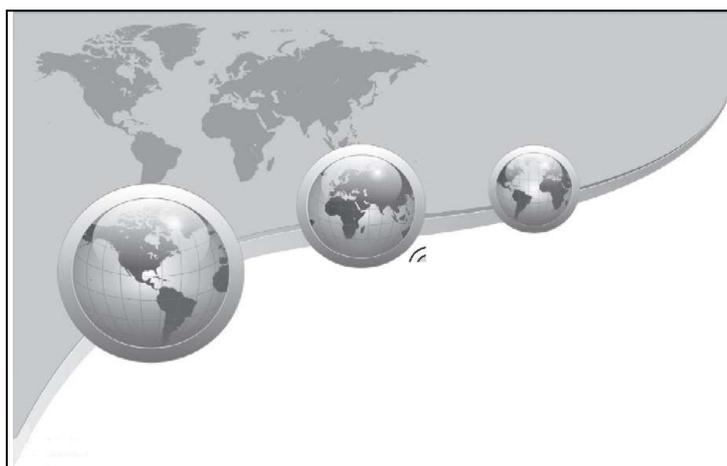


Российское общество социологов
Российская социологическая организация
ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»

**Бюллетень
Региональных
Социологических
Исследований**

№ 2 (22) Апрель-июнь 2014

**Бюллетень региональных социологических
исследований №2(22) Апрель-июнь 2014**



Социологический бюллетень издается с 1987 года, в 2010 г. переименован в Бюллетень региональных социологических исследований.

В настоящем выпуске Бюллетеня читателю предоставляется возможность поразмышлять на тему ценностных трансформаций населения, ставших результатом социально-экономических и социально-политических преобразований в стране, задуматься над изменением ценностной парадигмы общества и его последствиями. Данную тематику продолжает статья, анализирующая основные типы ценностного сознания, сформировавшиеся в постсоветской России.

Две статьи посвящены студенческой проблематике. Одна из них затрагивает традиционную для последнего десятилетия тему здорового образа жизни молодежи. Во второй статье делается попытка математического анализа взаимосвязи различных видов активности студенческой молодежи в социальном пространстве вуза.

Феномен явления киберрадикации в сфере онлайн покупок анализируется на примере молодых женщин.

Рубрика «Социальная статистика» знакомит читателей с развитием рынка труда в Орловской области за последние двадцать лет.

Бюллетень может быть полезен представителям органов власти различного уровня, руководителям организаций, научным работникам, аспирантам, студентам и всем, кто в той или иной степени использует результаты социологических исследований в своей деятельности, а также тем, кому интересно научно выверенное и обобщенное общественное мнение жителей региона.

Редакция:

В.И. Уварова – главный редактор, кандидат философских наук, доцент

М.А. Федосеева – заместитель главного редактора, кандидат экономических наук

Н.А. Фролова – кандидат социологических наук, профессор

О.С. Никитенко – ответственный редактор, кандидат технических наук

Е.П. Мясина – кандидат социологических наук, доцент

Т.П. Устинова - руководитель Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Орловской области

Адрес редакции:

302030, г. Орел,

ул. Московская, 65.

Контактный

телефон:

8-906-662-6611.

Сайт: www.brsi.soc-orel.ru

E-mail: social_centra@mail.ru

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, свидетельство **ПИ № ФС-77-53064** от 04.03.2013 г.

Подписной индекс в объединенном каталоге «Пресса России»: **E29501.**

Содержание

ВСТУПИТЕЛЬНАЯ СТАТЬЯ	4
ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ ГОРОДА ОРЛА	5
Уварова В.И. Об изменении ценностной парадигмы современного общества (на примере российской провинции)	5
Кузьменков В. А. Типы ценностного сознания граждан современной России	19
Федосеева М.А. Социологический анализ отношения студенческой молодежи к здоровому образу жизни и его составляющим	26
Никитенко О.С. Изучение взаимосвязи компонентов студенческой жизни методом математического анализа	36
Каминская В.Г. Феномен явления кибераддикции в сфере он-лайн покупок (на примере женщин 18-29 лет)	49
СОЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА	59
Устинова Т.П. Рынок труда Орловщины вчера и сегодня	59
К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ	68

Уважаемый читатель!

Предлагаем вашему вниманию новый выпуск Бюллетеня региональных социологических исследований, включающий ряд статей по актуальным вопросам современного общества.

Несомненный интерес представляет работа нашего постоянного автора Уваровой В.И., которая посвящена рассмотрению состояния и динамики системы ценностей населения российской провинции за последние четверть века. Определенным продолжением указанной темы является статья молодого исследователя Кузьменкова В. А., в которой он анализирует основные типы ценностного сознания, сформировавшиеся в постсоветской России.

Второй блок статей посвящен рассмотрению особой социальной группы – молодежи. В одной из указанных работ акцент делается на отношении студенческой молодежи к здоровому образу жизни и его составляющим. Другая работа продолжает цикл статей, описывающих результаты, проведенного НОЦ «Теоретическая и прикладная социология» мониторинга хода выполнения мероприятий Программы развития студенческого самоуправления ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК» в 2012-2013 годах. Автор концентрирует свое внимание на изучении взаимосвязи отдельных компонентов студенческой жизни, в частности информационного обеспечения, социальной активности, профессиональных компетенций и здорового образа жизни студенческой молодежи. Завершает цикл статей о молодежи, работа Каминской В.Г., посвященная изучению явления виртуальной зависимости в сфере покупок с помощью сети Интернет.

В постоянной рубрике «Социальная статистика» рассматриваются вопросы развития рынка труда в Орловской области за последние двадцать лет.

Надеемся, что представленные в Бюллетене темы будут для вас интересны и продолжены в дальнейших публикациях наших постоянных и новых авторов.

Материалы статей печатаются в авторской редакции. Право использования произведений предоставлено авторам на основании п. 2 ст. 1286 Четвертой части Гражданского Кодекса Российской Федерации.



Рубрику ведет М.А. Федосеева – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник Научно-образовательного центра «Теоретическая и прикладная социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»

ОБ ИЗМЕНЕНИИ ЦЕННОСТНОЙ ПАРАДИГМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ)¹

В.И.Уварова, кандидат философских наук, доцент, научный руководитель НОЦ «Теоретическая и прикладная социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», e-mail: social_centra@mail.ru

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению ценностных трансформаций населения, ставших результатом социально-экономических и социально-политических преобразований в стране. Сравнительный анализ эмпирических данных с аналогичными данными двадцатипятилетней давности позволяет констатировать факт изменения ценностной парадигмы современного общества и его негативные последствия.

Ключевые слова: ценностно-нормативная система, ценностная парадигма, установки, жизненные ориентиры, трансформация.

Annotation: The article is devoted to the consideration of valuable transformations of the population which have become by result of social and economic and sociopolitical transformations in the country. The comparative analysis of empirical data with similar data of twenty five years' prescription allows to ascertain the fact of change of a valuable paradigm of a modern society and its negative consequences.

Keywords: value-normative system, a valuable paradigm, installations, vital reference points, transformation.

Масштабные социально-экономические и социально-политические преобразования в стране, трансформирующие социальные институты, неизбежно обуславливают изменения ценностно-

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке фонда РГНФ, проект № 13-23-01009

нормативной системы общества, приводя к ценностному кризису, непременно наступающему социум. Это в полной мере относится к процессу разрушения социалистического строя, сопровождавшемуся деструкцией существовавшей ценностной структуры. В результате социокультурных трансформаций изменилась ценностная парадигма современного российского общества. Для большинства граждан России время реформ стало временем глубоких изменений базисных ценностей, установок и жизненных ориентиров.

В данной статье предпринята попытка анализа состояния и динамики системы ценностей населения российской провинции, рассчитанного на раскрытие глубинных трансформаций в массовом сознании и социальном поведении людей за последние четверть века. Цель – оценить глубину и масштаб этих изменений.

Эмпирический материал получен в ходе социологического опроса населения Орловской области, проведенного в рамках проекта «Социально-политическая ситуация и повседневная жизнь людей в России и Беларуси в контексте становления Союзного государства» в сентябре-октябре 2013 г. Опрос осуществлялся методом индивидуального анкетирования. Всего в опросе приняли участие 900 респондентов.

Уникальная возможность сопоставления системы ценностей, установок и ориентаций населения Орловского региона в настоящее время с ситуацией 25-летней давности возникла благодаря сохранившимся данным социологического исследования, проведенного в 1986 г. сектором комплексных исследований образа жизни ИСИ АН СССР в рамках программы «Состояние и основные тенденции развития образа жизни советских людей», в котором автор статьи принимал непосредственное участие. Единая система субъективных показателей обеспечила сравнимость данных по ряду позиций. Исследование 1986 г., зафиксировавшее оценку населения своей жизни в исторически значимый момент начала «перестройки», стало отправной точкой изучения изменений ценностно-нормативного комплекса, произошедших вследствие последующих социально-экономических трансформаций.

В опросах 1986 и 2013 годов респондентам было предложено перечислить ценности, реализация которых наиболее важна для них (таблица 1).

Таблица 1 - Иерархия наиболее важных ценностей населения в 1986 и 2013 гг.

Ценности 2013 г.	%	Ценности 1986 г.	%
1. Крепкая семья, хорошие дети	72,2	1.Крепкая семья, хорошие дети	79,7
2.Хорошо зарабатывать, чтобы ни в чем себе не отказывать	43,5	2.Иметь интересную работу	46,6
3.Уверенность в завтрашнем дне, наличие благоприятных перспектив	30,5	3.Быть полезным обществу	31,2
4.Уважение со стороны окружающих	28,0	4.Материальный достаток, бытовой комфорт	25,8
5.Жить по правде, совести, справедливости	24,5	5.Хорошие друзья	22,4
6.Иметь интересную работу, позволяющую проявить свои способности и таланты	23,0	6.Уважение со стороны окружающих	21,4
7.Жить в экологически чистой среде, дышать чистым воздухом, пить чистую воду	15,8	7.Путешествия, спорт, укрепление здоровья	14,5
8.Чувствовать себя в безопасности, не ощущать угрозы насилия	15,0	8.Приобретение знаний, развитие способностей, повышение образования	10,7
9.Стремление к Богу, следование его заповедям	9,6	9.Чтение, посещение театров, музеев	6,8
10. Карьера, власть	6,3	10.Участие в общественной жизни	6,5

Полученные данные подтвердили стабильность приоритета основных терминальных ценностей населения: семья, работа и материальное благополучие. Семейные ценности неизменно занимают первую позицию. Интересная работа, располагавшаяся на втором месте в 1986 г, отошла на шестое, уступив место результату работы в виде хорошего заработка, позволяющего ни в чем себе не отказывать. В начале перестройки среди ценностей первого порядка присутствовало стремление быть полезным обществу, опережавшее даже ценность материального достатка. В условиях изменения общественного сознания в сторону эгоцентризма, плохо совместимого с коллективистской психологией, в опросе 2013 года позиция «быть полезным обществу» была исключена из перечня ценностей. Ее место заняла уверенность в завтрашнем дне, наличие благоприятных перспектив – цен-

ность, не выступавшая ранее в качестве терминальной, поскольку данное состояние общества в советское время воспринималось как само собой разумеющееся. Близкой к базовому исследованию потребностью наших дней остается уважение со стороны окружающих людей.

