/internet-control-in-russia-part-6/> от 2015 года. (дата обращения: 06.06.2018).
4. Данилов С.А. Риски и потенциал интернет-социализации молодежи. Известия Саратовского университета, Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2012. – 12(2). – 40–47.

УДК 316.74:80

Н. А. Тер-Никогосова

(Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОЦЕССЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. В статье автор раскрывает понятие социальных сетей и рассматривает аспекты их влияния на жизнь современной молодёжи. Молодое население не выступает за регламентацию пользования социальными сетями в своей возрастной группе, абсолютно не поддерживая ограничение свободы поведения в информационном пространстве.

Ключевые слова. Социальные сети, социализация, молодёжь

Одним из новых явлений в жизни современного общества выступает появление и развитие социальных сетей. Зарождение популяризации виртуального пространства берёт свои истоки с начала 2000-х годов. Первыми из международных социальных сетей стали такие как Facebook, Twitter и MySpace, из отечественных – ВКонтакте, Одноклассники [1].

Социальные сети представляют собой некие информационные сообщества, позволяющие пользователям взаимодействовать друг с другом в рамках виртуального мира. Внутри данной платформы люди могут беспрепятственно создавать группы по интересам, обмениваться теми или иными ресурсами и обзаводиться новыми знакомствами, удовлетворяя непосредственную потребность в общении. Социальные сети имеют ряд характерных особенностей: создание личных профилей, где пользователи делятся своими персональными данными и другой личной информацией; возможность обмена информацией через широкий спектр способов её трансляции (фотографии, видеозаписи, текстовые сообщения в виде блога или микроблога, личные сообщения в чатах и т.д.); возможность создания и поддержания взаимоотношений с другими пользователями (дружба, родство, деловые или рабочие связи и т.д.) [2].

В жизни молодёжи виртуальные социальные сети играют одну из наиболее значимых ролей, так как данные Интернет-ресурсы отвечают за реализацию ряда функций: коммуникативной, развлекательной, интегративной и т.д. Пользователи информационного пространства с лёгкостью находят пути расширения границ общения, взаимного обмена эмоциями, событиями и чувствами. Большинство представителей современного молодого поколения, навряд ли, смогут даже представить свою жизнь без нахождения в пределах того или иного Интернет-сообщества. С каждым годом всё больше и больше людей приобщаются и становятся частью социального пространства.

Мотивами данного явления может послужить множество факторов, влияющих на выбор в пользу того или иного сервиса. Одни люди ищут в социальных сетях лёгкий способ всегда оставаться на связи, непосредственно общаясь в рамках Интернет-платформы, другие рассматривают познавательный мотив, несущий в себе получение актуальной и наиболее свежей информации. Мотив аффилиации отвечает за возможность нахождения единомышленников, пользователей со схожими интересами и увлечениями. Стоит отметить, что одним из аспектов мотивации нахождения в социальных сетях может послужить фактор рекреации, то есть желание скоротать время, расслабиться. Представители молодого поколения, позиционируя себя пользователям социальных сетей, ищут способы самореализации и самоутверждения на их просторах, считая данные ресурсы наиболее лёгким способом для достижения популярности и проявления своей

индивидуальности. Интересно, что Интернет-сервисы данной направленности дают возможность горизонтальных связей с теми людьми, которые находятся на более высоких позициях [3, 4].

Далее рассмотрим примеры исследований в рамках данной тематики. Всероссийским центром изучения общественного мнения в апреле 2017 года был проведен опрос населения для выявления отношения россиян к законодательным инициативам по регулированию доступа к социальным сетям. Одной из основных идей выступает предложение запрета на выход в социальные сети детям до 14 лет, что непосредственно повлияет на структуру их взаимоотношений в подростковой среде. Большинство населения (62%) поддержало данную инициативу, причём положительный ответ дали целых 67% респондентов среди молодой возрастной группы 18-24 года. Мнение «против» было высказано 35% опрошенных, проживающих преимущественно в районах Москвы и Санкт-Петербурга. Интересно, когда речь заходит о регламентации пользования социальными сетями среди всех граждан путём регистрации по паспорту, 52% респондентов отзываются отрицательно в сторону данной законодательной инициативы. Тем самым, делая вывод о значении информационных платформ в социализации подрастающего поколения, мы видим негативный посыл со стороны взрослых, здесь работает некий закон «Детям нельзя, взрослым – можно». Молодое население возраста 18-24 года не выступает за регламентацию пользования социальными сетями в своей возрастной группе, абсолютно не поддерживая ограничение свободы поведения в информационном пространстве [5].

Тем самым, мы можем сделать вывод, что социальные сети непосредственно влияют на поведение и социализацию молодого поколения. Большинство представителей данного слоя населения видят в них способ для самореализации, приобретения популярности, раскрытия личностного потенциала и поддержания взаимоотношений со своим окружением. Регламентацию социального пространства молодёжь воспринимает отрицательно в силу рекреационных мотивов и желания личной свободы.

Список литературы

1. Гуркина О. А., Мальцева Д. В. Мотивы использования виртуальных социальных сетей подростками // Социологические исследования. – 2015. № 5. – С. 123 – 130.

2. Самыгин С. И., Попов М. Ю., Загутин Д. С. Социальные сети как социальный институт социализации молодёжи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – №5. – С. 46 –49.

3. Роль виртуальных социальных сетей в жизни современного школьника. Отчет по итогам НИР. / Аржаных Е.В., Задорин И.В.,

Колесникова Е.Ю., Гуркина О.А., Новикова Е.М., Мальцева Д.В. – Москва, 2014. – 107 с.

4. Желнина Е. В. Россия-2050: образ страны по результатам социологического исследования // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2016. – № 3 (7). – С. 47 – 55.

5. Пресс-выпуск №3347. Забанитьсоцсети? // Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=570> (дата обращения: 15.10.2018).

УДК 379.821

В.Э. Трефилова

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ И РАЗВИТИЕ ДОСУГА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье исследуются факторы и развитие досуга современной молодежи, который является одной из ключевых сфер ее жизнедеятельности. Развитие технологий способствует внедрению более новых форм проведения досуга. Была опрошена молодежь в городе Ульяновске возраста от 18 до 30 лет, на основе их ответов были получены данные о наиболее проводимых видах досуга и формирования факторов, по которым выбирает молодежь свой досуг.

Ключевые слова. Молодежь, досуг, активный и пассивный досуг, доход, технологии, ценностные ориентиры.

В современной России за последние 30 лет трансформировались все сферы жизни российского общества, институт досуга поменялся и вместе с этим и досуг. Возможность досуга предоставляет большие альтернативы для формирования нравственных ориентиров, как отдельной личности, так и различных социальных групп современного общества.

Досуг является основной деятельностью для молодежи, проведение свободного времени вне учебы и работы. Рассмотрим основные формы проведения досуга: активный, пассивный. Пассивный предполагает собой: чтение книг, прослушивание музыки, просмотр фильмов, тв-передач, и другое. Активный досуг: туристические зоны с услугами рыбалки, охоты, пешего, конного, туризма «на заказ»; шопинг; клубы настольных ролевых игр; горнолыжные курорты; концептуальные заведения общепита (бары, караоке-рестораны, кафе, кофейни, суши-бары, пиццерии, интернет-кафе, фаст-фуды, art-кафе); загородные клубы; культурно развлекательные центры с концертными площадками; праздничные агентства, многопрофильные спортивные объекты,

боулинг-центры, профессиональные бильярдные клубы, центры спа-услуг, фитнес-центров, ледовых катков и т. д.) и т.д.

В рамках изучения темы «Особенности досуга современной молодежи» было проведено исследование методом анкетного опроса. Всего было опрошено 221 человек в возрасте от 18 до 30 лет в городе Ульяновск.

Среди опрошенных больше половины молодых ульяновцев в свободное время «обычно сидят в Интернете» (55,9 %), чуть меньше половины - смотрят телевизор (44,8), треть - слушают музыку (34,5 %). Вместе с тем самыми интересными видами организации досуга для молодежи являются «путешествие по разным городам и странам» (20,2 %), «посещение выставок, музеев, театров» (17,5), «посещение фестивалей, концертов, массовых праздников» (15,2 %) «кино» (15,2). При этом в повседневной жизни лишь небольшая часть молодежи реализует свой интерес: ходят на фестивали, концерты, массовые праздники 7,2 % респондентов; музеи, выставки, театры посещают и того меньше - 4,0; а путешествуют только 1,9 %.

Такие виды досуга, как спорт и физическая культура оказываются для молодежи на последнем месте (15,8 %); занятия в кружках художественной самодеятельности, секциях, клубах по интересам (9,1%); «выезд на природу» (в том числе рыбалка, охота) (7,2%); «посещение религиозных учреждений» (3,7); волонтерство, общественная деятельность и благотворительность (2,9 %).

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о том, что современная молодежь выбирает пассивные виды времяпрепровождения: Интернет, просмотр телепрограмм, прослушивание музыки. Объективной причиной, стоит отметить, является научно-технический прогресс, который постоянно совершенствуется, наполняя его новыми гаджетами, заменяя старые. В современном информационном пространстве трудно представить человека, не пользующегося «благами» виртуальной сети, тем более представителя молодежи.

На вопрос: «Какой основной фактор влияет на формирование интересов досуговой деятельности?», респонденты разделились на две группы те кто считает, что основным фактором является возможность получить новые впечатления (57,1%) и те кто считает, что основным фактором является экономический фактор, так ответили 42,9%. Безопасность для молодежи не влияет на формирование выбора рекреации, так как это будет требовать дополнительных затрат. Молодежь выбирает в основном такой досуг, который принесет им новые впечатления и не «ударит» по карману.

Итак, досуг жизнедеятельности современной российской молодежи требует глубокого научного осмысления. Необходимо отметить, что повышение качества и доступности услуг муниципальных

учреждений культуры является одним из приоритетных направлений политики как регионального правительства, так и органов местного самоуправления, а регулярные замеры удовлетворенности услугой позволяют своевременно принимать предупредительные меры.

Список литературы

1. Акимова Л.А. Социология досуга: учеб. пособие. – МГУКИ. - М.: 2003. -123 с.
2. Бочарникова И.С. Досуговые предпочтения современной российской молодежи: сравнительный социологический анализ // Теория и практика общественного развития. 2018
3. Жарков, А.Д. Теория и технология культурно-досуговой деятельности /А.Д. Жарков. – М.: Издательский Дом МГУКИ, 2016. – 480с.
4. Культурно-досуговая деятельность / под науч. ред. А.Д. Жаркова и В.М. Чижикова. – М., 2014. – С. 430-453.
5. Стрельцов, Ю.А. Культурология досуга / Ю.А. Стрельцов. – М.: МГУКИ, 2016. – С. 163-204.

УДК 379.82

В.С. Трошин

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

МОТИВАЦИЯ ВЫБОРА УЧРЕЖДЕНИЙ НОЧНОГО ДОСУГА МОЛОДЫМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Аннотация. В данной статье говорится о предпочтениях общества в целом и молодежи в частности в выборе учреждений ночного досуга. Определяются факторы, влияющие на посещение ночных клубов. Приводятся данные социологического исследования и анкетирования, при помощи которых можно наглядно разобраться в современных тенденциях молодежи при выборе учреждений досуга.