Во втором ценностном эшелоне представлены цели, которые упомянули менее четверти опрошенных. К ним относятся: чисто русская ценность жизни по правде, совести, справедливости, потребность в интересной работе, позволяющей проявить свои способности и таланты, а также возможность жить в экологически чистой среде, не ощущая угрозы насилия.

Остальные терминальные ценности, включая стремление к Богу, карьеру, власть, богатство и полную неограниченную свободу в высказываниях и действиях, выбрали менее 10 % респондентов.

Данные, представленные на рисунке 1, свидетельствуют о довольно низкой реализации главных жизненных ценностей населения провинциальной России: семейных (не реализована у 42,7 % респондентов); связанных с материальным достатком (– 37,6 %); уверенностью в завтрашнем дне (– 24,1 %); жизнью в экологически чистой среде (– 13,1 %) и личной безопасностью (– 9,8 %).

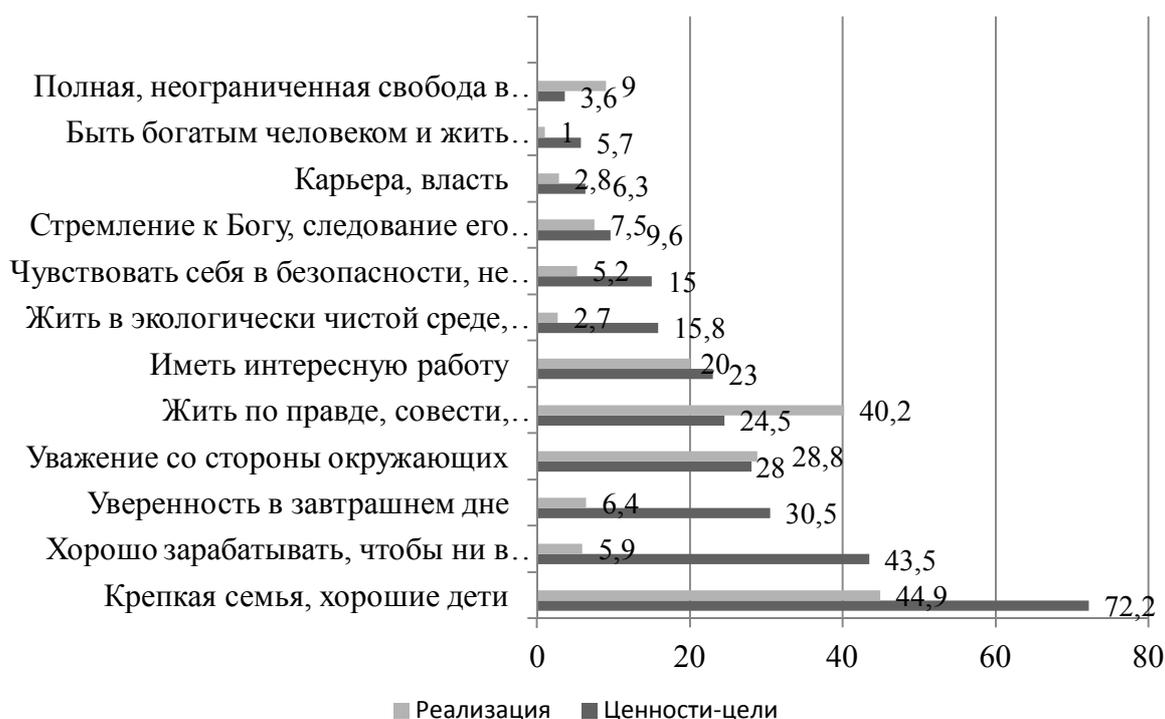


Рисунок 1 – Соотношение ценностных представлений и их реализации, %

Что касается целей, реализация которых превысила их изначальную ценность, то они носят в основном идеальный характер. Удалось заслужить уважение окружающих тем, кто к этому стремился. 40,2 % опрошенных заявили, что живут по правде, совести, справедливости, что в 1,6 раза превышает долю тех, кто видел в этом одну из главных жизненных ценностей. Лидирующая позиция среди реализованных ценностей досталась как раз той ценности, к которой люди меньше всего стремились – полной, неограниченной свободе в высказываниях и действиях. Полученные результаты заставляют задуматься о вынужденно-компенсаторном характере реализации идеальных ценностей на фоне невозможности реализации основных реальных.

Признавая очевидность произошедших за четверть века изменений в терминальных ценностях населения, следует отметить, что наибольшей модификации подверглись не они, а инструментальные ценности.

Как видно на рисунке 2, в современной России сложилась особая система инструментальных ценностей, способов решения жизненных проблем и достижения благополучия, кардинально отличная от ценностей, существовавших в советской России. На смену приоритету традиционных для русской культуры средств достижения успеха в жизни: трудолюбию, добросовестному отношению к делу, честности, принципиальности, отзывчивости, чуткости к людям, пришел приоритет денег, связей с «нужными людьми», умения приспособиться. В отношении значимости «нужных связей» следует отметить, что в общественном мнении сформировалось определенное понимание законов вертикальной мобильности, согласно которым достичь успеха невозможно без необходимых связей.

Трудолюбие, добросовестное отношение к труду, чье первенство признавалось неоспоримым в начале перестройки, опустилось на четвертое место. При этом не только сохранилась, но и возросла роль средств достижения жизненного успеха, важных во всех современных культурах: образования, способностей, таланта.

Существенное снижение значения таких традиционных для русской культуры факторов успеха, как честность, принципиальность, отзывчивость, чуткость к людям при колоссальном росте ценности эгоцентризма и даже аморального и криминального поведения свиде-

тельствует о разительном снижении социально-нравственного потенциала российского общества.



Рисунок 2 - Иерархия представлений о наиболее важных факторах достижения успеха, благополучия в жизни, %

Представление о первостепенной роли денег в достижении успеха, благополучия в жизни лишает людей уверенности в завтрашнем дне. Если среди лиц, не считающих деньги непременным условием успеха в жизни, часто испытывают чувство уверенности в своем будущем 34,9 % опрошенных, среди лиц, не придающих деньгам слишком большого значения, - 26,3 % респондентов, то среди видящих в деньгах основной фактор успеха и благополучия часто ощущать уверенность в завтрашнем дне доводилось лишь 16 % опрошенного населения. Не способствует оптимистичному взгляду в будущее и убеждение в необходимости иметь соответствующие связи, без которых сложно рассчитывать на успех и благополучие.

Прямопропорциональная связь просматривается между оценкой роли денег в достижении успеха в жизни и частым проявлением чувства стыда за нынешнее состояние страны, тревоги за безопасность и будущее детей (рисунок 3). Таким образом, ориентация общества на всевластие денег стимулирует в людях чувство опасности, неуверенности и неудовлетворенности жизнью.

Исследование социологических центров города Орла

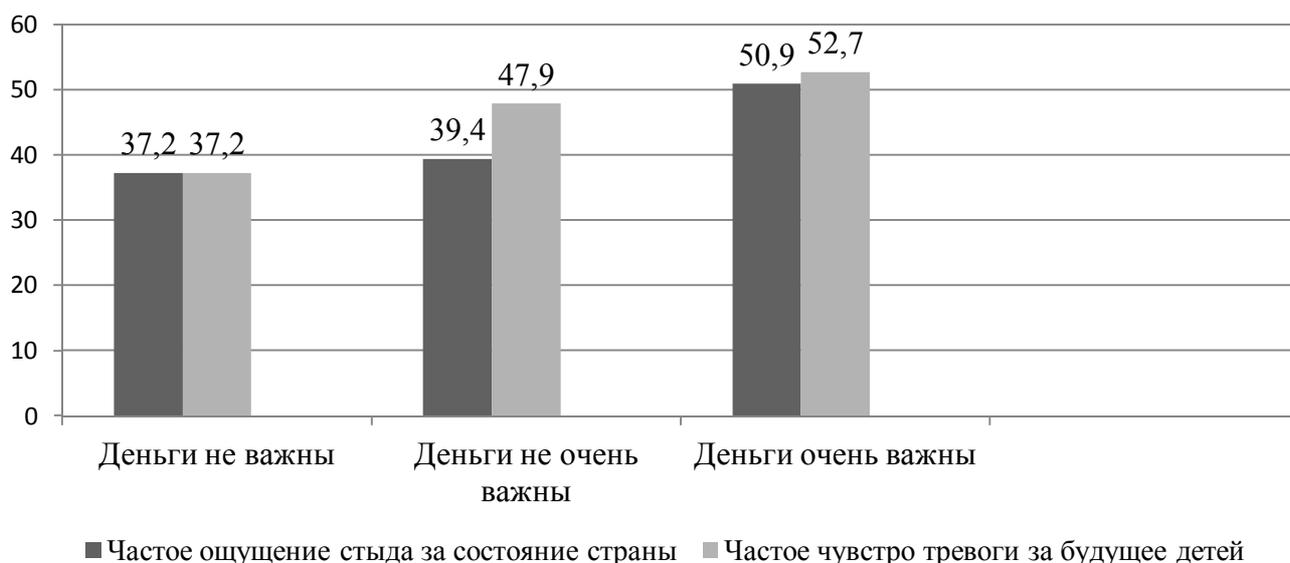


Рисунок 3 – Связь оценки важности денег в достижении успеха с часто возникающим чувством стыда и тревоги, %

Каждая социально-политическая система востребует людей с определенными социальными качествами. Анализ результатов опроса показывает, что доминирующим качеством, поощряемым в нынешних экономических отношениях, признается умение угодить начальству (таблица 2). На активное стимулирование данного качества указала половина опрошенных, а альтернативную точку зрения высказали всего 6,7 % респондентов. Напрашивается неутешительный вывод о том, что за последние четверть века в стране сформировалась система, основанная на заискивании, подобострастии и угодничестве.

Таблица 2 - Индекс социальных качеств, поощряемых в современных экономических отношениях

Группы качеств:	Индекс
Умение угодить начальству	2,28
Профессионализм, трудолюбие	2,23
Образованность, культура	2,07
Творческое отношение к делу, склонность к изобретательству, рационализаторству и т.п.	1,97
Честность, достоинство, ответственность	1,88
Наглость, пронырливость, эгоизм	1,83
Умение обходить законы	1,74
Независимость и свобода мысли	1,65
Корыстолюбие, стремление к выгоде во всем	1,58

При этом высокие показатели сохраняются за такими позитивными качествами, как профессионализм, трудолюбие, образование, творческое отношение к делу, честность и ответственность, без которых невозможно эффективное социально-экономическое развитие.

Наименее востребованными оказались явно отрицательные качества личности: наглость, эгоизм, умение обходить законы, корыстолюбие. Однако даже наименее поощряемые качества (умение обходить законы и корыстолюбие) считает активно стимулируемыми существующей социально-экономической системой каждый пятый респондент.

Что касается независимости и свободы мысли, то они очевидно противоречат самому востребованному качеству «умению угодить начальству», и потому их активное поощрение системой признали всего 8,2 % опрошенных.

Распространение эгоцентризма и признание всевластия денег ведет к забвению ценности «приносить пользу обществу», входившей четверть века назад в первую тройку. Сегодня, как следует из данных, приведенных в таблице 3, мнение о необходимости работать на благо общества, а не только на себя, разделяет менее половины респондентов, остальные открыто не согласны или затруднились определить свою позицию. Несогласных с тем, что такие понятия, как общественная польза, национальный интерес, патриотизм и т.п. устарели, потеряли какой-либо смысл, оказалось еще меньше. Доля лиц, уверенных в тотальной продажности современного общества, в котором речь может идти лишь о цене вопроса, превысил долю не разделяющих данное мнение.

Таблица 3 – Отношение к следующим высказываниям, %

Высказывания	Согласны	Не согласны	Затруднились ответить
Надо работать на благо страны, а не только на себя	44,3	31,2	24,4
Такие понятия, как общественная польза, национальный интерес, патриотизм и т.п. устарели, потеряли какой-либо смысл	40,7	42,4	16,9
Все продается, дело только в цене	40,9	38,0	21,1

В начале перестройки повседневное поведение людей отличала приверженность большинства безусловно позитивным социальным

Исследование социологических центров города Орла

нормам. Главным фундаментальным качеством советского образа жизни являлся социальный оптимизм, сохранявшийся, несмотря на уже озвученную необходимость перемен и ускорения развития страны.

Основа социального оптимизма при социализме - добросовестный труд как источник всех жизненных благ – оставался таковым и в начале перестройки. Именно стремление работать как можно лучше занимало второе место по распространенности норм повседневного поведения людей (таблица 4).

Таблица 4 – Ответ на вопрос «Как Вы полагаете, те люди, которых Вы постоянно встречаете в Вашей жизни (на работе, в семье, в кругу знакомых и т.п.):»

	2013 г.		1986 г.	
	Почти все	Большинство	Почти все	Большинство
Уверены в завтрашнем дне	3,7	21,9	28,4	40,6
Стремятся работать как можно лучше	9,4	47,2	13,3	55,5
Отзывчивы, всегда готовы прийти на помощь другим людям	9,7	38,2	11,4	49,2
Заняты только собой, устройством своего личного благополучия	21,9	42,8	2,9	14,8
Злоупотребляют спиртными напитками	5,2	30,8	0,6	4,2
Плохо относятся к людям других национальностей	7,6	30,6	1,0	5,5
Интересуются в основном приобретением вещей	7,8	39,6	7,0	22,7

Данные опроса 1986 г. свидетельствуют о широкой распространенности в социальном окружении советских людей таких норм, как отзывчивость, готовность прийти на помощь другим людям, на которых строятся все цивилизованные социальные, да и экономические отношения. Доля опрошенных, назвавших всех или большинство в своем окружении отзывчивыми и готовыми прийти на помощь приближалась к двум третям.

Проблема толерантности, которой сегодня уделяется много внимания, особенно в этнических отношениях, судя по результатам опроса, практически отсутствовала в Советской России. Плохое отно-

шение к представителям других национальностей в своем окружении отмечали лишь 6,5 % опрошенных.

Главными антиподами советского образа жизни выступали вещицизм – современный синоним приобретательства, эгоизм, чрезмерная концентрация внимания на собственном благополучии и алкоголизация населения. Необычно низкий уровень злоупотребления спиртными напитками в окружении респондентов объясняется пришедшейся на период опроса антиалкогольной кампанией, проводившейся в стране с 1985 по 1987 годы.

Данные, приведенные на рисунке 4, свидетельствуют о значительных изменениях в нормах жизнедеятельности людей, произошедших за последнюю четверть века. Общая тенденция неутешительна. В ближайшем социальном окружении населения существенно сократилось число людей с позитивными социальными установками и выросло число лиц, руководствующихся негативными установками. Так, более чем в 2,5 раза сократилась доля микросред, в которых все или большинство людей живут с уверенностью в завтрашнем дне. В 1,2 раза уменьшилась доля респондентов, в социальном окружении которых большинство стремится работать как можно лучше, и в 1,3 раза – доля лиц, живущих среди отзывчивых, готовых прийти на помощь другим людям.



Рисунок 4 – Характеристики социального окружения респондентов, %

Напротив, в 3,7 раза выросла доля опрошенных, в социальном окружении которых доминируют люди, озабоченные исключительно собой, устройством личного благополучия, и в 1,7 раза – доля лиц, окружение которых в значительной степени поражено вещизмом. Можно по-разному относиться к неудачной антиалкогольной кампании периода начала перестройки, однако, как свидетельствуют полученные данные, сегодня в алкогольном социальном окружении приходится жить в 7,5 раза большему числу людей, чем это было в 1986 году. В 5,9 раза увеличилась доля лиц, микросреды которых в значительной степени поражены националистическими предрассудками. Учитывая изменения в формулировке вопроса (в базовом исследовании речь шла о «недостаточно хорошем» отношении к людям других национальностей, а в сравнительном – о «плохом»), отмеченная тенденция представляется весьма тревожной.

За анализируемый период времени изменилась иерархия норм в социальном окружении людей. Позитивные взаимосвязанные социальные нормы, лидировавшие в советское время (уверенность в завтрашнем дне, стремление работать как можно лучше и отзывчивость, готовность прийти на помощь другим людям) уступили место эгоцентризму, ориентации исключительно на себя и свое благополучие. Второе и третье места пока еще сохраняются за позитивными нормами (стремлением работать как можно лучше и отзывчивостью, готовностью прийти на помощь), хотя и превратившимися уже из всеобщих в нормы средней распространенности. Им буквально «дышат в спину» негативные нормы жизнедеятельности, такие как приобретаемость, вещизм, плохое отношение к представителям других национальностей, алкоголизация населения. Безусловно позитивная социальная норма – уверенность в завтрашнем дне – превратилась из лидера в аутсайдера.

Таким образом, есть все основания констатировать активное расширение зоны действия негативных норм за счет сужения зоны действия позитивных, в результате чего стремление лучше работать заменяется на лучше потреблять; отзывчивость, взаимопомощь – на эгоцентризм; уверенность в завтрашнем дне – на национальную и социальную напряженность.

Полученные данные во многом совпадают с результатами сравнительного исследования образа жизни россиян в интервале 1981 - 2008 годов [1].

Доминирование в современном обществе эгоцентризма, распространение алкоголизации, рост этнической нетолерантности населения на фоне снижения уровня распространенности норм повседневного поведения, обеспечивающих успешное развитие цивилизованного общества, формирует неблагоприятную для нормальной жизни среду обитания, различные формы психологического неблагополучия.

Следствием возникновения неблагоприятной социальной среды является желание навсегда покинуть Родину и перебраться в одну из развитых стран при условии, что там будет жилье и работа. Такое желание выразила четверть всех опрошенных (рисунок 5).

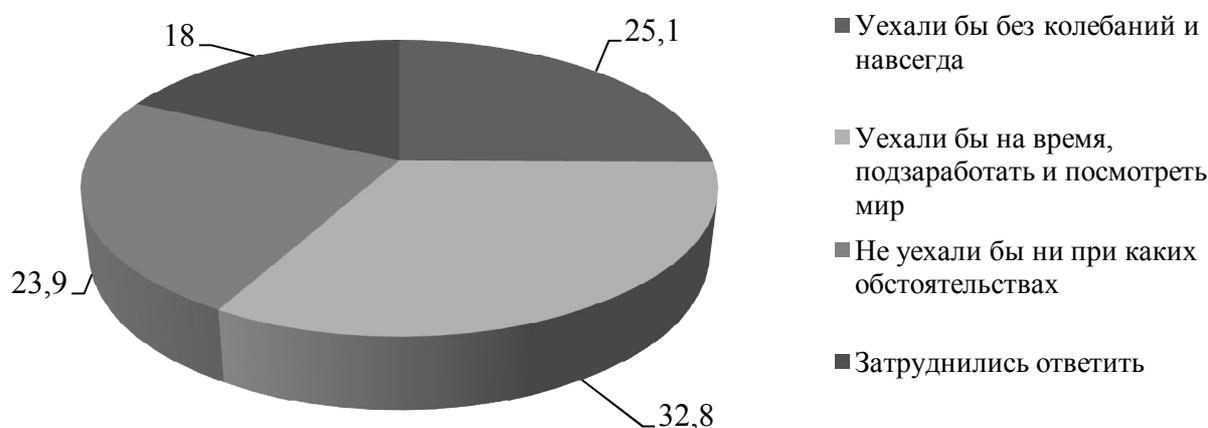


Рисунок 5 - Желание уехать в одну из развитых стран при условии, что там будет жилье и работа, %

Намерение навсегда покинуть родину в большей степени изъявляют молодые люди в возрасте от 18 до 20 лет (48 % от группы). С возрастом мечта об отъезде постепенно теряет радужные краски и большинство респондентов в силу различных обстоятельств расстаются с ней, однако сам факт ее появления представляется достаточно симптоматичным. Тем более что даже среди старшей возрастной группы (более 60 лет) желание переехать в одну из развитых стран высказал каждый десятый респондент.

Чаще прочих желание переехать в одну из развитых стран демонстрируют наиболее обеспеченные граждане (более половины от группы) и около трети наименее обеспеченных. Это позволяет предположить, что не только, а возможно и не столько материальный фактор определяет стремление сменить место жительства.

Исследование социологических центров города Орла

При этом данные опроса показывают, что желание покинуть свою страну в большей степени коррелирует с представлением о том, какие факторы в сегодняшней действительности обеспечивают достижение успеха, благополучия в жизни. Среди лиц, видящих залог успеха и процветания в современном российском обществе в приспособленчестве, деньгах и связях, доля желающих покинуть родину на порядок выше, чем среди тех, кто считает основными факторами успеха трудолюбие и хорошее образование (рисунок 6).

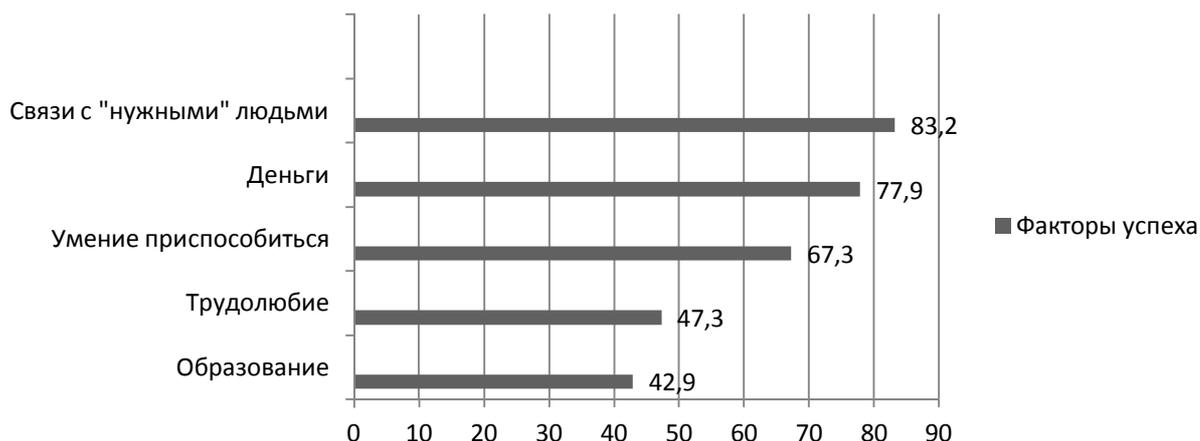


Рисунок 6 – Связь представлений о факторах достижения успеха, благополучия в российском обществе и желания уехать в одну из развитых стран, %

Еще одним толчком к возникновению мысли об отъезде из страны является неприятие угодничества перед начальством, поощряемое нынешней социально-политической системой. Так, готовность навсегда уехать в одну из развитых стран выразили 5,3 % респондентов, полагающих, что современные экономические отношения не стимулируют умение угодить начальству, 34,1 % лиц, считающих, что подобные качества востребованы не повсеместно, и 54,4 % опрошенных, уверенных в их активном поощрении.