Ключевые слова. Ночной клуб, досуг, дискотека, диджей, предпочтения, клуб, мотивация, молодежь, ночной досуг, клубная атмосфера.

В последнее время совершенствование деятельности учреждений по организации досуга молодежи является важной проблемой. Культурно-досуговые учреждения обращаются к переосмыслению своей деятельности, что связано с изменением их роли в обществе. Они ориентируются на участие в общесоциальных, культурных и экономических процессах, оставаясь при этом досуговыми центрами.

Аудитория значительно расширилась, ее реальные потребности в сфере организации отдыха резко изменились [1]. Именно свободное время населения становится предметом конкурентной борьбы различных досуговых направлений и, следовательно, требует инновационных подходов и технологий [2].

Цель данной статьи – выявить мотивационные характеристики выбора молодыми людьми ночных клубов. Мы поставили следующие задачи: 1) проанализировать мотивационные характеристики выбора респондентами ночных клубов; 2) определить факторы, влияющие на посещаемость учреждений ночного досуга молодыми людьми.

В ходе работы были изучены теоретические материалы, касающиеся проблемы организации молодёжного досуга. Значительный вклад в исследовании досуга молодежи внесли Г.А. Пруденский, В.Д. Петрушев, В.Н. Пименова, Э.В. Соколов, Е.А. Адаховская. Ночные клубы как форма досуга еще не стали предметом целенаправленного научного изучения в отечественной социологии. Исследований на эту тему проведено немного, как правило, они являются маркетинговыми и не рассматривают ночные клубы в качестве формы организованного досуга. В большинстве из них ночной клуб рассматривается с точки зрения потребительских предпочтений людей, регулярно посещающих данные учреждения. А требуется изучение ночного досуга, с позиций социокультурного подхода.

Ночные клубы, появившиеся в России в девяностых годах XX века, до сих пор противоречиво оцениваются общественным мнением. С одной стороны, ночные клубы предстают в качестве новой и необычной среды для самовыражения личности. С другой стороны, ночной клуб представляется девиантной формой досуга, связанного с пьянством, употреблением наркотиков и распространенностью случайных половых связей. С этой точки зрения до сих пор изучается характер деятельности, реализующейся в ночных клубах. Каждый посетитель в клубе имеет свою цель и исполняет свою роль. Кто-то туда ходит «потусить» по полной программе, для кого-то клуб — это место, чтобы себя показать и на других посмотреть.

Современные клубы - явление неоднозначное. Общество не перестанет делиться на два лагеря, вечный вопрос "Клубы - хорошо это или плохо", будет актуальным всегда, а правда находится где-то по середине. Рассмотрев проблему с обеих сторон, мы можем с точностью сказать, что в ночных клубах тоже есть своя культура, традиции и порядки. Из-за того, что некоторые посетители своим поведением портят мнение о ночных клубах, складывается отрицательный стереотип. Каждый находит что-то свое, преследует какие-либо собственные цели. [3].

Возрастная категория тех, кому нравится ходить в клубы, - это возраст от 18 до 30. Однако популярность ночных клубов среди молодых людей до 29 лет в последнее время снизилась. Самыми

популярными видами досуга российской молодёжи сегодня является общение в соц. сетях, просмотр фильмов, чтение книг, прогулки и шопинг, в то время как ночные клубы и дискотеки российскую молодежь стали интересовать меньше. Что касается занятости в свободное время вне дома, чаще всего опрошенные молодые люди выбрали ответы «проведение времени на природе, прогулки» (45,2%), «посещение кинотеатра» (40,4%), «посещение магазинов» (38%). «Наименее популярно посещение дискотек и ночных клубов - 7,3%» [4].

Анализируя данный показатель, мы можем наблюдать зависимость частоты посещения ночных клубов от образования. Молодые люди с общим средним образованием являются более активными посетителями ночных клубов, чем опрошенные с высшим и средним специальным образованием. Следует отметить, что ночные клубы пользуются наибольшей популярностью у молодых людей. Но при этом рабочие (68%) и руководители среднего звена (68%) являются более активными посетителями ночных клубов. Это может быть связано с тем, что студенты большую часть своего времени посвящают учебе и работе, и на посещение клубов у них остается меньше свободного времени.

Выявлено различие критериев при выборе ночных клубов в зависимости от гендерной принадлежности. Для юношей наиболее важными являются такие критерии как сервис и обслуживание (69%), атмосфера в клубе (67%). Для девушек: атмосфера в клубе (76%) и ценовая политика (75%). Наименее актуальным критерием и для тех, и для других является тематика вечеринки и отзывы окружающих. Обосновать это можно тем, что посетители ночных клубов в большинстве редко имеют отношение к каким-либо субкультурам. А представители субкультур являются посетителями специальных тематических заведений (клубы байкеров, рок-клубы)

В ходе исследования было выявлено, что 64% юношей и 65% девушек любят посещать ночные клубы. Также нам удалось определить, что наименее активными посетителями ночных клубов являются - студенты. А самыми активными посетителями ночных клубов являются молодые люди со средним образованием. Одним из важных факторов, влияющих на посещение ночных клубов, является внутриклубная атмосфера. Наличие атмосферы, по мнению респондентов, является важным стимулом при выборе ночного клуба, а также при реализации досуговой деятельности в нем. Так отсутствие специфической атмосферы в клубе делает его не привлекательным для посетителей, создает плохую репутацию. В то время как клуб с хорошо зарекомендовавшей себя атмосферой привлекает новых посетителей даже среди тех, кто ранее не входил в их ряды.

Важным стимулом, влияющим на посещение ночных клубов, являются средства массовой информации. Последнее время тема ночных клубов в СМИ актуализировалась. Телевидение транслирует

привлекательный и образ человека, проводящего свой досуг в ночных клубах. В роли героя программ про внутриклубную жизнь часто выступают известные эстрадные исполнители. Помимо этого, СМИ выступают значимым источником информации о ночных клубах (открытие новых клубов, проводящиеся вечеринки, анонсы предыдущих вечеринок), что также оказывает влияние на их посещение [5].

Таким образом, повысить мотивацию посетителей ночных клубов можно, улучшив уровень сервиса, обслуживания и атмосферы в клубе. Также для посетителей ночного клуба важны следующие показатели: имидж клуба, известность диджея, соответствие модным тенденциям. Особенности культурного молодежного досуга являются: эмоциональная окрашенность, возможность встречаться с интересными людьми, быть участником важных событий.

Список литературы

1. Василенко И.А. Особенности информационного сопровождения территориального брендинга: модели и технологии // И.А. Василенко // Власть 2018г.

2. Колодня Г.В. Уникальное предложение как фактор конкурентоспособности фирмы // Региональная экономика теория и практика // 2006. – № 10. – С. 31-41

3. Клуб: между добром и злом/ Медиацентр УЛГУ, 2017, <http://vremenaru.com/page62579.html>

4. Ночные клубы не интересуют российскую молодежь? <https://mixmag.io/news/137166>

5. Анализ результатов социологического исследования «ночные клубы как форма досуга молодежи» http://studbooks.net/605047/sotsiologiya/analiz_rezultatov_sotsiologicheskogo_issledovaniya_nochnye_kluby_forma_dosuga_molodyozhi

УДК379.82

А.В. Филюшкина, Т.В. Ключева

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

НОВЫЕ ФОРМЫ ДОСУГА КАК ОБЪЕКТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МОЛОДЕЖЬ

Аннотация. В статье определяется степень воздействия новых форм досуга на молодежь. Проводится исследование в г. Димитровград «Культурно-досуговая активность молодежи города Димитровград» (2017г.) Объем выборочной совокупности – 400 чел., выборка - квотная по району проживания. Метод – анкетный опрос.

Ключевые слова. Формы досуга молодежи, молодежь и досуг, развитие творческого потенциала растущего поколения, культурно-досуговая активность молодежи, сфера досуга молодежи.

Приоритеты государственной молодёжной политики связаны с развитием творческого потенциала растущего поколения, с её социальной адаптацией. Всё это побуждает учреждения культуры видоизменять принципы и подходы взаимодействия и коммуникаций с молодёжью. Для востребованности социально-культурных учреждений необходимо не только изменить имидж, создать определённые условия, расширить целевую аудиторию, предложить инновационные формы досуга, но и учитывать личные интересы и потребности нового поколения. Новые досуговые учреждения должны содействовать социальному, культурному, духовному и физическому развитию молодёжи; способствовать реализации инновационного потенциала молодёжи; создавать все условия для активного участия молодёжи в культурной жизни общества; развивать творческие способности и инициативность [1]. Личностно-ориентированный подход позволяет учреждениям индустрии досуга разнообразить спектр социально-культурных услуг, реализовывать инновационные технологии социально-культурных мероприятий, учитывать дифференцированность интересов и потребностей молодёжи, создавать вариативные досуговые программы, формировать культурные ценности и мировоззрение подрастающего поколения, способствовать самореализации личности, развитию самобытности и креативного потенциала.

Цель нашей работы: определить степень воздействия новых форм досуга на молодежь.

Для реализации цели мы провели социологическое исследование в г. Димитровград «Культурно-досуговая активность молодежи города Димитровград» (2017 г.) Объем выборочной совокупности – 400 чел., выборка - квотная по району проживания. Метод – анкетный опрос.

В ходе исследования мы сравнили наши результаты с исследованием, проведенным в 2015 г. социологами Димитровграда. Сравнивая показатели за 2015 и 2017 год, можно сказать, что молодежь стала более активной, ее стали интересовать не только электронные СМИ, в рейтинге высоко поднялись такие показатели как «занятие спортом», «участие в общественных мероприятиях», «посещение театра».

Респондентам на выбор были представлены варианты проведения досуга (например, выставки фотографий, кинофестивали, хореографические занятия). Более творческие виды проведения досуга наиболее интересны молодежи от 14 до 17 лет, они бы хотели принимать активное участие в выставках фотографий, кинофестивалях, различных мастер классах (71%, 71% и 58% соответственно). Интернет–

конкурсы вызвали интерес у тех, кто проводит больше времени в интернете: студенты и фрилансеры. Им было бы удобно совмещать работу/учебу и прохождение какого-либо конкурса. Не работающая молодежь от 22 до 30 лет рассматривает ярмарки-продажи как отдельный вид заработка, именно этому слою населения наиболее интересно данное проявление досуга (28%).

Учреждениями культуры пока освоена лишь незначительная часть свободного времени разных групп населения. Во многом это обусловлено тем, что они по традиции занимаются организацией традиционных форм культурно-досуговой деятельности. Между тем реальное творчество разных групп населения, их интересы и потребности давно переросли эти рамки. Это и разнообразные виды любительства, и новые формы художественной самодеятельности, и проведение камерных праздников, обрядов, ритуалов, форумов, экологических туров, экологических акций другие виды коллективной национальной жизни[2]. Игнорирование же реальных интересов граждан учреждениями досуга приводит к возникновению стихийных объединений, деятельность которых протекает вне социального влияния и далеко не всегда способствует конструктивному развитию личности. Молодежи интересны новейшие направления, те которые пока мало затронуты в городе: кино (44%), музыка (47%), фото и видео (38%), дизайн (33%). Малой популярностью стали пользоваться изобразительное искусство и ремесло (19% и 14%).

Мы сравнили показатели исследования за 2015 год и наше исследование (рисунок 1). Желание изменить сферу досуга у молодежи возросло почти в 2 раза. Особенно возросла потребность в едином центре, где будут собраны все сферы досуга.

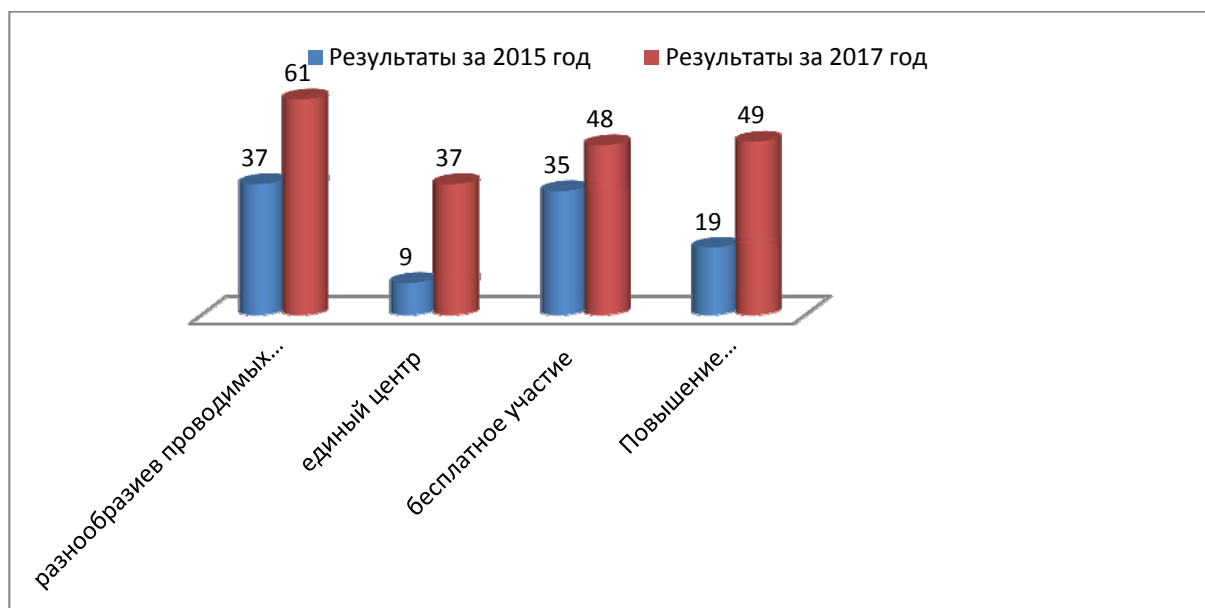


Рисунок 1. Улучшения в сфере досуга (в % от числа опрошенных, n=400)

Наибольший интерес открытие единого центра представляет для школьников 14-17 лет, единогласно они ответили, что в такой центр они бы стали ходить. Две остальные возрастные группы сомневаются в том, что смогут данный центр посещать постоянно (таблица 1). Семьи, состоящие только из взрослых работающих людей, также склоняются к ответу, что посещать данный центр они не смогут из-за нехватки времени.

Таблица 1. Отношение к открытию нового центра (в % от числа опрошенных, n=400)

Условия	Всего	Возраст			Семейное положение		Тип семьи			
		14-17 лет	18-21 лет	22-30 лет	Не замужем/холост	Замужем/женат	Только из взрослых людей (18-55 лет)	Только из молодых людей (18-35 лет)	Из родителей и детей дошкольного возраста	Сложная многопоколенная семья
Буду посещать	86	100	77	86	83	90	72	84	96	91
Не буду посещать	14	0	23	14	17	10	28	16	4	9

Большую часть «заранее активных» участников составляют учащиеся школы (21%), так как у них есть свободное время для посещения таких мест и служащие, те, чей рабочий день нормирован, и они могут подстроить выход в досуговый центр под свое свободное время, и распланировать день. Готовность на самом минимальном уровне у студентов, те, чье свободное время занято саморазвитием в своей отрасли обучения, наукой и подготовкой к занятиям.

Таким образом мы наблюдаем рост досуговой активности молодого поколения России практически по всем направлениям. Как уже говорилось, произошел трехкратный рост в процессе использования компьютерной техники в бытовых и информационных целях, в два раза возросли занятия спортом, фитнесом, тренировками, в два раза чаще молодые россияне стали посещать концерты, кино, театры и практически на порядок чаще они стали проводить свое свободное время в ночных клубах, дискотеках, кафе-барах. Даже по таким традиционным досуговым пристрастиям как современная музыка и интерес к телевидению ощущается заметный рост

Итак, досуг интегрирует множество разрозненных аспектов жизни человека в единое целое, формируя у него представления о полноте своего существования. Он очень разнообразен, строится на определенных принципах и выполняет очень важные функции в жизни человека. Без досуга жизнь современного человека была бы не только

ущербной, она лишилась бы одного из своих базовых стержней, стала бы труднопереносимой.

Список литературы

1. Опарин Г. А. Досуг молодежи // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – Т. 195. – С. 56-63
2. Попова А. С. Сфера досуга молодежи в современном мире // Молодой ученый. – 2014. – №11. – С. 220-223. – URL <https://moluch.ru/archive/70/12057/> (дата обращения: 21.05.2018).

УДК 026.06

К.Д. Холкина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К БИБЛИОТЕКАМ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ

Аннотация. Рассмотрены аспекты изменений, происходящих в библиотеках в условиях информатизации, и отношение к ним молодежи
Ключевые слова. Библиотека, информатизация общества, молодежь

Библиотеки всегда стремились способствовать возрождению духовной нравственности, гуманизма, воспитанию активной жизненной позиции молодых людей, привлечению внимания общественности к проблемам молодежи. Однако проникновение в социальные процессы новых информационно-компьютерных и телекоммуникационных технологий значительно упростили процесс получения необходимой информации [2, с.196]. В этой связи перед объектами социального пространства стоит задача переосмысления своего назначения, определения новых целей, пересмотра своей роли и места в жизни общества, что обуславливает актуальность выбранной темы.

Цель нашей работы – провести сравнительный анализ на выявление динамики изменения отношения молодежи к библиотекам.

Аспект изменения социальной роли библиотек в разрезе повышения роли Интернет-технологий в научной сфере является одним из неоднозначных: а существует ли вообще у библиотек необходимость формирования читательской культуры в современных условиях?

Смирнова И.П., исследуя современное состояние чтения, говорит о «социальной полезности» библиотек: «Сейчас за рубежом и в крупных городах России создаются различные литературные кафе, интеллектуальные клубы. Почему же таким местом, где молодежь может «читать и мечтать», поработать с отфильтрованной и отобранной

экспертами информацией, получить квалифицированный совет по поводу чтения и работе с различными текстами, продвинуться по пути познания и обогатиться новыми смыслами не может и не должна стать библиотека?» [6, с. 3]. Автор делает особый акцент на экспертности, квалифицированности, новых смыслах, описывая, таким образом, тот потенциал, которым располагает библиотека. Чего нельзя сказать о современном Интернет-пространстве. В.В. Лещинская утверждает, что у библиотек появилась необходимость в смене концепции в работе с поколением Y – индивидами от 17 до 35 лет. Основной принцип работы сотрудников библиотек, по мнению Лещинской, должен заключаться в работе «не для молодежи, а с молодежью. В таком ракурсе молодежь становится не объектом целенаправленной деятельности библиотеки, а ее соавтором, благодаря чему начинают выстраиваться совершенно новые отношения с пользователем, читателем. А значит, налицо и расширение функций библиотеки, как социального института, оказывающего непосредственное влияние на процессы, происходящие в обществе» [4, с.26]. О внедрении в работу библиотек принципа диалогичности, как фактора на пути к консенсусу представителей молодого поколения и библиотек, основываясь на личном опыте и опыте коллег, упоминает и Лебедева Т.В. в своем труде «Библиотека и молодежь: работа в формате диалога» [3, с.58]. Однако трансформация форм и методов работы по усовершенствованию деятельности библиотек с молодежью требует «перестройки» и квалификации сотрудников: «Насколько успешно будет складываться диалог с молодым поколением, во многом зависит от сотрудников библиотеки. Важно большое внимание уделять повышению квалификации сотрудников. Сегодня каждый сотрудник должен уметь подготовить презентацию не только с целью подачи информации: он работает, как дизайнер, накладывая закадровый текст, применяя спец.эффекты, работает сразу по нескольким направлениям» - пишет Е.В. Уварова [7, с.930].

Мы проанализировали и сравнили результаты мини-исследований, проведенных в разный отрезок времени (1996 г. и 2016 г.) среди учащихся школ старших классов г. Оренбурга и г. Казани. Выборка составила 95 человек. Отметим, что динамика отношения молодого поколения к библиотекам существенно отличается. Результаты исследования 1996 г. показали, что библиотека занимает лидирующее положение среди зрелищно-развлекательных учреждений, в числе которых: кинотеатры, спортивные залы, дискотеки. 60% опрошенных часто посещали библиотеку [5, с.212]. Школьники, опрос мнений которых проводился в 2016 г., идентифицировали библиотеки только с бумажными книгами. Поскольку многие ученики читают из интернета, необходимости в посещении библиотеки для удовлетворения своих читательских потребностей они не видят. Неудивительно, что 40%

опрошенных высказали мнение о том, что в современном высокотехнологичном мире библиотеки никому не нужны. Они также склонялись к мысли о том, что персональные устройства быстрее и легче использовать, чем устройства и ресурсы библиотеки. Как объяснил 17-летний юноша: «У всех теперь есть мобильные устройства, поэтому в библиотеку ходить нет смысла» [2, с.119]. Напротив, школьники 1996 г. рассматривают библиотеку как важнейший центр достоверной информации, дополнительного и инновационного образования, широкого культурного и межличностного общения. Исследование подтвердило: значение библиотеки не уменьшилось, а постоянно возрастает, расширяется ее социальная роль. Молодежь представляет библиотеку не только как учреждение культуры, образования и воспитания, но и как центр информации, духовного общения и становления личности [5, с.213]. Тем не менее, ситуация не безнадежно печальна в опросе школьников 2016 г. Хотя опрошенные подростки склонны были считать библиотеки пережитком прошлого, это не значит, что они никогда ею не пользовались. Почти все бывали в публичной или школьной библиотеке раньше, правда, чаще в детском возрасте, чем в подростковом. Примерно четверть респондентов ответили, что пользовались публичной библиотекой в детстве, но не пользуются сейчас. Пятеро из 95 недавно заново открыли для себя публичную библиотеку и стали ее активными пользователями. Получается, что было бы некорректно совсем утверждать, что подростки вообще не пользуются библиотекой [2, с.120]. Скорее, стоит выделить конкретные типы среди молодого поколения, преследующие разные цели к подходу в использовании библиотеки и выстраивать работу в соответствии с предпочтениями тех или иных типологических групп.

Таким образом, отмечаем, что динамика в изменении отношения молодежи к библиотекам есть и она существенна: меняются предпочтения молодых людей, современные технологии значительно упрощают поиск необходимой информации, экономя при этом временные ресурсы, но и снижая при этом качество предоставляемой информации. Следствием выступает и ухудшение книжной среды, и смена ценностей молодого поколения. Однако для сохранения и преумножения духовной нравственности молодежи библиотекам важно обрести свое уникальное место в системе цифровых коммуникаций, предоставляя жизненно-важные услуги, которые никакая другая организация не в состоянии представить в равном объеме и с таким же качеством.