Отсюда можно заключить, что ценностно-нормативная система, господствующая в обществе, оказывает определяющее влияние на отношение к жизни, повседневное поведение людей и их планы на будущее.

В проведенном исследовании нашел отражение процесс изменения ценностной парадигмы, призванной обеспечить мировоззренческие и ценностно-нормативные рамки для интегрирования людей в единое сообщество. В результате общественных трансформаций наибольшей деформации подверглись инструментальные ценности насе-

ления, изменились социальные нормы, выросла доля лиц, руководствующихся негативными социальными установками.

Пережив ценностный кризис, общество в значительной степени осознает его негативные последствия, многих сегодня не устраивающие. Становится очевидно, что для дальнейшего успешного развития страны необходимо опереться на социокультурные ценности, выступающие интегрирующим образованием, а также на достижения предыдущего развития России, культивируя все лучшее, что было создано в ценностно-нормативной системе общества.

Литература

1. Возьмитель, А. А. Образ жизни: тенденции и характер изменений в пореформенной России / А. А. Возьмитель /. М.: Институт социологии РАН, 2012. 230 с.
2. Кошарная, Г. Б. Ценностные ориентации населения в транзитивном обществе (региональный аспект) / Г. Б. Кошарная, Л. В. Рожкова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. - 2009. -№ 3 (11). - С. 111-121.
3. Кравченко, С.А. Необходимость гуманистически ориентированной модернизации / С.А. Кравченко // Гуманитарий Юга России. - 2012. - №4.
4. Лапин, Н. И. Динамика базовых ценностей и социальное самочувствие россиян / Н. И. Лапин // Глобализация и современные изменения в современной России: доклады Всероссийского социологического конгресса. - М.: Альфа-М, 2007.
5. Уварова, В. И. Материальное благополучие как важнейший компонент качества жизни населения (на примере Орловского региона) / В.И. Уварова // Бюллетень региональных социологических исследований, № 1 (21) Январь-март 2014 – С. 5-21.

ТИПЫ ЦЕННОСТНОГО СОЗНАНИЯ ГРАЖДАН СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

**В.А. Кузьменков, аспирант, ассистент кафедры
«Социология, культурология и политология» ФГБОУ ВПО
«Госуниверситет – УНПК»**

Аннотация: В статье анализируются основные типы ценностного сознания, сформировавшиеся в постсоветской России, отмечаются их сущностные характеристики и представленность в среде социально-профессиональных групп. Определяются четыре этапа эволюции, особо выделено, что сегодня ценностное сознание вступает в новую фазу развития.

Ключевые слова: ценности, типы сознания, эволюция, адаптация, современная Россия.

Annotation: This article analyzes the major types of value consciousness that have emerged in post-Soviet Russia, celebrated their intrinsic characteristics and representation in the environment of social and professional groups. Four stages of evolution are identified, emphasizing that today 's value conscious entering a new phase of development.

Keywords: values, types of consciousness, evolution, adaptation, modern Russia.

В социологии принято рассматривать советское общество как ценностно-однородное образование, а общество современной России – как ценностно-плюралистическое. Мы утверждаем, что в период 1970–1980-е гг. происходили имплицитные аксиологические трансформации, имевшие следствием своеобразную инверсию ценностных ориентаций. Так, постоянно возрастающий уровень жизни детерминировал рост массовых потребительских запросов при почти полном отсутствии частной экономической деятельности. Оформилось потребительское иждивенчество, крайним выражением которого проявилось расхищение социалистической собственности, преследовавшееся по закону, что, однако, не препятствовало росту объема «теневой экономики». Все это вызвало стремление к рыночному изобилию, как отметил А.А. Зиновьев, рост благосостояния усилил материальное неравенство и социальное расслоение, породил стремление к материальным благам и идеалам капитализма [4, с. 108]. При этом большая часть населения страны желала сохранить социалистический принцип патернализма, т.е. добиться сочетания противоположных вещей.

Здесь, по нашей оценке, проявляется та парадоксальность русского сознания, о которой говорил Н.А. Бердяев [2]. Данную точку зрения развил Ж.Т. Тощенко, предложивший обозначать парадоксы массового сознания термином «антиномия». Примером антиномии может быть тот факт, что с 43% в 1990 г. до 80% в 1994 г. увеличилось число поддерживающих идеи рынка, с другой стороны, сознание этих людей отвергало носителей и творцов рынка – предпринимателей, банкиров, менеджеров и т.д., которые, по мнению многих (от 40 до 60%), стали носителями многих отрицательных качеств и ответственны за развал экономики. Парадоксальность проникла и в правовое сознание, когда человек одновременно приветствует правопорядок, законность и в то же время считает возможным нарушить законы, если это будет «полезно для дела» [10, с. 8].

Данная ситуация оказала значительное влияние на развитие ценностного сознания. В его эволюции, согласно работе ученых В.И. Пантина и В.В. Лапкина, можно выделить три этапа [8].

1) Начальный этап связан с распадом в начале 1990-х гг. доминировавшей советской аксиологической системы на несколько частей, крупнейшими из которых стали три ценностных блока: либерально-демократический, национал-патриотический и блок ценностей асоциальных маргинализированных слоев. Первые придавали высокий статус идеалам предпринимательства, индивидуализма, частной собственности, невмешательства государства в частную жизнь граждан и т.д. Вторые актуализировали ценностно-нормативные стандарты терпеливости, равенства, взаимопомощи, сильного и справедливого государства, возрождения России. Третьим был свойственен эскапизм, повышенная агрессия, выраженный авторитарный синдром и, одновременно, социальная атомизация и незащитность. Оформились определенные типы граждан относительно доминировавших в их сознании ценностей.

Так, например, в 1991 г. и 1994 г. по единому инструментарию под руководством Н.И. Лапина были проведены два общероссийских опроса, по результатам которых население в целом было разделено на 4 крупные группы по критерию доминирования определенных ценностей: «повседневный гуманизм» (45% жителей страны), «потребительский конформизм» (24% россиян), «потребительский нонконформизм» (24% граждан), «властолюбивый эгоизм» (7% россиян) [6, с. 56-57]. В свою очередь, данные макропозиции разделяются еще на ряд групп, конкретизирующих ценностные ориентации, причем их общее

число в 1994 г. выросло по сравнению с 1991 г. Это объясняется нарастанием дробности ценностного сознания россиян, внедрением либеральных, модернистских ценностей в общество [6, с. 57].

Мы делаем вывод о формировании новой аксиологической структуры, как интегрирующей, так и дезинтегрирующей общество. Ценностные группы, с одной стороны, сплачивают индивидов между собой, способствуют их выживанию в жестких социальных условиях, генерируют и поддерживают экзистенциально важные символы и смыслы. С другой стороны, между этими группами не обнаруживается общих точек соприкосновения, ценностно-нормативный обмен не реализуется, что приводит к постепенному «застыванию» аксиологических типов.

2) Второй этап (1994-1997 гг.) характеризовался отходом на второй план ценностного конфликта между «демократами» и «традиционалистами» и обострением отношений между молодежью и людьми старших возрастов, а также по линии элитные – массовые группы. Как отмечают В.В. Лапкин и В.И. Пантин, элитные группы достаточно укрепили свое положение, что способствовало утверждению в их сознании ценностей, соответствующих чрезвычайно выгодным социальным позициям этих групп. В то же время массовые слои российского общества, в значительной мере ощущавшие себя «беспризорными», брошенными государством на произвол судьбы, осваивали совсем иные, ценности, представлявшие собой сложный конгломерат «старого» и «нового», результат своего рода «адаптации» прежних социально-политических, патерналистских установок к реальности, в которой государство «самоустранилось» от помощи населению [8, с. 149].

В целом, все население страны стало более прагматичным и материально ориентированным, образцы свободы, духовности и образования уступили место материальному благополучию. Так, по данным социолога А.В. Андреевской, в это время среди россиян безусловно доминировала материалистическая ориентация: 21% принадлежал к «чистым материалистам», тогда как к «чистым постматериалистам» – только 0,1%. Это позволяет утверждать, что в России начала 1990-х гг. сознание определяло бытие, поскольку социальный статус и финансовая безопасность не играли важной роли в изменении ценностей [1, с. 74-75, 80].

По нашему мнению, можно говорить о значительной автономности и одновременном существовании как минимум трех ценностно-нормативных систем: коллективистско-социалистической, базирую-

щейся на советских идеалах; индивидуалистической, заимствованной с Запада; маргинальной, основанной на ценностях депривированных и эксклюзивированных групп. Можно говорить о возникновении новой системы (назовем ее постиндустриальной), более адаптированной к современности и сочетающей отдельные черты двух первых систем. Подтверждение своим выводам мы можем обнаружить в исследовании М.К. Горшкова, проведенном в 2000 г. и результировавшего процессы 1990-х гг. [3]. Как оно показывает, существует обусловленная территориальная дифференциация аксиологических структур. Так, у жителей Москвы преобладает индивидуалистическое сознание, неприятие авторитаризма, стремление к социальной, политической и экономической свободе. Напротив, представители Центрально-Черноземного региона склоняются к патернализму и конформизму: уравнивание доходов и потребления, вольность, материалистическая ориентация.

В элите чувство социальной ответственности оказалось снижено, акцент смещен с управления на автократизм и с одновременным доминированием идеала эгоистического потребительства за счет средств, изъятых у рядовых граждан. Всеобщее недоверие и меркантилизация ценностных ориентаций стали закономерным следствием данной ситуации.

3) Третий этап, начавшийся в 1998 г., прошел под знаком возрождения авторитаризма и патернализма в сознании масс и чередующимися процессами консолидации и размежевания элитных групп. В политических ориентациях большая часть населения стала склоняться к центризму, что свидетельствует не о формировании определенной гражданской позиции, а о дистанцировании от либерализма и коммунизма путем «протестного голосования» [8, с. 150]. По нашей оценке, весьма ярко это выразилось при создании партии «Единая Россия», быстро поддержанной большинством граждан страны несмотря на расплывчатую политическую позицию. В этом специфическом антиидеологизме стал выражаться нигилистический политический консенсус.