Список литературы

1. Ахметова В.В. Молодежная библиотека в системе ценностей молодых / В.В. Ахметова // Территория L. – 2000. – №2. – С. 115-130.

2. Краснокутский Д.Н. Молодежь и соц.сети Интернета: теоретико-прикладной анализ / Д.Н. Краснокутский// Обществе и право. – 2017. - №2. – С. 196-201.

3. Лебедева Т.В. Библиотека и молодежь: работа в форме диалога / Т.В. Лебедева // Библиотечное дело. – 2014. - №1. – С. 54-59.

4. Лещинская В.В. Роль библиотеки для молодежи в социальном моделировании и активации позитивных тенденций / В.В. Лещинская // – Библиотечное дело. – 2016. - №2. – С. 25-27.

5. Пашнина И.И. Молодежь и интернет в библиотеке / И.И. Пашнина// Территория L. – 2016. - №13. – С. 210-222.

6. Смирнова И.П. Развитие и поддержание интереса к чтению в библиотеке с использованием инновационных методов и технологий / И.П. Смирнова // Библиотека в эпоху перемен. – 2016. – №1. – С. 1-23.

7. Уварова Е.В. Библиотека и молодежь: поиск диалога / Е.В. Уварова // Наука и образование. Новое время. – 2018. - №3. – С. 929-934

УДК 316.32

И.Н. Шалыгина

(Пенза, Пензенский государственный университет)

МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ И КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. Молодое поколение является будущим нашей страны. Оно должно поддерживать целостную государственную молодёжную политику, так как её отсутствие может привести к серьезным последствиям. Во избежание этого, более старшее поколение должно передать весь накопившийся опыт и знания, чтобы молодое поколение преумножало эти знания и, в свою очередь, передавало своим последователям. Одной из серьезных проблем современного молодого поколения является то, что значимая доля его свободного времени больше времени уделяется виртуальным социальным сетям, а не реальным заведениям культурного просвещения.

Ключевые слова: молодёжь, культура, образование, субкультура.

Молодёжь – это поколение людей, которые проходят стадию взросления, то есть становление личности, усвоение социальных ценностей, норм, знаний, важных для того, чтобы состояться как полноправный и полноценный участник общества.

У молодого поколения происходит ускоренное умственное, физическое развитие, не приводящее к ранней социальной зрелости. Более свойственным для этого возраста считается эмоционально-чувственный подход к жизни, а также и к культуре.

Молодёжная культура выступает в роли субкультуры с довольно чётко очерченными границами. Её определяют такие отличительные черты, как отдалённость от старшего поколения, от его норм и ценностей, уход в область досуга, в котором основными считаются развлечения, общение и самообразование, которые связаны с коммуникативной деятельностью [6; с.192]. В последнее время выделилась более активная доля молодого поколения, которая выражает несогласие против официальной культуры, существующей социальной системы и создающая собственные нормы, ценности и стандарты жизнедеятельности. Подобный случай в молодёжной культуре предполагает собой контркультуру и определяет выражение в неформальном, самодетельном течении разных направлений. В данном молодёжном движении выделяются группы, сплочённые по способу времяпровождения, образу жизни, социальной позиции и т.п.

Подход молодого поколения к театру, музыке, чтению и кино демонстрирует, что преобладающее большинство выражает тенденции к пользованию лёгких, развлекательных видов и жанров искусства, и только незначительная доля современной молодёжи осознаёт, увлекается произведениями классики отечественной и международной культуры.

Приблизительно такая же ситуация прослеживается в отношении к выставкам и музеям. Однако, это не является лишь проблемой молодого поколения. Его предпочтения в области художественной культуры обусловлены социальными процессами, которые происходят в обществе, воспроизводят психологический и общественный облик своего времени, потребности, нормы, эталоны единого социального организма [3; с.128].

Следует учитывать, что образованная и культурная молодёжь представляет собой тот стержень, на котором всегда будет строиться и держаться благополучие любого государства. Необходимо культурное воспитание молодого поколения, так как в настоящее время молодёжь все больше проводит времени в он-лайн пространстве, мало читает литературу и посещает места духовного просвещения. Так, в подтверждении данной тенденции приведем результаты исследования «ВЦИОМ-Спутник», проведенного сентябре 2018 года среди 1,6 тысячи россиян в возрасте от 18 лет. Согласно данным опроса, среди всего населения, которое пользуется интернетом ежедневно - это 18-24-летние люди (97%), и меньше половины (44%) из них заходят в интернет по работе и учёбе [5; с.3].

Основное занятие молодёжи – это рациональное использование и проведение свободного времени, поскольку она не занята вопросами поиска пропитания и всего прочего обеспечения жизни. На сегодняшний день 18-24-летние люди своё свободное время тратят на компьютер, интернет- 44%, отдых на природе – 34%, встречи с друзьями – 30%,

домашнее хобби – 26%, посещение кинотеатров – 13%, посещение спортивных секций – 13%. Молодое поколение осознаёт, что чтение специальной литературы и образование в наше время являются гарантией на большой успех и вероятности трудоустройства. Согласно очередному опросу «ВЦИОМ-Спутник», молодые люди в целом заинтересованы в чтении книг разных жанров: профессиональная и научная литература (36%), художественная литература (38%), фантастика (22%), русские детективы (16%), зарубежные детективы (12%), отечественные исторические (12%). Существенно упало чтение фантастики и возросло чтение научной литературы [5; с.48]. Это свидетельствует о том, что современная молодёжь ищет своё место в современном мире и его реалиях наиболее активно, чем раньше.

По мнению Д.Л. Константиновского и Е.С. Поповой, сфера образования – это сфера, где прослеживается особое скопление молодого поколения, где вырабатываются профессиональные навыки и происходит её социализация [3; с.161]. Вырабатываются предпочтения, которые в дальнейшем молодые реализуют в своей трудовой деятельности и в жизни в целом. Так, молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет считают, что для успешной карьеры необходимо иметь высшее образование – 47%, но в то же время они склонны думать, что в наше время и без диплома можно подняться по карьерной лестнице. Также молодёжь считает, что без высшего образования человек может устроиться на высокооплачиваемую и престижную работу – 66%. По этим данным мы видим, что молодое поколение стремится устроиться на хорошую работу и иметь высокий доход от своей трудовой деятельности, понимая, что для этого необходимо иметь высшее образование.

Таким образом, от способностей воплощать в жизнь свои планы, желаний и стремлений современной молодёжи зависит благосостояние нашего государства. А, чтобы грамотно их воплотить, нужно особый акцент делать на культуру населения и, конечно же, образование.

Список литературы

1. Зубок, Ю.А. Духовная жизнь молодежи в трансформирующемся обществе: учебник/ Ю.А. Зубок.- М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015.-204 с.
2. Кенерман, М.В. Развитие художественных умений и навыков у молодежи в учреждениях культуры / М.В. Кенерман.-М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 116 с.
3. Константиновский, Д.Л. Молодежь в сфере образования: ожидания и мотивация / Д.Л. Константиновский, Е.С. Попова// Россия реформирующаяся: ежегодник.- 2017. - №15. - С.154-174.
4. Петрова, Т.Э. Основы работы с молодёжью: учебное пособие/ Т.Э. Петрова. - М.: Альфа-М, 2015. – 220 с.

5. Пресс-выпуски ВЦИОМ: [Электронный ресурс] // Всероссийский центр изучения общественного мнения. М., 2000-2018. URL: <https://wciom.ru/>. (дата обращения: 10.10.2018).

6. Чупров, В.И. Социология молодежи: учебник / В.И. Чупров, Ю.А. Зубок.-М.: Норма:ИНФРА-М, 2014. – 336 с.

УДК 026.06

Р.Р. Шакуров

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ НОВЫХ ФУНКЦИЙ ПУБЛИЧНЫХ БИБЛИОТЕК

Аннотация. В статье говорится о том, что библиотеки могут предложить огромный спектр услуг, которые могут понадобиться молодежи, но не пользуются ими, потому что не осведомлены о данных услугах. Нашей целью является заинтересовать и осведомить молодежь.

Ключевые слова. Новые функции публичных библиотек, библиотеки, библиотеки и молодежь, публичные библиотеки.

На сегодняшний день при сохранении бесплатности основных форм обслуживания, библиотеки могут предложить широкий спектр дополнительных услуг, необходимых в повседневной жизни: копирование, сканирование, печать документов, консультации психологов, юристов и др. Жители должны понимать, что библиотека – это удобное место получения услуг и сервисов рядом с домом.

Актуальность выбранной нами темы обосновано тем, что большинство нынешней молодежи не осведомлены в новых услугах, предоставляемых публичными библиотеками.

Цель статьи – выявить заинтересованность молодежи в новых услугах предоставляемых, публичной библиотекой. Объект исследования – Услуги общедоступных публичных библиотек. Предмет исследования - особенности выбора услуг, предоставляемых публичной библиотекой. Перед собой мы поставили следующие задачи:

-Выявить информированность о новых услугах публичной библиотеки

-Определить интерес к новым услугам публичной библиотеки

-Выявить источники информации об услугах библиотеки

-Выявить Роль библиотек в устранении информационно-цифровой неграмотности населения

В ходе работы нами был изучен теоретический материал, касающийся дополнительных услуг в библиотеках. Значительный вклад

в исследовании внесли С. И. Калашникова, главный библиотекарь научно-методического отдела Н. В. Абросимова, заместитель директора по научной работе

Заинтересованность людей в новых услугах предоставляемых, публичной библиотекой еще не стали предметом целенаправленного научного изучения в отечественной социологии. Исследований на эту тему проводилось в России крайне мало, как правило, они являются маркетинговыми и не рассматривают услуги публичных библиотек в качестве интереса молодежи. Поэтому существует потребность в изучении этого вопроса. Российские библиотеки обладают достаточно обширной практикой оказания услуг населению ряда необходимых услуг Инициативная деятельность, в начале 1990-х гг. спонтанно возникшая в крупных передовых учреждениях, со временем достигла крошечных библиотек в самых отдаленных уголках российской глубинки.

Становление рыночной экономики коренным образом поменяло сложившиеся стереотипы отношений между библиотекой и ее пользователями. Как показывает анализ сайтов, представленных в сети интернет, спектр продуктов и услуг, предоставляемых библиотеками различных уровней, весьма широк...

Модельный стандарт деятельности общедоступной библиотеки: рекомендации органам государственной власти субъектов Российской Федерации и органам муниципальной власти. - Москва, 2014 - С. 4

«Услуга в библиотеке — результат непосредственного взаимодействия исполнителя (библиотеки, библиотечного работника) и потребителя (пользователя библиотеки) по выявлению и удовлетворению информационных и культурно-просветительских потребностей потребителя». «Нами была выбрана классификация, предложенная Е. Ю. Качановой, которая построена на основе предметно-деятельностного подхода. Ее достоинство в том, что она охватывает не только традиционные виды библиотечных услуг, но и дополнительные сервисные. Эта классификация включает следующие ассортиментные группы: 1) библиотечно-информационные услуги (соответствуют основной деятельности); 2) прибиблиотечные и сервисные услуги (создают дополнительные удобства); 3) консалтинговые, образовательные услуги (способствуют обучению пользователя); 4) досуговые услуги (способствуют релаксации пользователей); 5) издательско-полиграфические услуги (связаны с репродуцированием документов); 6) рекламные, посреднические услуги (обеспечивают представительство сторонних»

Библиотека XXI века — это отнюдь не только информационный центр, как многие думали раньше, это, прежде всего, просветительский центр, это центр книги и чтения, это культурный центр, это обучающий центр, это — в отличие от Интернета — центр отобранной качественной информации. значимой для всех членов общества. Это центр, в котором

хорошо обученные библиотекари помогают людям, их сообществам и властям в решении важных личных и общественных проблем — вот что сегодня выходит на передний план. Библиотека — это место для коммуникации по поводу серьёзных вещей, это место встреч образованных людей, место досуга, место общения, место дискуссий.(2)

В процессе исследования мы опрашивали респондентов для которых поставили следующий вопрос: «Знаете ли Вы о новых услугах публичных библиотек?» Исходя из проведенного анализа, подсчитав результаты, мы можем сделать вывод: большинство людей, которые осведомлены о новых услугах публичных библиотек, люди от 56 лет. (50%) Данная категория людей имеет высшее образование, также исследование показало, что профиль их образования «социально-гуманитарный». Более молодое поколение в возрасте 18-35 лет меньше остальных имеют представление о новых услугах (22%).

Что касается услуг, то здесь мы выявили следующую тенденцию, среди молодого поколения: курсы компьютерной грамотности (26%) будут не так интересны людям данной возрастной категории, как те же курсы английского языка, здесь мы получили достаточно высокий уровень заинтересованности (40%); онлайн консультации и продление книг (20%); электронная библиотека, виртуально справочная служба (29%); электронные путеводители (22%); занятия по развитию творческого чтения (17%); общение блогеров (27%); лекции «Информационная культура личности» (20%). Наименьший интерес мы видим у такого вида услуг, как «занятия по развитию творческого чтения»

Анализируя данный показатель, мы можем наблюдать, что уровень образования и возраст являются в данном случае основополагающим фактором в информированности о новых услугах библиотеки. Это говорит о том, что люди от 56 лет с высшим образованием имеют более четкое представление о новых услугах публичных библиотек чем опрошенные с начальным профессиональным и средне профессиональным образованием. Источником получения информации об информационных услугах публичной библиотеки для большинства молодежи является официальный сайт (27%). Ну а то, что публичная библиотека может помочь устранить информационно-компьютерную неграмотность населения, респонденты ответили довольно однозначно (34%).

Таким образом, можно сделать вывод, что одними из самых основных услуг, предоставляемых публичной библиотекой, являются «клубы английского языка» и «электронная библиотека, виртуально справочная служба» заинтересованность молодежи в новых услугах предоставляемых, публичной библиотекой. Также для респондентов данного типа важно получать информацию о новых услугах библиотеки на официальном сайте. В устранении информационно-компьютерной

неграмотности библиотека будет играть важную роль. Тем самым интерес молодежи будет расти.

Следовательно, активная деятельность публичных библиотек и постоянное увеличение, и внедрение инновационных услуг позволит сохранить интерес у молодежи.

Список литературы

1. Калашникова С.И. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ (ПЛАТНЫЕ) УСЛУГИ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ БИБЛИОТЕКАХ // Ярославль 2017г. <https://docviewer.yandex.ru/view/%3D%3D&page=1&lang=ru>
2. Мамедова Лятифа // Новые функции библиотек // Вышка, 2014.

УДК 338.1

Н.Е. Шапошникова, Е.Р. Ахметшина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПРОБЛЕМЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. В данной статье говорится о малом и среднем бизнесе на территории Ульяновской области. О вовлеченности в предпринимательство молодежи. А также определены причины, препятствующие готовности молодых людей заниматься предпринимательской деятельностью и выявлены факторы, благодаря которым молодежь активно занимается предпринимательской деятельностью.

Ключевые слова. Малый и средний бизнес Ульяновска, предпринимательская деятельность молодежи, молодежь и предпринимательство, факторы успеха в предпринимательской деятельности, самореализация и достижение финансовой независимости.

В настоящее время малое предпринимательство становится одним из самых приоритетных направлений в развитии экономики. Бизнес такого рода является более адаптивным, он быстрее реагирует на изменения динамичной внешней среды, активно способствует развитию инновационного потенциала экономики и осуществляет внедрение инновационных технологий.

Малый и средний бизнес играет огромную роль в социально-экономическом развитии города Ульяновска. В связи с этим администрация города уделяет особое внимание программам поддержки предпринимательства. Молодежь, как самая активная часть общества, имеет большие предпринимательские возможности. Может внести свой

вклад в социально-экономическое развитие страны через разработку инновационных идей, так же основать новые компании в сфере малого бизнеса, организовать дополнительные рабочие места.

С одной стороны, необходимо развивать и увеличивать количество молодых предпринимателей в сфере малого бизнеса в Ульяновске, с другой стороны, отсутствует информация об отношении молодежи в сфере предпринимательской деятельности и о причинах, препятствующих либо способствующих готовности молодых людей заниматься предпринимательской деятельностью.

Цель статьи - определить причины, препятствующие готовности молодых людей заниматься предпринимательской деятельностью и выявить факторы, благодаря которым молодежь активно занимается предпринимательской деятельностью.

По состоянию на 01.01.2017 года в городе Ульяновске - 28 423 индивидуальных предпринимателей. Рост за 2016 год составил 1961 субъект (это составляет около 2%) по сравнению с аналогичным периодом 2015 года. Из 53 204 действующих на территории города Ульяновска индивидуальных предпринимателей и юридических лиц 53,2% составляют субъекты малого и среднего предпринимательства. Численность работников, занятых на предприятиях - субъектах малого и среднего предпринимательства на 01.01.2017, составляет 175 4000 тыс. человек; прирост составил 4,6 тысяч человек к 2015 году (57,8%)[1]

В силу своей специфики малый бизнес обладает ярко выраженным территориальным аспектом, поскольку субъекты предпринимательства создают свою деятельность, отталкиваясь прежде всего от потребностей местного рынка, объема и структуры локального спроса [2]. Уровень развития малого предпринимательства в городе, являясь индикатором благоприятного климата для развития экономики, привлечения инвестиций и расширения сфер деятельности, как ничто другое отражает социально-экономическое положение конкретной территории.

Как и многие муниципальные образования, г. Ульяновск имеет богатую практику реализации муниципальных программ по поддержке предпринимательства. [3] В 2009 г. была принята первая целевая программа, а в настоящее время в городе реализуется третий по счету комплекс программных мероприятий «Развитие малого и среднего предпринимательства в муниципальном образовании «город Ульяновск» на 2014-2016 гг.». Одним из главных индикаторов качества экономической среды города является число субъектов малого бизнеса.

В ходе нашего исследования «Отношение молодежи к малому бизнесу» (n=373, молодые люди от 18 до 35 лет) мы получили следующие результаты. Большая часть ульяновской молодежи положительно относятся к предпринимательству, многие хотят сами открыть развивать свой бизнес. Студентов, которые уже стали предпринимателями, очень мало (20% опрошенных).

В ходе исследования выяснялись причины и мотивы прихода респондентов в бизнес. Основная цель прихода в бизнес — возможность самореализации. На это указывают молодежь с низким уровнем жизни и с самым высоким, которые могут себе позволить различные дорогие товары. Далее идут мотивы «достижение финансовой независимости» (44%), «нежелание работать под чьим-то началом» (44%), «возможность получения высокого дохода» (49%). Данные мотивы выбрали молодые люди, у которых бедный и богатый уровень жизни. Это можно объяснить тем, что финансовая независимость важна для бедного класса, чтобы самоутвердиться и выйти на более высокий уровень жизни. А для богатого класса, это важно, потому что они привыкли к такому уровню жизни. Заметную роль играют также мотивы к самоутверждению (23%). Сравнительно меньшую роль играют другие цели и мотивы. Обратим внимание при этом на мотив «возможность реализовать инновационные идеи» (17%).

Поскольку многими исследователями в качестве одной из наиболее серьезных проблем развития малого предпринимательства выделяется наличие административных барьеров, в ходе исследования было решено выяснить, насколько эта проблема актуальна в Ульяновске[1]. Сравнивая результаты исследования, проведенного в 2015 году, можно сделать выводы, что барьеры за 2 года не изменились. Анализ результатов в 2015 году показал, что 35% опрошенных столкнулись в своей практике с волокитой, некомпетентностью властей, коррупцией при проверках. В нашем исследовании 37% респондентов ответили, что коррупция и бюрократизм создает проблемы для развития малого бизнеса.

В ходе исследования молодежь дали оценку ситуации в секторе малого предпринимательства, указав его основные проблемы. По мнению опрошенных, наиболее сдерживающими факторами для становления и развития бизнеса являются нет стартового капитала (так считают 60% опрошенных) и недостаточный уровень знаний (43%)

По мнению опрошенных в 2015 году, наиболее сдерживающими факторами для становления и развития бизнеса являются недостаток собственных финансовых средств (так считают 67% опрошенных) и высокий уровень налогового бремени (63%). Наше исследование показало, что налоговая нагрузка не сильно препятствует реализации своего бизнеса (25%) Также респондентами были отмечены основные проблемы предпринимательства. К ним относятся: недостаточная информативность; равнодушие властей к проблемам малого бизнеса.

Значительный разрыв между текущим положением дел и идеальным образом в сознании респондентов: молодежь, с одной стороны, признает привлекательность (в том числе финансовую) занятия малым бизнесом, но с другой стороны, не торопится начинать активные действия по организации своего дела.

Основные причины, мешающие открытию собственного дела молодыми людьми, распределились следующим образом: 60% - отсутствие стартового капитала; 43% - недостаток знаний; 42% - недостаточная поддержка со стороны власти.

Основные причины, мотивирующие молодежь открывать свой бизнес - это самореализация и достижение финансовой независимости. Так же молодежь представляет, что наиболее успешный человек, который всё свое свободное время уделяет своему делу, при этом с высоким уровнем профессионализма - это предприниматель.

Анализируя все причины, которые мешают молодежи открывать свой бизнес, мы провели качественное исследование с помощью биографического метода «Факторы успеха в предпринимательской деятельности». На основе данного исследования мы предлагаем следующую *модель условий, способствующих повышению предпринимательской активности среди молодежи – «Мини-теория факторов успеха»*:

1. Положительный пример (родитель-предприниматель, друг, близкий человек, преподаватель). В большинстве биографий было отмечено, что желание молодежи заниматься малым предпринимательством тесно связано с наличием малых предпринимателей в их непосредственном окружении, т.е. положительным примером родителей или друзей. Это связано с вовлеченностью молодежи в проблемы предпринимательства в кругу семьи или друзей, большей степенью их осведомленности о возможностях, рисках и образе жизни предпринимателей.

2. Качественное образование. Большинство бизнесменов оптимистично смотрят на влияние образования для дальнейшего становления и развития своего предпринимательского потенциала. Образование дает не только понимание важных юридических и экономических аспектов, но и деловые связи, которые в дальнейшем помогают предпринимателю.

3. Единомышленники. Для реализации бизнес-идей, по мнению многих респондентов необходимы единомышленники.