Однако единая идея, способная сплотить россиян, не была сформирована, и, по нашей оценке, данная ситуация сохраняется до сегодняшнего дня. Приход к власти В.В. Путина значительно оздоровил ситуацию в обществе, поспособствовал стабилизации аксиологической жизни, однако фундаментальных преобразований в ценностной структуре не произошло. Общественное сознание эволюционировало в направлении авторитаризма и патернализма. В целом, образ россиянина

в 2000-е гг. стал характеризоваться следующими чертами: тяготению к безопасности и государственной защите, богатству и власти, личному успеху и социальному признанию. Снизился интерес к проблемам инновационности и творчества, свободы и самостоятельности, равенства и справедливости, заботы о близких. При этом, доминирующими являлись такие качества, как разобщенность и непринимчивость, эгоцентризм и пассивность [7, с. 115].

В этот период по-прежнему отсутствовала единая ценностно-нормативная система. Так, Н.И. Лапин, выявил несколько кластеров базовых ценностей, весьма слабо коррелированных друг с другом. Позитивным феноменом следует выделить наличие прочного ядра, состоявшего из терминальных ценностей семьи, порядка, общения и т.д. Консенсуса в их отношении придерживались порядка 79% россиян, однако мы заметим, что в инструментальные ценности в этом кластере практически отсутствовали, что говорило о невыраженности социальных целей и методов их достижения [5, с. 31-35]. Особо следует, на этом этапе, отметить отсутствие сильного идейного течения, способного сплотить россиян. Существовал ряд сил, дифференцировавших российский социум: либерально-демократическая сила, отторгавшаяся массой как чужеродная, насильственно имплантированная извне; ортодоксально-коммунистическая, морально устаревшая, однако поддерживаемая по традиции значительной долей населения; традиционализм, «почвенничество», тяготеющее к стремлению начать все «с нуля»; государственно-патриотическая, весьма малочисленная [9, с. 5-7].

В целом, мы согласны с данной периодизацией, однако считаем важным дополнить ее в силу возникновения новых ценностных сдвигов.

4) По нашему мнению, в России с конца 2000-х гг. начинается новый этап, который характеризуется возросшей политизацией масс населения, требованиями либерализации политической и социально-экономической сфер, социальными ориентациями (повышением уровня и качества жизни), а также обострением борьбы общества с негативными проявлениями власти, прежде всего, с коррупцией и самовольством государственных лиц. Здесь можно обнаружить стремление к интеграции между социальным и политическим, поиск оптимальной модели взаимоотношений социума и государства, обретению общих социальных и политических ценностей.

В силу неинституционализированности механизмов артикуляции мнения масс, долгое время протесты развивались имплицитно, однако декабрьские выборы 2011 г. стали мобиливающим стимулом. Протест

глобален и теперь охватывает почти все круги общества, являясь предпосылкой социальных трансформаций. Однако, по нашему мнению, у протеста имеется ряд особенностей. Во-первых, следует зафиксировать привычный российский централизм: высокая концентрация социально-экономических и политических сил в Москве и Санкт-Петербурге детерминирует то, что импульсы протестной активности расходятся из столиц в регионы, которые, в свою очередь, также участвуют в движении, отправляя приверженцев оппозиции или действующей власти.

Во-вторых, отсутствует единство между протестующими. Аксиологическая дистанция между «несистемной оппозицией», репрезентирующей интересы и ценности средних слоев, и народными кругами очень велика, и в ее лозунгах не учитывается разнородность протеста: жители провинции имеют совершенно иные интенции сознания, чем столичные обитатели, они подвержены «региональному радикализму» – рессентиментным настроениям, вызванным социально-психологическим дискомфортом, депривацией и фрустрацией.

В-третьих, исследование показывает, что сегодня в России сложились два протеста: «протест сытых», неудовлетворенных ограничением своего поступательного потенциала, и «протест голодных», ищущих пути выживания. Авторитарный патернализм не будет идеальным решением с субъективной точки зрения сословия москвичей или петербуржцев, занимающих высшее место в территориальном профиле сословной иерархии. В свою очередь, он может быть легко принят в провинции, жители которой могут оказаться в эксклюзивном положении в случае гипотетической победы более состоятельных сограждан.

В целом, рассматривая человека современной России как носителя неких ценностей в целом, необходимо отметить, что рождается «одномерный человек», воспитанный в своем социокультурном мире и неспособный воспринять иную точку зрения, слабо интегрированный в процессы общественной жизнедеятельности и, в конечном счете, не самостоятельный, беззащитный перед государственной машиной, перед которой, как ни парадоксально, наивно преклоняется. Характеризовать его как гражданина не приходится. С философской точки зрения это означает очередную экстерниоризацию человеческой природы, признание сильного государства как высшей ценности. Латентно здесь раскрывается массовая экспектация империи – универсального царства бога на земле, отчуждающего от личности ее свободу, достоинство и самосознание, но предлагающего взамен безопасность и со-

причастность великим делам.

Выход из кризиса возможен только посредством конструирования новой аксиологической структуры – определения набора общезначимых ценностей, несущих интегративный и творческий потенциал для ключевых общественных групп, и институтов, которые смогут продуцировать, распространять и поддерживать эти идеалы. Ценности гражданственности, патриотизма, социальной справедливости и др. должны войти в ядро ценностно-нормативной структуры и поднять на качественно новый уровень личность россиянина.

Литература:

1. Андрееenkova A.B. Материалистические / постматериалистические ценности в России // Социологические исследования, 1994, № 11. – С. 73-81.
2. Бердяев Н.А. Русская идея. – М. АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. – 286 с.
3. Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации (социологический анализ). – М.: Российская политическая энциклопедия, 2000. – 384 с.
4. Зиновьев А.А. Русская трагедия. – М.: Эксмо, Алгоритм, 2008. – 608 с.
5. Лапин Н.И. Кластеры базовых ценностей населения регионов России // Социологические исследования. 2010. № 1. – С. 28-36.
6. Лапин Н.И., Беяева Л.А., Наумова Н.Ф., Здравомыслов А.Г. Динамика ценностей населения реформируемой России. – М.: УРСС, 1996. – С. 57-67.
7. Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности россиян и других европейцев (по материалам опросов 2008 года) // Вопросы экономики, 2010, №12. – С. 107-130.
8. Пантин В.И, Лапкин В.В. Ценностные ориентации россиян в 90-е годы // Pro et Contra, 1999, Т. 4, № 2. – С. 144-160.
9. Подберезкин А.И. Русский путь. – М.: Изд-во РАУ-Университет, 1999. – 592 с.
10. Тощенко Ж.Т. О парадоксах общественного сознания // Социологические исследования, 1995, № 11. – С. 3-11.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОТНОШЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ЗДОРОВОМУ ОБРАЗУ ЖИЗНИ И ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИМ

М.А. Федосеева – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник НОЦ «Теоретическая и прикладная социология» ФГБОУ ВПО «Государственный университет – УНПК»,
e-mail: fedoseevama@mail.ru

Аннотация: В статье представлены результаты социологического исследования отношения студенческой молодежи к здоровому образу жизни и его составляющим. Исследуются отношение молодых людей к здоровому образу жизни, состояние их здоровья, уровень информированности по вопросам сохранения здоровья, основные факторы, угрожающие здоровью, структура свободного времени.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, структура свободного времени, студенческая молодежь, социологический анализ

Annotation: The results of the sociological study of attitudes of students towards a healthy way of life and its components are presented in the article. The relationship of young people to the healthy way of life, their health status, the level of awareness regarding the preservation of health, basic health threats, the structure of the free time are investigated.

Key words: healthy way of life, structure of free time, students, sociological analysis

Современные условия характеризуются возрастанием и изменением нагрузок на организм человека в связи с усложнением общественной жизни, увеличением рисков техногенного, экологического, психологического и другого характера. Все это потенциально может привести к негативным сдвигам в состоянии здоровья человека, поэтому особенно важным становится забота о его сохранении и укреплении, в том числе посредством следования концепции здорового образа жизни.

Здоровый образ жизни (ЗОЖ) это образ жизни отдельного человека, направленный на профилактику болезней и укрепление здоровья [1]. Также ЗОЖ – это концепция жизнедеятельности человека, направленная на улучшение и сохранение здоровья с помощью соответствующего питания, физической подготовки, морального настроения и отказа от вредных привычек. Такой рациональный образ жизни способствует гармоничному развитию личности, оптимальному сочета-

нию физических и духовных интересов, возможностей человека, рачительному использованию его резервов [2].

Формирование здорового образа жизни у учащихся, формирование ценностных ориентаций молодых людей на здоровый образ жизни, организация здорового образа жизни студентов являются важными составляющими воспитательной работы в учебных заведениях. Не является исключением и ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», предоставляющий студентам разнообразные возможности для укрепления и поддержания своего здоровья, для сохранения физической активности и бодрости.

Возникает закономерный вопрос: можно ли говорить, что идея здорового образа жизни вошла в повседневную практику учащихся вуза? Об этом можно судить по различным показателям, в том числе на основе данных социологических исследований.

Социологическое исследование отношения студенческой молодежи к здоровому образу жизни и его составляющим проведено весной 2014 г. Методом сбора эмпирических данных являлся групповой анкетный опрос студентов. Всего был опрошен 1801 студент ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», из них 53,5% мужчин и 46,5% женщин. Статистическая обработка данных осуществлялась с использованием программы SPSS.

Согласно полученным данным только 6,5% опрошенных студентов безразлично относятся к идее здорового образа жизни. Привлекательной данная идея оказывается для подавляющего большинства молодых людей (91,9%). Однако привлекательность самой идеи здорового образа жизни еще не означает, что студенческая молодежь в своей повседневной практике сделало здоровый образ жизни нормой. Немногим более половины респондентов (51,5%) стараются вести здоровый образ жизни. Причем среди них девушек оказалось больше, чем юношей (соответственно 54,0% и 49,3%), т.е. можно сказать, что когда речь заходит о практических действиях, девушки проявляют себя активнее юношей.

40,4% респондентов при положительном отношении к ЗОЖ не всегда ему следуют. Не постоянно соблюдают правила здорового образа жизни 38,9% юношей и 42,1% девушек. Юноши в три раза чаще, чем девушки демонстрируют безразличие к идее здорового образа жизни (9,4% и 3,1% соответственно).

Забота о состоянии здоровья является непосредственной обязанностью каждого человека. Среди факторов, влияющих на здоровье, выделяются: генетические, состояние окружающей среды, медицинское обеспечение, а также условия и образ жизни людей, причем по-

следний из факторов является одним из наиболее значимых. Игнорирование же основных составляющих здорового образа жизни, как то: наличие вредных привычек, недостаточная двигательная активность, неправильное питание, стрессы может выступать одной из причин ухудшения здоровья. По мнению ряда экспертов, студенческая среда может способствовать распространению образа жизни отличного от здорового, что может сказаться на здоровье молодого поколения. Как показало исследование, практически каждый десятый студент вуза может похвастаться отменным здоровьем, около половины респондентов характеризуют свое здоровье как хорошее (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка студентами состояния своего здоровья, %

Оценки	
Отличное, никогда не болеют	11,1
Хорошее, болеют не чаще 1 раза в год	48,9
Среднее, болеют не больше 2-х раз в год	32,6
Плохое, болеют 3 раза в год и чаще	7,4

Самооценка здоровья коррелирует с полом респондентов. Юноши более позитивны в оценках своего здоровья – они чаще девушек оценивают его как отличное и хорошее (рисунок 1). При этом девушки болеют несколько чаще юношей. Такое положение дел является довольно тревожным, поскольку состояние здоровья молодых женщин сопряжено с их репродуктивной функцией.