4. Поддержка (моральная, финансовая, интеллектуальная и др.). Среди молодых людей чрезвычайно много тех, кто отдаёт предпочтение не рискам и высокой ответственности предпринимательства, частной инициативе, а спокойной, неторопливой и стабильной карьере обычного чиновника, финансиста, экономиста или адвоката. Именно поэтому для молодежи нужна поддержка на начальном этапе.

5. Мотивация (через реальный пример успеха). Фактором, который способствует повышению предпринимательской активности, выступает – мотивация, через формирование отношения студентов к предпринимательству на реальных примерах. Для развития

предпринимательских способностей студентов необходимо так называемое «социальное научение» или подражание предпринимателям, что может произойти в случае, если студенты смогут непосредственно общаться и контактировать с представителями бизнес-сообщества

Список литературы

1. Киселёва О.В., Сурова О.А., Суров М.А. Исследование условий для развития малого бизнеса и предпринимательства (на примере г. Ульяновска) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2015. – №48 (333).

2. Филонова Е.С., Букреева Е.В. Анализ состояния регионов Центрального федерального округа по показателям предприятий малого и среднего бизнеса // Вестник финансового университета. – 2013. – № 6. – С. 35–47.

3. Валапов Т.Р., Насырова С.И. Государственная поддержка малого бизнеса и среднего предпринимательства в России // Экономика и социум. – 2014. – № 4-2. – С. 8-11.

УДК 316.6

И.Г. Безрукова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ЛОЯЛЬНОСТЬ МОЛОДЕЖНЫХ АУДИТОРИЙ КАК КРИТЕРИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ НА РЫНКЕ УСЛУГ ДОСУГА

Аннотация. Рассматриваются основные особенности молодежной аудитории, предпочтения на рынке услуг досуга, эффективность досуговых коммуникаций.

Ключевые слова. Молодежный досуг, лояльность аудиторий, продвижение услуг в сфере досуга.

Современное состояние рынка услуг заставляет производителей больше внимания уделять потребителям. На первый план выходит не просто вопрос «Кто будет потребителем услуг, и каковы его потребности?», а характерные черты потребителей и степень их лояльности конкретным производителям услуг в сфере досуга. Это требует повышения эффективности маркетинговой и рекламной деятельности компании в целевых сегментах рынка. Молодежь в Российской Федерации составляет 39,6 миллионов человек или 27 % от общей численности населения. И. С. Кон, российский социолог, дал следующее определение: «Молодежь — это демографическая группа, выделяемая не только на основе социально-психических свойств,

особого социального положения, но еще и на основе возрастных характеристик» [6].

Молодежь - самая мобильная, подвижная, энергичная часть нашего общества. Ускорение темпов общественной деятельности в связи с научно-техническим прогрессом влечет за собой повышение роли и значения молодежи в общественно-политической и культурной жизни страны. Эта особая социально-демографическая группа имеет ряд черт, вытекающих из ее объективной сущности. Основные особенности молодежной аудитории, и ее главной отличительной чертой является динамичность, стремление узнать что-то новое, попробовать новые продукты, воспользоваться новыми услугами, приобрести новые товары.

В последнее время в молодежной среде стала наблюдаться тенденция роста пассивно-созерцательных видов досуговой деятельности (просмотр телепередач и фильмов, посещение ночных клубов, шоу-программ и спортивных мероприятий) и уменьшение творческо-созидательных видов деятельности (занятия в кружках самодеятельного и технического творчества, клубах по интересам, участие в общественно-политических движениях). Все больше молодежи «зависает» в компьютерной сети, играя в компьютерные игры, заводя знакомства, переписываясь, влюбляясь, и даже образуя семью. Но ничто не может заменить простого человеческого общения.

Все это заставляет задуматься работников учреждений культуры над изучением следующих проблем: 1) изучение социокультурного и потенциала территории (района, города, поселка) для более полной координации работы с молодежью (перечень учебных заведений и их материальная база, наличие СМИ, перечень учреждений, ведущих работу с молодежью, кадровый потенциал, молодежные коллективы самодеятельного творчества, спортивных секций и групп); 2) анализ с помощью методов социологических исследований запросов, интересов и потребностей молодежи; 3) выявление социальных партнеров в проведении работы с молодежью; 4) вовлечение молодежи в социально-значимые виды деятельности.

Деятельность молодых людей в сфере свободного времени основывается на добровольности, на личной инициативе, на интересе к общению и к творчеству. Требования к организации молодежного досуга состоят в том, что он должен быть разнообразным, интересным, носить ненавязчивый характер. Важны как содержание, так и форма предлагаемых занятий, развлечений, которые должны отвечать потребностям и интересам молодежи, предоставить возможность каждому активно проявить себя, свою инициативу в различных видах отдыха и развлечений. Наиболее удобные формы для этого - любительские объединения и клубы по интересам (политические,

спортивные, туристические, здоровья, экологические, коллекционеров, молодой семьи и др.).

Культурный досуг способствует самореализации и личностному развитию через активность, познание и общение. В этот процесс человек, безусловно, вносит собственный социальный опыт, используя творческий потенциал. Досуговая культура, как часть свободного времени человека, направлена на удовлетворение его социальных потребностей, реализацию интересов. При этом выбор личностью способов реализации свободного времени связан с саморазвитием, получением удовольствия, самореализацией, потребностью в общении, оздоровлением (как физическим, так и духовным).

В условиях развития рыночной экономики любая культурно-досуговая организация, в целях уменьшения степени неопределенности и риска, должна располагать надежной, объективной и своевременной информацией, которая обеспечивается за счет исследований, грамотное и профессиональное проведение которых позволяет объективно оценить свои рыночные возможности, приспособиться к динамичным изменениям конъюнктуры, а также выбрать наиболее перспективные направления деятельности. Основу этих исследований составляет анализ факторов, влияющих на поведение потребителей, поскольку деятельность любого учреждения зависит, прежде всего, от их желаний и потребностей.

Системный подход в процессе создания, распространения и умножения духовных ценностей должен учитывать в рамках культурной политики дифференцированный подход к возможностям аудитории. Это в свою очередь подразумевает маркетинговые исследования (в том числе, изучение реальных интересов и потребностей людей); а также использование современных технологий формирования этих потребностей и мотивированного выбора личностью досуговых форм культурной деятельности, которые, кроме пассивного присутствия, подразумевают и активное участие в ней.

- Потребитель как участник социальных коммуникаций имеет двойственную сущность: с одной стороны, потребитель – это представитель одной или нескольких социальных групп, с другой стороны, его поведение индивидуально и складывается под воздействием внутренних психических процессов. Внутренние психические факторы формируются как реакция на внешние воздействия [1, с.118].

В рекламе культурно-досуговых услуг очень важное значение имеет эмоциональная память, поскольку досуг как вид деятельности активно задействует человеческие эмоции. Поведение человека регулируется с помощью управления его эмоциональным состоянием. Позитивные эмоции способствуют «присвоению события», которое их вызвало, тогда как негативные эмоции соответствуют состоянию

«избавиться от события» [5]. Поэтому потребитель лучше запоминает события, вызывающие положительные эмоции, в том числе и рекламно-информационные события.

Реклама входит в число факторов социализации человека, поскольку она транслирует образцы и нормы через технологии и механизмы массовых коммуникаций, которые, в свою очередь, используются в качестве технологий производства социальных смыслов и значений. Реклама участвует в процессах конструирования социальной и персональной идентификации и самоидентификации. Реклама выступает фактором культурной интеграции общества, она проявляет скрытые процессы идеалообразования, выступает транслятором культурных изменений. Реклама участвует в большинстве видов современных социальных коммуникаций и превалирует в интегрированных маркетинговых коммуникациях.

Профессиональный подход к продвижению продукта культурно-досуговой деятельности и его потребителю как личности, приводит к осознанию необходимости применения коммуникативных технологий (реклама, PR, интегрированные коммуникации), способных отвечать требованиям современного общества: а) формировать актуальный спрос на данный вид духовного производства; б) создавать новые потребности личности, качественно влияя и определяя духовно-культурную жизнь общества.

Следует отметить, что основным потребителем досуговых услуг является молодежь. Соотечественники 16-19 лет задают тон в посещении культурных мероприятий, и это является положительной тенденцией в целом для страны. По результатам опроса «Фонда Общественное Мнение», изучившего предпочтения именно этого сегмента потребителей, перечень развлекательных услуг, которыми пользуется молодежь, значительно шире, чем у всего населения в целом. Так, чаще всего молодежь можно встретить в кафе и ресторанах, а также в парках и кинотеатрах.

Примерно треть молодых людей посещают бани и сауны, столько же - дискотеки. Молодежь также активно посещает спортивные клубы, секции, бассейны, стадионы, бильярдные и боулинг, ночные клубы, библиотеки, клубы). По мнению экспертов, основные тенденции формирования лояльности в сфере развлекательных услуг на ближайшие 2-3 года будут следующие:

- активное развитие сетей в регионах, близость к насыщению рынка в столицах и городах-миллионниках;
- постепенное вытеснение несетевых игроков, которые практически не могут получить для своих объектов площади и выгодные арендные ставки; в ТРЦ;
- сокращение предложений премиум-сегмента и активное развитие среднего сегмента, обеспечение основного прироста рынка за счет

увеличивающегося среднего класса - активных и успешных молодых людей до 35 лет;

- рост сетей за счет открытия новых объектов, а не покупки действующих региональных игроков;

- образование и расширение сетевых структур;

- создание альянсов операторами разных развлекательных услуг и девелоперами, активный приток в отрасль новых игроков из смежных сегментов (девелопмент, общепит);

- активный запуск комплексных зон развлечений в составе ТРЦ с постепенным закрытием клубов, сфокусированных на одном виде развлечений;

- предоставление комплекса развлекательных услуг одним оператором;

- закрытие неудачных объектов из-за низкой рентабельности и проблем с посещаемостью;

- смещение развлекательных центров из центра города в спальные районы и на периферию с большой проходимость (сначала в крупных городах, а потом и средних);

- расширение ассортимента, повышение качества услуг и комфорта для клиентов.

Аналитики рынка услуг считают, что следствием кризисных явлений в обществе станет снижение количества культурно-зрелищных мероприятий и уровня их посещаемости, а также сокращение темпов роста цен на услуги. Необходимым условием развития рынка досуга станет улучшение показателей в области потребления культурно-просветительских услуг.

Итак, досуговые интересы молодежи смещается в сторону развлекательного сектора; в последние годы рынок развлекательных и досуговых услуг постоянно увеличивался; но когда благосостояние населения ухудшилось, замедлил рост.

Такие формы как концерты, кино и театры постепенно набирают аудиторию почитателей. Ночные клубы и дискотеки пользуются меньшим спросом. Самая активная аудитория посетителей заведений досуга – молодежь в возрасте 16 – 26 лет.

Анализ лояльности молодежи в сфере досуга показал: насыщение рынка в столицах и мегаполисах приведет в ближайшие годы к активному развитию досуговой инфраструктуры в регионах; при этом несетевые игроки будут вытесняться.

Список литературы

1. Алешина, И.В. Поведение потребителей / И.В. Алешина.-М.: Экономистъ, 2006. — 525 с.

2. Мельникова Т. Ф., Мельникова А. В., Евченко М. Н., Нияскина А. В. Особенности молодежного сегмента на рынке потребительских

товаров // Молодой ученый. — 2014. — №17. — С. 301-304. — URL <https://moluch.ru/archive/76/13075/> (дата обращения: 11.11.2018).

3. Ноздренко, Е.А. Роль рекламы в процессе формирования ценностно-ориентированных моделей поведения детей / Е.А. Ноздренко, О.А. Четверня // Реклама: теория и практика. 2012. № 6. С. 366-377.

4. Оськин Я., Молодежный маркетинг: что это такое и как это работает // Sostav.ru. Реклама, маркетинг, PR. — М.: 2014. — Режим доступа: <http://www.sostav.ru>

5. Эмоциональный интеллект: примеры программы формирования.

<http://magazine.hrm.ru/db/hrm/817861638AA4737B4425794200494239/print.html>

УДК 316.6

В.С. Трошин, Г.М. Шигабетдинова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ СМИ КАК СРЕДСТВО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Обширные возможности средств массовой информации вызывают необходимость изучать не только механизмы их функционирования, но и эффективность влияния на человека. Актуальность выбранной темы обосновано, во-первых, возрастанием роли коммуникативных процессов в обществе, во-вторых, силой воздействия телевизионных СМИ на людей в целом и на молодежь в частности, в-третьих, увеличением количества фактов девиантного поведения в молодежной среде.

Ключевые слова. Молодежь, девиантное поведение, массовая коммуникация

Цель данного исследования - определить возможности телевизионных СМИ как средства предупреждения девиантного поведения. Объект исследования - девиантное поведение в молодежной среде, предмет исследования - влияние телевидения на поведение молодёжи. Перед собой мы поставили следующие задачи: изучить основные причины и последствия девиантного поведения молодёжи, определить способы предупреждения такого поведения с помощью СМИ, проанализировать телевизионный канал. В качестве эмпирического объекта данного исследования мы рассмотрели программы канала ТНТ как одного из самых популярных каналов в молодёжной среде.

В ходе работы нами были изучены теоретические материалы, касающиеся основных причин появления девиантного поведения в

молодёжной среде. Проблемам профилактики и коррекции девиантности посвящены работы современных авторов: О.Н. Усановой, И.В. Павлова, Е. В. Саенко. В 1994 году авторским коллективом (В.Н. Иванов, П.Г. Пономарев, Л.С. Рубан, Селиверстов и А.В. Бурканов) была разработана исследовательская программа «Девиантное поведение в России», действующая до настоящего времени. Однако анализ многочисленных публикаций показывает, что проблема девиантного поведения молодежи, его профилактика и коррекция недостаточно изучены.

СМИ играют огромную роль в формировании поведения молодежи. С одной стороны, они широко информируют население по актуальным проблемам, с другой - средства массовой информации, транслирующие определённые передачи, способны предупреждать девиантное поведение и влиять на становление поведения социально-приемлемого. Это передачи просветительского контента, понятного и интересного для молодежи, направленного на укрепление моральных ценностей, фильмы и программы, способствующие развитию патриотических чувств, семейных ценностей.

На сегодняшний день СМИ являются важным инструментом формирования сознания людей, способствуют воспитанию их взглядов, ценностей, привычек, предпочтений[1]. Телевидение создаёт эффект непосредственного общения благодаря использованию телевизионными ведущими приемов диалогичности, доверительности. Недаром СМИ называют четвертой властью в обществе. Телевидение является сильнейшим по своему воздействию средством информационно-психологического манипулирования [2].

К сожалению, за последние годы Российское телевидение приобрело развлекательно-коммерческий характер и значительно утратило воспитательные и образовательные функции. Экраны телевизоров пропагандируют легкий, беззаботный образ жизни, в подробностях обсуждаются интимные связи, сцены насилия. Тем самым вкладывая в сознание молодых людей искаженные понятия о добре и зле, вызывают привыкание к страшным картинам, что впоследствии может вызвать отсутствие негативной реакции на преступность [3]. Зачастую телевидение становится источником и средством доставки в сознание людей разнообразных социально-стрессовых воздействий, многократно тиражируемых, так как они повторяются несколько раз в течение дня.[2]. Порою отдельные факты преподносятся настолько некачественно, что вместо пользы приносят вред, так как пропагандируют безнаказанность, неуважение к человеческим ценностям и агрессию.

На современном телевидении наиболее популярными каналами являются: ТНТ, СТС, MTV и НТВ. В качестве эмпирического объекта исследования были рассмотрели программы телеканала ТНТ. В ходе

нашего исследования мы сформулировали следующие критерии анализа: криминализация, аморальное поведение, сексуальный аспект. На ТНТ демонстрируются многочисленные ситкомы (ситуационные комедии), юмористические, реалити-шоу. Наибольшая часть передач пропагандирует сомнительные ценности, которые затем плавно перетекают в обыденность молодежи [4]. На ТНТ сериалы занимают значительную часть эфира и составляют около 40% от всего количества передач. Для исследования были использованы наиболее популярные сериалы транслируемые на канале ТНТ, которые в дальнейшем были подвергнуты контент-анализу. В качестве единицы анализа мы выбрали образ молодой пары. Результаты нашего анализа показали, что в сериалах упоминается о существовании семьи персонажей (собственной или родительской, либо итой, и другой). Принимая во внимание это, можно сделать вывод, что семья является важной ячейкой общества. В сериалах часто представлен развод персонажей, итогом которого является разочарование в семейной жизни. Карьера становится превыше всего. Роль детей в сериалах незначительна, личные мотивы каждого из супругов, как правило, становятся превыше важности сохранения семьи. Герои сериалов представлены в качестве потребителей, они стараются получить от жизни все, заработать как можно больше денег. Героями приветствуется частая сменяемость партнеров. В большинстве сериалов встречаются случайные связи, измены, внебрачные беременности. Таким образом, можно сделать вывод, что транслируемые телесериалы отрицательно влияют на семейное поведение молодежи. Анализируя содержание телепередач, мы выяснили, что около 30- 40% эфира в будние дни занимают программы, в которых присутствует тематика противоправного характера. В выходные дни, такие программы составляют 20-30%. Телевизионные передачи содержащие в себе значительное количество информации, связанной с противоправным поведением, формируют представление у молодежи о том, что такое поведение является нормой.

Молодежь, в силу возрастных особенностей, является наиболее восприимчивой социальной группой к получаемой информации. Именно поэтому проблема влияния СМИ на подрастающее поколение является одной из важнейших проблем современного общества. В качестве мер предупреждения отрицательного воздействия СМИ на сознание молодежи и формирования девиантного поведения необходимо законодательно определить комплекс мер, включающий в себя требования к ограничению сцен насилия, агрессии, эротического содержания, девиантных форм поведения. Необходимо увеличить эфирное время показа передач культурно-просветительского контента, программ воспитательного, патриотического характера, понятных и интересных для молодёжной аудитории. Полностью исключить

телевидение из жизни молодежи нельзя, оно прочно закрепилось в жизни современного общества. Однако необходимо помнить, что молодежь – это наше будущее, именно поэтому введение разумного контроля за содержанием передач, выходящих в эфир, способно изменить ситуацию.

Список литературы

1. Георгиевская Ю.В. Российский опыт исследований социальных девиаций // Астрахань: «Астраханский университет». Гуманитарные исследования, – 2007. – №2. – С.10-16.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2011.
3. Кривошапкина Е. К., Ноговицына Н. М. Влияние средств массовой информации на формирование противоправного поведения несовершеннолетних // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т.32. – С. 156-158, <http://ekoncept.ru/2017/771048.htm>.
4. Шумков Д.В. Визуальный образ молодежи на телевидении/ Д.В. Шумков // Вектор науки ТГУ. – 2012. – № 1(8). – С. 329-332.

СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ I. ПРЕПОДАВАТЕЛИ И ПРАКТИКИ О ВОЗМОЖНОСТЯХ МОЛОДЕЖИ

Шиняева О.В., Ушкова Ю.В. ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	3
Гоношилина И.Г. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ В ТРУДАХ УЧЕНЫХ.....	10
Алхасов Ш.А. ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.....	13
Антонова Т.В. СПОРТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЦЕССА СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ.....	17
Гагаев А.А., Гагаев П.А. ДЕТСКИЙ ИНТЕЛЕКТ И ОСНОВАНИЯ АГРЕССИИ ШКОЛЬНИКОВ.....	22
Данилова Е.А., Тарханова Е.С. ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	26
Желнина Е.В. ПОЛИТИКИ ВУЗА НА ОСНОВЕ ИЗУЧЕНИЯ ОЖИДАНИЙ АБИТУРИЕНТОВ В ОТНОШЕНИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	29
Иванова Т.Н., Заец Ю.Ю. ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА И ОБРАЗОВАНИЯ.....	33
Иванова Т.Н., Пакаева А.Н. ХАРАКТЕРИСТИКА ИНТЕРНЕТА КАК СЕТИ СВЯЗИ ПЯТОГО ПОКОЛЕНИЯ: РИСКИ И ВОЗМОЖНОСТИ	40
Иванова Т.Н., Стрельникова П.А. ЭКОЛАГЕРЬ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА.....	47

Кошарная Г.Б., Корж Н.В., Каримова Л.М. ДЕВИАЦИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ ТРУДА.....	54
Куклев В.А., Нечаева О.А., Глушков В.А., Сальников А.С. ФОРМИРОВАНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ И ПОТРЕБНОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОМФОРТНЫХ УСЛОВИЙ ТРУДА.....	58
Манова М.В., Ширнина Е.В. УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ В РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ Г.О. ТОЛЬЯТТИ).....	63
Нечаева О.А., Измайлова Д.З. АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ АЛЛЕРГИЧЕСКИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ У МОЛОДЫХ РАБОТНИКОВ.....	68
Пазенко Е.А. ПРОБЛЕМА ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЫХ ПЕДАГОГОВ В ШКОЛУ: СТАТУС ПРОФЕССИИ.....	72
Рассадина Т.А. СТУДЕНЧЕСКОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ.....	79
Репина Е.И. ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА НА РАЦИОНАЛЬНОСТЬ КАК СУЩНОСТНОЕ СВОЙСТВО СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ.....	86
Савинова А.В. ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ ИНЖЕНЕРОВ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ УЛЬЯНОВСКОЙ И САМАРСКОЙ ОБЛАСТЕЙ).....	92
Седлецкий А.В. ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КРЕАТИВНОЙ МОЛОДЕЖИ	97
СЛЕПОВА О.М. ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ КАК УСЛОВИЕ СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ УСПЕШНОСТИ.....	100

Тарханова Е.С., Данилова Е.А.
ИССЛЕДОВАНИЕ ТОЛЕРАНТНОСТИ И ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЁЖИ К
ПРОБЛЕМЕ ИНВАЛИДНОСТИ, К ЛИЦАМ С ОГРАНИЧЕННЫМИ
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДАМ.....105

Фадеева Т.В., Пивень А.Б.
ОТНОШЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К
ЗДОРОВЬЮ КАК К РЕСУРСУ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ.....111

ЧАСТЬ II: МОЛОДЫЕ АВТОРЫ О ПРОБЛЕМАХ МОЛОДЕЖИ

Раздел 1. Диалог молодежи и власти. Роль молодежи в решении социально-экономических проблем и развитии гражданского общества