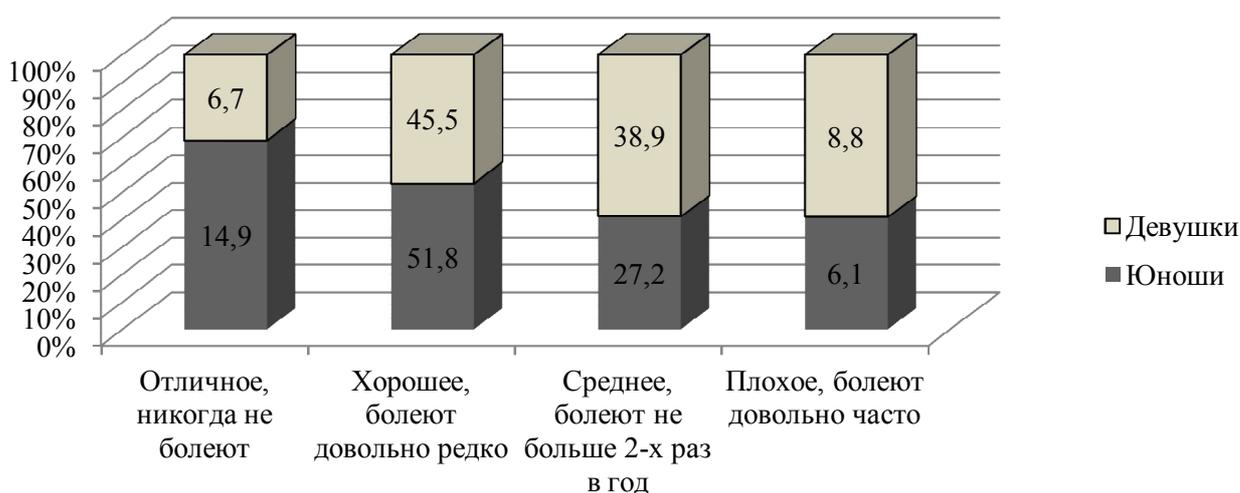


Рисунок 1 - Оценка состояния своего здоровья юношами и девушками, %

Еще один фактор, влияющий на состояние здоровья, - материальное положение семьи. Хотя высокие доходы и не являются залогом хорошего здоровья, они могут обеспечить определенный набор благ,

Исследование социологических центров города Орла

способствующих его сохранению. Как показало исследование, чем хуже материальное положение семьи, тем больше в таких семьях студентов, имеющих определенные отклонения в состоянии здоровья (таблица 2). Такие группы риска требуют целого комплекса мер, способствующих их адаптации к физическим и умственным нагрузкам в вузе, как например контроль состояния их здоровья, питания, режима жизнедеятельности и др.

Таблица 2 – Взаимосвязь состояния здоровья студентов с материальным статусом семьи, %

Материальное положение семьи	Состояние здоровья			
	Отличное, никогда не болеют	Хорошее, болеют довольно редко	Среднее, болеют не больше 2-х раз в год	Плохое, болеют довольно часто
Очень хорошее	27,0	51,8	14,2	7,1
Хорошее	10,2	54,6	30,2	5,0
Удовлетворительное	8,5	42,4	40,3	8,8
Плохое	14,3	25,0	41,1	19,6
Очень плохое	15,0	15,0	25,0	45,0

Положительные оценки своего здоровья сегодня не означают, что его состояние останется на прежнем уровне спустя какое-то время, поэтому уже в юности важно понять, что нужно делать, каких правил придерживаться, чтобы сохранить свое здоровье в полном порядке на долгие годы. Наряду с другими источниками неопределимую помощь в сохранении и укреплении здоровья, а также формировании культуры здоровья может оказать соответствующая информация, в том числе практический материал, содержащий конкретные приемы и упражнения, методики и рекомендации. Но есть ли потребность у современной молодежи в получении этих знаний?

Как показало исследование, большая часть опрошенных студентов считает, что имеет информацию по вопросам сохранения здоровья в достаточном объеме (рисунок 2). Каждый четвертый опрошенный понимает, что имеющаяся у него информация о способах сохранения здоровья не достаточна, и потому хотел бы ее расширить. Такая потребность студентов, несомненно, должна быть удовлетворена за счет создания необходимых условий в вузе.

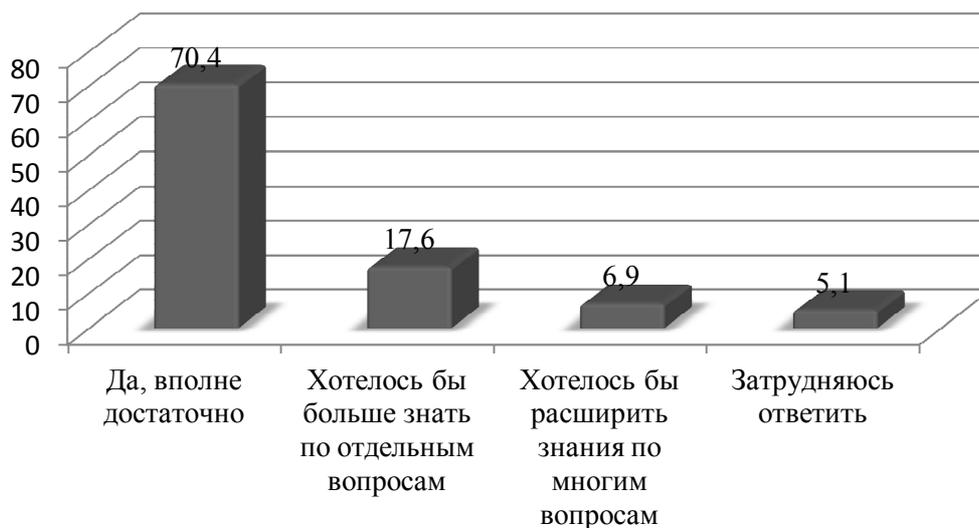


Рисунок 2 – Ответы на вопрос: «Достаточно ли Вы информированы по вопросам сохранения здоровья?», %

Респонденты-девушки несколько чаще, чем юноши, понимают, что имеющаяся у них информация о способах сохранения здоровья не достаточна, и потому хотели бы ее расширить по ряду вопросов.

Как показал опрос, существует определенная связь между потребностью в получении информации по вопросам сохранения здоровья и курсом обучения. По мере взросления студентов потребность быть более информированными по вопросам сохранения здоровья возрастает, причем именно среди четверокурсников больше всего тех, кто ощущает нехватку знаний в этой сфере по многим положениям.

Как показало социологическое исследование, орловские студенты, оценивая угрозы здоровью молодежи, вызываемые вредными привычками, наибольшую опасность видят в распространении наркотиков (рисунок 3). В этом убеждены 42,3% респондентов. Оценка негативного влияния других вредных привычек значительно уступает наркотизации. 23,5% респондентов считают главной опасностью алкоголизм, 13,8% - табакокурение.

Число адекватно оценивающих пагубную роль наркотиков в группе юношей несколько больше, чем в группе девушек. При этом девушки более реалистично, нежели юноши, расценивают угрозы, связанные с распространением алкоголизма.

Обобщенный фактор «другое» занимает третье место (20,3%). Сюда входят и все вредные привычки вместе, и некоторые зависимости, связанные с использованием новых технологий. В этой группе особенно остро чувствуется определенное «веяние времени», ведь

Исследование социологических центров города Орла

наряду с уже известными алкогольной, наркотической и табачной зависимостью молодые люди относят в эту группу интернет-зависимость, игроманию и даже фактор несколько иного порядка – мораль. Нельзя не заметить, что последний из указанных факторов касается нравственного здоровья современного общества, о состоянии которого в последнее время много говорится на площадках разного уровня. В этих условиях задачей современного учебного заведения является обеспечение нравственного здоровья подрастающего поколения. В процессе нравственного становления молодые люди учатся осознавать свои действия и поступки, задумываются над тем, каков моральный смысл их решений и поступков, что помогает им избегать пагубного влияния негативных процессов современного общества, проявляющихся в росте преступности, распространении социально обусловленных болезней: алкоголизма, ВИЧ-инфекции, туберкулеза, наркомании и других [3].

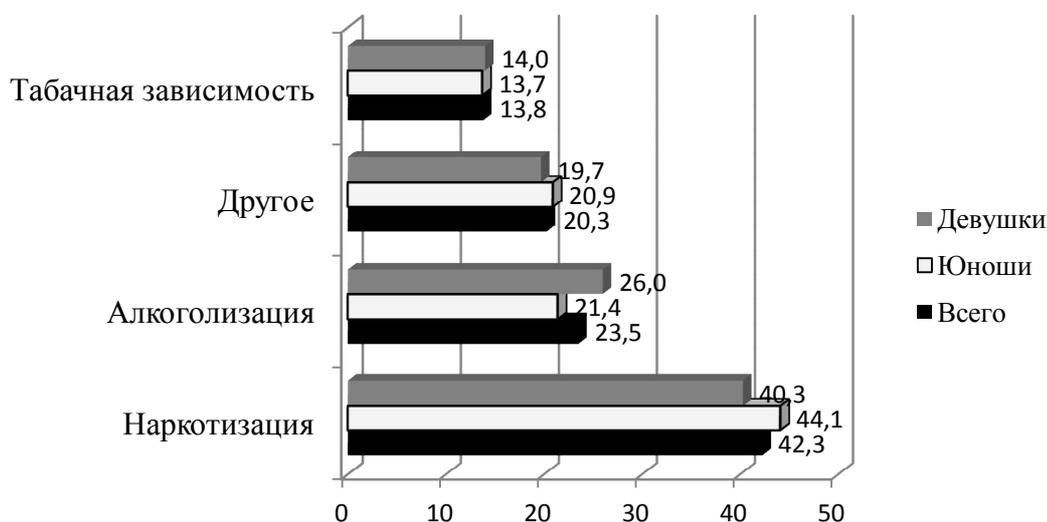


Рисунок 3 – Распределение мнений учащихся о факторах, угрожающих здоровью молодежи, %

Рассмотрим еще одну составляющую, характеризующую образ жизни студенческой молодежи, – свободное времяпрепровождение. Свободное время – это время, которое человек может посвятить своим интересам, любимым занятиям, способствующим развитию его личностного потенциала, расширению кругозора и самореализации. Однако его нерациональное использование может привести к ряду проблем, т.к. в свободное время ослабляется институциональное давление на личность молодого человека, видны изменения всей системы ценностных ориентаций. Молодые люди становятся более уязвимыми к воздействию негативных тенденций, складывающихся в пе-

риод свободного времени. Вышеперечисленные обстоятельства актуализируют необходимость изучения свободного времени студентов.

Данные, приведенные в таблице 3, показывают, что количество свободного времени большей части студентов сосредоточено в интервале 3-4 часов.

Таблица 3 - Распределение количества часов свободного от учебы времени студентов

Количество свободного времени в день	%
меньше часа	11,7
1-2 часа	26,5
3-4 часа	34,5
5-6 часов	16,0
более 6 часов	11,3

Девушки преобладают в группах студентов, имеющих 1-2 часа или 3-4 часа свободного времени, а юноши – в группах, имеющих минимум или максимум свободного времени (рисунок 4).

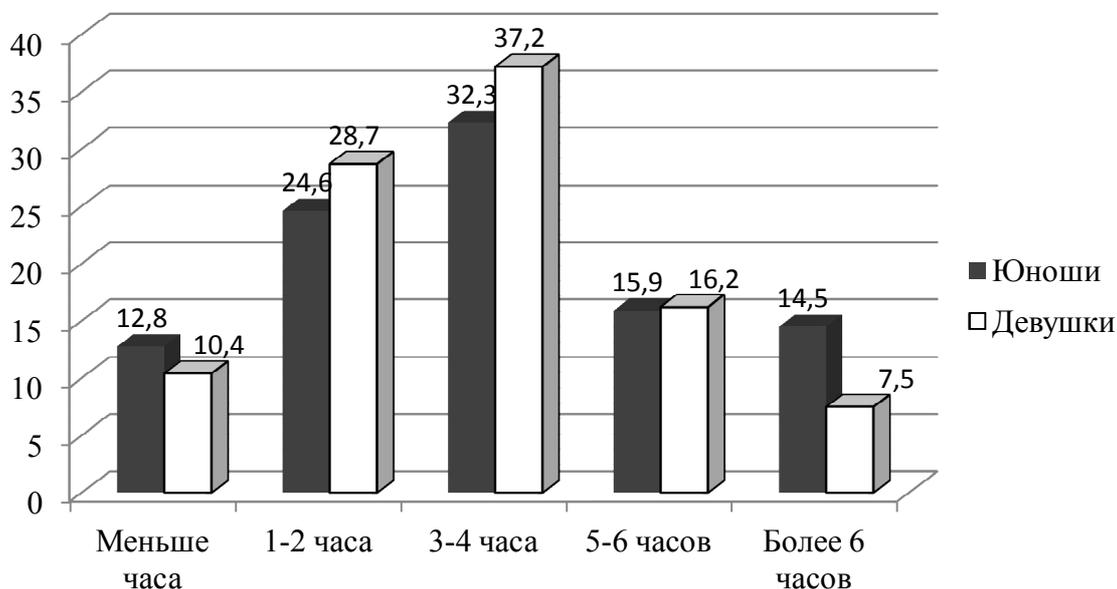


Рисунок 4 – Наличие свободного времени у юношей и девушек, %

Объем свободного времени учащихся связан с их курсом обучения. Студенты старших курсов реже встречаются среди тех, кто имеет 5-6 часов или более 6 часов свободного времени (таблица 4).

Таблица 4 – Наличие свободного времени у студентов различного курса обучения, %

Курс обучения	Меньше часа	1-2 часа	3-4 часа	5-6 часов	Более 6 часов
Первый	12,3	24,5	36,3	16,4	10,5
Второй	9,6	23,6	33,2	20,4	13,3
Третий	12,2	29,5	32,5	14,3	11,5
Четвертый	12,8	32,0	36,1	10,0	9,1

Место проживания студентов (в семье или отдельно) также оказывает влияние на объем свободного времени молодых людей (таблица 5). Среди тех, кто имеет более шести часов свободного времени, больше студентов, проживающих совместно с родителями. Скорее всего, это связано с тем, что данная группа имеет меньше домашних обязанностей по сравнению с другими категориями, на плечи которых ложится уборка, приготовление пищи и другие вещи.

Таблица 5 – Наличие свободного времени у студентов проживающих вместе или отдельно от родителей, %

Место проживания	Меньше часа	1-2 часа	3-4 часа	5-6 часов	Более 6 часов
В семье с родителями	12,4	26,6	33,1	15,8	12,1
Отдельно от родителей	11,3	26,0	36,6	16,0	10,1
В общежитии	9,1	27,3	35,9	17,2	10,5

Структура свободного времени студентов включает в себя несколько компонентов. Как следует из таблицы 6, основными занятиями студентов являются встречи с друзьями и «путешествие по просторам Интернета», т.е. в основе досуговой активности определенной доли орловской молодежи в основном заложен гедонистический компонент, направленный на сиюминутные удовольствия и развлечения.

Однако интересы и пристрастия молодого поколения отнюдь не замыкаются на одних лишь развлечениях. 35,5% опрошенных в свободное время занимаются домашними делами. Такие формы заполнения свободного времени как чтение, хобби, занятия в спортивной секции, клубе, также сохраняют свою значимость и сегодня.

Таблица 6 – Структура свободного времени студентов, %

Основные занятия	
Проводят время с друзьями	47,5
Преимущественно «сидят в Интернете»	44,8
Занимаются домашними делами	35,5
Читают книги	27,8
Занимаются в спортивной секции, клубе	27,4
Занимаются своим хобби	24,5
Пытаются подработать	17,1
Занимаются в творческом клубе, студии	6,5
Спят	1,9

Обращает на себя внимание тот факт, что число студентов, занимающихся в творческом клубе, студии незначительно, что свидетельствует об отсутствии у молодежи целенаправленной активности в развитии своих индивидуальных способностей. Отсутствие данной активности может объясняться разными причинами, например, несформированностью потребности в целостном развитии личности, отсутствием возможностей реализовать творческие склонности, социальной невостребованностью многообразных талантов молодого человека.

Гендерный аспект занятий студентов в свободное время позволяет провести сравнительный анализ различий в приоритетах юношей и девушек (таблица 7).

Таблица 7 – Структура свободного времени юношей и девушек, %

Основные занятия	Юноши	Девушки
Проводят время с друзьями	45,4	49,9
Преимущественно «сидят в Интернете»	44,1	45,5
Занимаются в спортивной секции, клубе	32,8	21,1
Занимаются своим хобби	28,2	20,3
Занимаются домашними делами	22,2	50,8
Читают книги	20,5	36,2
Пытаются подработать	20,1	13,6
Занимаются в творческом клубе, студии	5,1	8,1
Спят	0,9	3,0

У юношей на первом месте находится проведение времени с друзьями, на втором – интернет. Занятия в спортивной секции занимают третью позицию, причем количество юношей, занимающихся спортом существенно – сегодня это каждый третий студент.

Структура свободного времени девушек выглядит следующим образом: первое место занимает занятие домашними делами, затем следуют общение с друзьями, интернет и чтение книг.

Итак, структура свободного времени студентов гендерно предопределена. Об этом говорят, например, большая вовлеченность девушек в домашнее хозяйство и чтение книг, а юношей – в занятия спортом и подработками.

Большая вовлеченность в подработки характерна и для студентов старших курсов, т.е. количество их свободного времени, сокращается в связи с повышением ответственности за будущую карьеру.

Материальное положение семьи также оказывает влияние на содержание его досуга. У выходцев из семей с хорошим и очень хорошим, а также очень плохим материальным положением, такой тип внедомашнего досуга как встречи с друзьями занимает первое место. А у студентов с удовлетворительным и плохим достатком на первом месте оказывается использование Интернета. В свою очередь, студенты с плохим материальным положением чаще других заменяют полноценный отдых работой.

Таким образом, главным фактором, определяющим специфику и качество свободного времени студентов в целом, является направленность его досуговой активности [4]. В зависимости от того, проводит человек свое свободное время дома или вне его, может ли позволить себе заплатить за собственный отдых и развлечения или довольствуется тем, что общедоступно – и зависит тип избираемого им досуга.

Литература

1. http://ru.wikipedia.org/wiki/Здоровыйобраз_жизни
2. Книга о здоровье: сборник / сост.: Ю.В. Махотин, О.В. Карева, Т.Н. Лосева. Под ред. Ю. П. Лисицына. – М.: Медицина, 1988.
3. Михайлов Д.Ю. Нравственное здоровье в системе этического образования // Здравый смысл. – Октябрь 2011. – № 4 (61) – Март 2012. – № 1 (62).
4. Молодежь новой России: ценностные приоритеты: аналитический доклад Института социологии РАН. М., 2007.
5. Уварова В.И. Здоровый образ жизни и вредные привычки школьников (по материалам мониторингового исследования) // Бюллетень региональных социологических исследований – 2011 – № 5 (9) – С. 5 – 32.

**ИЗУЧЕНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ КОМПОНЕНТОВ
СТУДЕНЧЕСКОЙ ЖИЗНИ МЕТОДОМ
МАТЕМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

О.С. Никитенко – кандидат технических наук, ведущий научный сотрудник НОЦ «Теоретическая и практическая социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»,
e-mail: lavanda777@bk.ru

Аннотация: Статья посвящена анализу взаимосвязи компонентов студенческой жизни в университете. Приведены результаты математического анализа, описаны получившиеся группы студентов.

Ключевые слова: студенческая молодежь, компоненты, математический анализ, социологический анализ, активность.

Annotation: The article is devoted to the analysis of the relationship of the components of student life at the university. Results of the mathematical analysis are given; the turned-out groups of students are described.

Keywords: youth students, components, mathematical analysis, sociological analysis, activity.

Сегодня многие стремятся получить высшее образование, поступают в университеты, академии и прочие высшие учебные заведения, которые наряду с профессиональными знаниями, умениями и навыками, предлагают студенту реализоваться в различных сферах и раскрыть свои таланты. После поступления в ВУЗ студентов информируют о различных мероприятиях университета, тем самым вовлекая их в студенческую жизнь уже с первого курса. Также в любом ВУЗе созданы специальные группы студенческого актива, целью которых является разработка и проведение мероприятий.

ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК» не стал исключением. Управление университетом организовано таким образом, чтобы студенты имели возможность принимать участие в большом числе мероприятий. Для этого в университете имеется хорошая материально-техническая база. Создана группа студенческого актива, которая разрабатывает и проводит различные мероприятия в университете, охватывающие все сферы студенческой жизни: от профессиональных до спортивных, связанных со здоровым образом жизни (ЗОЖ).

Важной частью проводимых мероприятий в университете является информирование студентов: из официальных источников (сайт университета, факультета, куратор группы), объявлений на стендах, социальных сетей и от студенческого актива. Весь этот комплекс позволяет привлечь больше студентов к различным мероприятиям в качестве зрителей или участников. От информирования зависит активность участия студентов, что в свою очередь будет влиять на их компетенции и ЗОЖ.

В ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК» в 2012-2013 гг. реализовывалась Программа развития студенческого самоуправления. В ходе Программы необходимо было выяснить, насколько активно студенты принимают участие в жизни университета, и каким образом можно усовершенствовать созданную систему студенческого самоуправления. В программе рассматривались вопросы, связанные с информированием студентов, их профессиональной деятельностью, социальной активностью и ЗОЖ.

Сотрудниками НОЦ «Теоретическая и прикладная социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК» в этот же период проводился социологический мониторинг хода реализации Программы развития студенческого самоуправления Госуниверситета-УНПК. Методом сбора эмпирических данных являлся групповой анкетный опрос студентов. Всего было опрошено 594 респондента, из них 49,5 % мужчин и 50,5 % женщин.