Аль Дарабсе А.М.Ф.
НОВЫЕ ПРОГРАММНЫЕ ПОДХОДЫ К МОЛОДЕЖНОМУ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ.....116

Балахнева С.С., Зубарева В.Н.
МОЛОДЕЖЬ В БОРЬБЕ С НАРКОТИЗАЦИЕЙ НАСЕЛЕНИЯ.....121

Беликова Д.А.
ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ В ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ СРЕДЕ:
МАКРОУРОВЕНЬ.....124

Беликова Д.А., Гоношилина И.Г.
ДИАЛОГ ГОСУДАРСТВА И ВОЛОНТЁРОВ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ
ДОБРОВОЛЬЧЕСКОГО ДВИЖЕНИЯ В РЕГИОНЕ.....127

Будылев Д.Ю.
ПРОПАГАНДА ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ КАК КЛЮЧЕВОЕ
НАПРАВЛЕНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ НА СОВРЕМЕННОМ
ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА.....129

Васильева Д.Г., В.Н. Сафонов
РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА РЕГИОНА
СРЕДИ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ).....132

Губина Н.С., Минеев В.Е., Терентьев В.А.
ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: СОВРЕМЕННОСТЬ И
ПЕРСПЕКТИВЫ.....136

Дмитриев И.А., Измайлова Д.З. ПРОФИЛАКТИКА ЗАБОЛЕВАНИЙ ОРГАНОВ ЗРЕНИЯ У РАБОТНИКОВ АВИАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ КАК ЭЛЕМЕНТ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ.....	139
Жукова Е. О., Зосименко И.А. ДИАЛОГ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ И НАСЕЛЕНИЯ.....	143
Идиятуллова А.И., Шиняева О.В. ОСОБЕННОСТИ ПОИСКА РАБОТЫ И ТРУДОУСТРОЙСТВА СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКИХ ВУЗОВ.....	146
Кочкарева А.В., Власова Н.В. РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ГОРОДА УЛЬЯНОВСКА ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ УЛГУ.....	149
Крестов А.Д., Галкина Е.П. ГОСУДАРСТВЕННАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	152
Куликова А. А. ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К УЧАСТИЮ В РАБОТЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	154
Магдеева Д.Р., Карсакова Е.Д., Сайфутдинов Р.А. ПОДДЕРЖКА МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	157
Сапрыгина А.О. ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖИ В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА.....	160
Спирин А.С. ДИАЛОГ МОЛОДЕЖИ И ВЛАСТИ ПОСРЕДСТВОМ НОВЫХ МЕДИА....	164
Терентьев В. А., Минеев В. Е., Васильева Д.С. РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ.....	167
Ульянов А. М. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ТЕХНИЧЕСКИХ ВУЗОВ.....	173

Устинова А.М., Кадничанская М.И.
ДИАЛОГ МОЛОДЕЖИ И ВЛАСТИ ПОСРЕДСТВОМ СМИ.....176

Цыганова С.В., О.В. Шиняева
ОБРАЗ ГОРОДА В СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ: СТАРЫЕ И НОВЫЕ
СИМВОЛЫ.....179

Раздел 2. Ценностные ориентации молодежи, ее участи в решении социальных и коммуникационных проблем

Акименко Е.А., Акименко Д.В.
ВЕДЕНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ КАК ЦЕННОСТНАЯ
ОРИЕНТАЦИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ.....183

Албутова А.И.
ОБРАЗОВАНИЕ КАК ЦЕННОСТЬ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ
МОЛОДЁЖИ.....186

Бахтиева Л.Р., Зосименко И.А.
РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В
ФОРМИРОВАНИИ ПАТРИОТИЗМА.....189

Будылев Д.Ю.
ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЖИЗНИ, СПОСОБСТВУЮЩЕГО
УКРЕПЛЕНИЮ ЗДОРОВЬЯ РАБОТНИКОВ КАК ФАКТОР СОХРАНЕНИЯ
ТРУДОВОГО ДОЛГОЛЕТИЯ.....192

Васильева Е. В.
КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ:
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ЭФФЕКТЫ.....194

Гасило Е.Е.
ХАРАКТЕР ИНФОРМАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ.....197

Галкина Е.П., Крымова С.В.
ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ
РОДИТЕСЛЬКИХ УСТАНОВОК У МОЛОДЕЖИ.....200

Добрынина А. М.
СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ МОЛОДЁЖИ: ФАКТОРЫ И
ПРОЯВЛЕНИЯ.....203

Замалеева Д. Т., Гоношилина И.Г. РОЛЬ МОЛОДЕЖИ В РАЗВИТИИ И ОБНОВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ.....	206
Клинкова А. В. ИНТЕРНЕТ-СМИ КАК ОБЪЕКТ ВНИМАНИЯ МОЛОДЕЖИ.....	209
Коннова Э.А. СТАНОВЛЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	212
Михайлова Д.А. АЛКОГОЛЬ В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ: КУЛЬТУРНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ИЛИ ШАГИ К БЕСКУЛЬТУРЬЮ.....	215
Мезенцева В. В. ПРЕДПОЧТЕНИЯ МОЛОДЫХ ГОРОЖАН В СФЕРЕ ДОСУГА.....	218
Полушкина Я.А., Шигабетдинова Г.М. НОВАЯ МОДЕЛЬ СПЕЦИАЛИСТА В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПАРТНЕРСКИХ ПРАКТИК ВУЗОВ И РАБОТОДАТЕЛЕЙ.....	223
Реброва Е.В., Власова Н.В. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ НА ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ.....	225
Рубцова Ю.А., Михайлова И.В. ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ – ПЕДАГОГОВ ШКОЛЬНОГО И ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	227
Семагин Е.В. ФОТОГРАФИЯ КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ.....	231
Скорнякова Л.В, Нечаева С. В., Д.С. Васильева ПРОФИЛАКТИКА ПРИЧИН СУИЦИДАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	234
Солдатенков И.В. МОЛОДЕЖЬ КАК ФАКТОР ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОТЕСТОВ.....	240

Спирин А.С., Ахметшина Е.Р. ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ И МОТИВАЦИОННЫЕ УСТАНОВКИ БУДУЩИХ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ).....	243
Халимов А.И. ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К БРАКУ КАК ОСНОВА ФАМИЛИСТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ.....	246
Холкина К.Д., Шиняева О. В. РАДИО В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ.....	249
Чичкин Д.И., Шиняева О.В. КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В СРАВНЕНИИ С ДРУГИМИ ГРУППАМИ НАСЕЛЕНИЯ.....	253
Чичкин Д.И., Гоношилина И.Г. ПРЕДПОЧТЕНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ВЫБОРЕ МАРКИ АВТОМОБИЛЯ.....	256
Четин А.М. АДАПТАЦИЯ К СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ ВЧЕРАШНИХ АБИТУРИЕНТОВ.....	259
ШАДРИНА Е.П., Костерина А.И., САЙФУТДИНОВ Р.А. РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ.....	261
Щербакова Л.О., Кадничанская М.И. РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	264
Шульга И.С. РОЛЬ ПУБЛИЧНЫХ БИБЛИОТЕК В ПОВЫШЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ МОЛОДЕЖИ.....	266

Раздел 3. Молодежные инициативы и предпочтения в сфере образования, науки, культуры

Аглиулова К.Д., Ахметшина Е.Р.

РОЛЬ МОЛОДЁЖИ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРОЕКТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ.....269

Винниченко М.А.

СПРЕЙ-АРТ: НОВЫЙ СПОСОБ САМОВЫРАЖЕНИЯ МОЛОДЕЖИ ИЛИ ВАНДАЛИЗМ? ГРАФФИТИ В СОВРЕМЕННОЕ ВРЕМЯ.....273

Вольф К.Э.

РОЛЬ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ У МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ.....276

Гонтова А.С.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОВЕДЕНИЯ ДОСУГА МОЛОДЕЖИ.....278

Жмырева А.А., Шиняева О.В.

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ КАК СПОСОБ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ.....281

Захарова В.А. , Кошарная Г.Б.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ.....284

Ибрагимов А.С., Сафонов В. Н.

МЕРОПРИЯТИЯ В ВУЗЕ КАК УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ.....287

Козлова У.М.

РОЛЬ ВУЗА В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТРАЕКТОРИЙ ВЫПУСКНИКОВ.....289

Коннова Э.А.

ИНФОРМИРОВАНИЕ ШКОЛЬНИКОВ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ.....292

Куркин В.В. НОЧНОЙ КЛУБ В ОЦЕНКАХ И ПРЕДПОЧТЕНИЯХ МОЛОДЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ГОРОДА УЛЬЯНОВСКА.....	295
Назюкова М.О., Ключева Т.В. МОЛОДЕЖЬ КАК СОЦИАЛЬНАЯ БАЗА ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПРЕДПОЧТЕНИЙ.....	297
Папина Е.С. ЗРЕЛИЩНЫЕ ВИДЫ ИСКУССТВА В ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ.....	300
Полушкина Я.А., Шигабетдинова Г.М. ТИПЫ ПОВЕДЕНИЯ СЕМЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ ПРОФИЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ СТАРШЕКЛАССНИКА.....	304
Пучков А.С., Шиняева О.В. МУЗЫКА В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ: ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ.....	306
Симонян А. В. ТЕНДЕНЦИИ КАРНАВАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ.....	309
Татаринцева А.В., Шиняева О.В. ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯМ: МОТИВАЦИИ И РЕАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ.....	312
Тер-Никогосова Н. А. РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОЦЕССЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЁЖИ.....	315
Трефилова В.Э. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ И РАЗВИТИЕ ДОСУГА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	318
Трошин В.С. МОТИВАЦИЯ ВЫБОРА УЧРЕЖДЕНИЙ НОЧНОГО ДОСУГА МОЛОДЫМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ.....	320
Филюшкина А.В., Ключева Т.В. НОВЫЕ ФОРМЫ ДОСУГА КАК ОБЪЕКТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МОЛОДЕЖЬ.....	323

Холкина К.Д. ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К БИБЛИОТЕКАМ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ.....	327
Шалыгина И.Н. МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ И КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА.....	330
Шакуров Р.Р. ВОСТРЕБОВАННОСТЬ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ НОВЫХ ФУНКЦИЙ ПУБЛИЧНЫХ БИБЛИОТЕК.....	333
Шапошникова Н. Е., Ахметшина Е.Р. ПРОБЛЕМЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ.....	336
Безрукова И.Г. ЛОЯЛЬНОСТЬ МОЛОДЕЖНЫХ АУДИТОРИЙ КАК КРИТЕРИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ НА РЫНКЕ УСЛУГ ДОСУГА.....	340
Трошин В.С., Шигабетдинова Г.М. ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ СМИ КАК СРЕДСТВО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ.....	345

Научное электронное издание

**МОЛОДЕЖЬ, УСТРЕМЛЕННАЯ В БУДУЩЕЕ:
ПРОБЛЕМЫ, ИНТЕРЕСЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

Всероссийская научная конференция
(Ульяновск, 29-30 октября 2018)

Сборник научных трудов

Отв. ред. О.В. Шиняева

ЛР № 020640 от 22.10.97.

Дата подписания к использованию 12.12.2018.
ЭИ № 1179. Объем данных 3 Мб. Заказ № 1099.

Ульяновский государственный технический университет
432027, г. Ульяновск, ул. Северный 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