Полученные данные были проанализированы социологическими и математическими методами (частотный и факторный анализы). Для анализа были выбраны следующие показатели:

- уровень информационного обеспечения студенческой молодежи в университете;
- уровень социальной активности студенческой молодежи;
- уровень профессиональных компетенций студенческой молодежи;
- уровень здорового образа жизни студенческой молодежи.

Анализ предполагал выявить типы групп студентов по каждому из выбранных показателей в зависимости от их активности и информированности в студенческой жизни.

Обратимся к анализу каждого из выбранных показателей более подробно.

Уровень информационного обеспечения студенческой молодежи в университете

Уровень информированности студентов рассматривался как необходимая основа для успешного проведения всех мероприятий в университете. Для этого анализировались ответы на вопрос «В какой степени Вы информированы о событиях, происходящих в университете?». Выяснилось, что распределение ответов нормальное.

Далее из анкеты были выбраны все вопросы, связанные с информированностью студентов о мероприятиях, проводимых в университете. Коррелируемость выбранных показателей (вопросов) дает возможность эффективно снизить размерность представленных данных факторным анализом [1]. Графическое представление факторного анализа методом вращения Варимакс представлено на рисунке 1.

Расположение всех факторов позволяет выполнить их двухмерную классификацию по активности и информированности о событиях, происходящих в университете.

Как видно из рисунка 1, выделяется три группы студентов:

- Хорошо информированные и активные участники.
- Хорошо информированные и малоактивные участники.
- Плохо информированные и малоактивные участники.

К первой группе относятся те студенты, которые хорошо и оперативно информированы о событиях в университете, иногда пользуются социальными сетями, о праздниках и конкурсах узнают с сайта факультета и от куратора. Эти студенты оперативно получают информацию, как из социальных сетей, так и с сайта факультета/института.

Среди таких студентов больше всего тех, кто выбрал техническую специальность. Это можно объяснить большим количеством технических специальностей в университете и тем, что университет изначально создавался как технический ВУЗ, поэтому до сих пор в Госуниверситет-УНПК данным специальностям уделяется особое внимание.

К этой группе относится также студенческий актив - студенты, которые регулярно занимаются наукой и участвуют в профессиональных мероприятиях. Их необходимо поддерживать, помогать им в привлечении молодежи к различным мероприятиям университета, разрабатывать новые формы мероприятий, а также следить за современными тенденциями общества, чтобы информировать студентов наиболее удобными и доступными для них методами и средствами.

Вторая группа – студенты, которые хорошо, но не всегда оперативно информированы о мероприятиях, что приводит к меньшей активности. Это проявляется в том, что, несмотря на информированность, о ряде мероприятий студенты узнают только во время их проведения, а о спортивных мероприятиях информированы недостаточно. Они не всегда участвуют в мероприятиях университета, а в некоторых из них выступают лишь в качестве зрителей.

С этой категорией студентов необходимо работать и больше заинтересовывать, чтобы они выступали не только как информированные студенты и зрители, но и принимали сами активное участие в мероприятиях. Но с другой стороны их активность не должна повлиять на ухудшение учебы и не снизить их успеваемость.

Третья группа – это студенты, которые плохо информированы о мероприятиях университета и малоактивны. У них наблюдается некоторое запаздывание получения информации. Например, в социальных сетях такие студенты получают информацию уже во время мероприятия. Эти студенты обособлены, у них свои интересы. К таким студентам необходим индивидуальный подход.

Уровень социальной активности студенческой молодежи

Информированность студентов сильно влияет на их активность в мероприятиях университета. Поэтому следующим из анализируемых параметров была выбрана социальная активность.

Анализ уровня социальной активности студентов проводился аналогичным образом. Ответы на вопрос «Как часто Вы принимаете участие в общественной жизни университета» распределены нормально. Затем были выбраны все вопросы, связанные с социальной активностью студентов. Коррелируемость выбранных показателей дает возможность эффективно снизить размерность представленных данных факторным анализом [1]. Графическое представление факторного анализа методом вращения Варимакс представлено на рисунке 2.

Расположение всех факторов позволяет выполнить их двухмерную классификацию по активности и информированности о мероприятиях, проводимых в университете.

Как видно из рисунка 2, выделяется четыре группы студентов:

- Активные участники общественной жизни университета, недостаточно хорошо информированные о мероприятиях университета.
- Активные участники праздников, хорошо информированные о мероприятиях университета.

Исследование социологических центров города Орла

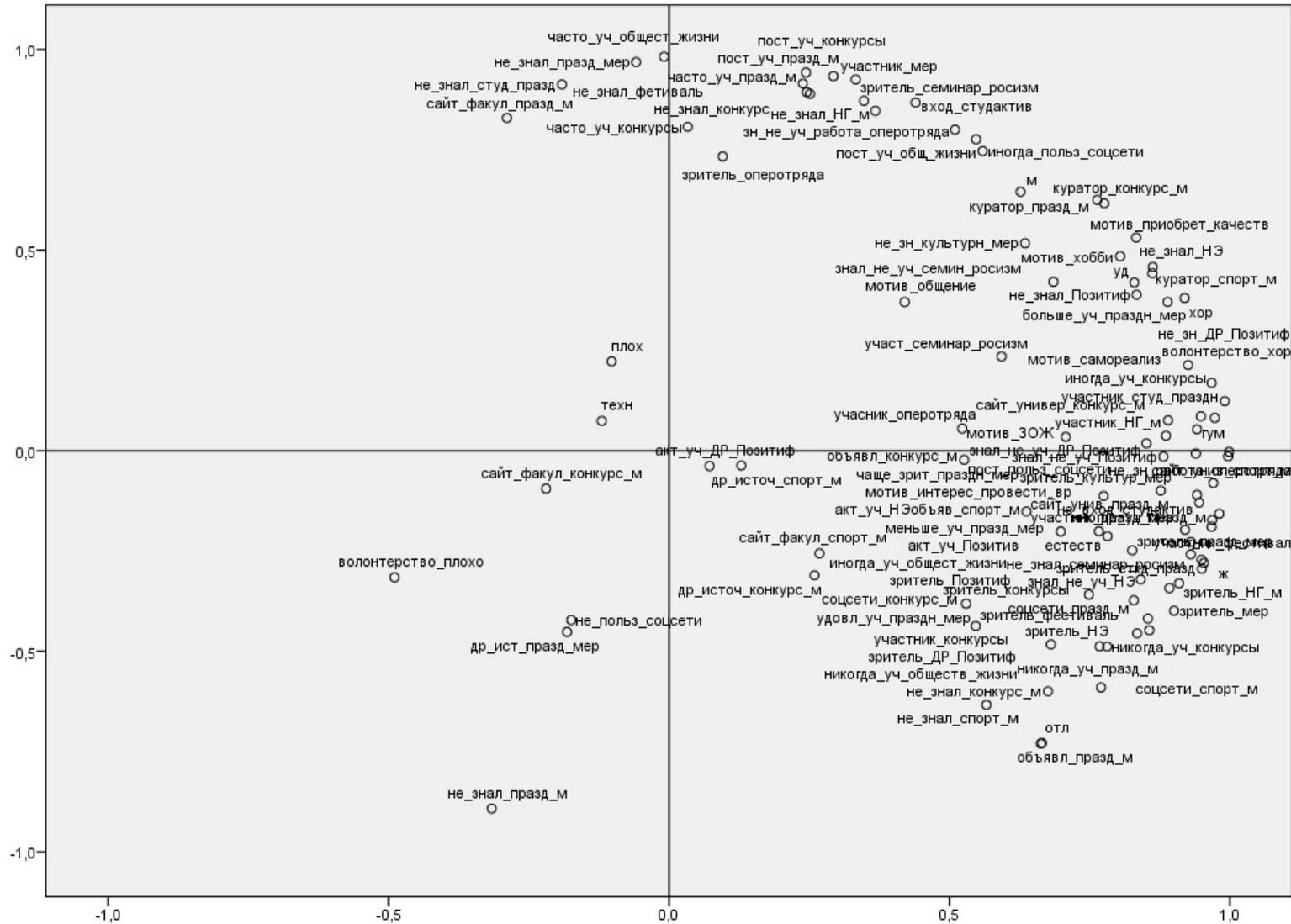


Рисунок 2 - Графическое представление факторного анализа социальной активности студентов методом вращения Варимакс

- Хорошо информированные зрители мероприятий университета.
- Неактивные, плохо информированные участники.

Первая группа студентов – это те, которые не всегда хорошо информированы о происходящих в университете мероприятиях, но несмотря на это достаточно активно участвуют в студенческой жизни. Эта часть студентов, с которой необходимо работать и повышать уровень их информированности. Они готовы присоединиться к активу студентов в праздничных мероприятиях и конкурсах при достаточной информированности.

Ко второй группе относится студенческий актив - студенты, которые проявляют себя во всех мероприятиях университета (конкурсы, праздники, профессиональные мероприятия, волонтерство, спортивные соревнования и пр.) и достаточно хорошо информированы о них. Участвуя в мероприятиях, они самореализуются, расширяют свой круг общения, занимаются любимым делом (хобби), соблюдают здоровый образ жизни. Это активисты, которые хотят постоянно участвовать и больше вовлекаться в различные мероприятия. Такие студенты являются ядром, который может и должен вовлекать новых студентов в свою орбиту.

Кроме этого необходимо учитывать, что профком студентов разрабатывает больше развлекательные и творческие мероприятия, в отличие от научных мероприятий, и хорошо о них информирует студентов. Необходимо модернизировать мероприятия, делая их более интересными для студентов, где они смогут пообщаться друг с другом, обменяться опытом, как в творчестве, так и в профессиональном плане.

Третья группа – хорошо информированные зрители мероприятий. Несмотря на хорошую информированность этой группы, студенты принимают участие в мероприятиях лишь в качестве зрителей. Основной мотив в этой группе - интересное времяпрепровождение. Здесь необходимо обратить внимание на то, что при информировании студентов необходимо больше их заинтересовывать в мероприятиях, чтобы больше было участников, а не зрителей.

К четвертой группе относятся неактивные студенты, которые не знают о проходящих в университете мероприятиях. Они отрицают волонтерство, как один из видов социальной активности, не используют основные источники информации, в том числе, социальные сети. Эта группа малообщительных, замкнутых студентов, которые не

хотят ни в чем участвовать, не проявляют никакой социальной активности. Тут необходим особый подход, чтобы их заинтересовать и вывести из «самоизоляции». Информировать таких студентов необходимо через официальные и доступные им источники. В работе с ними необходимо найти подходы и методы привлечения, понятные и приемлемые для данной категории студентов.

Уровень профессиональных компетенций студенческой молодежи

Для определения показателя «Уровень профессиональных компетенций студенческой молодежи» анализировались ответы на вопрос «Как Вы считаете, владеете ли Вы знаниями и навыками, соответствующими студенту вашего курса». Частотный анализ показал нормальное распределение ответов на вопрос.

Уровень профессиональных компетенций обучающихся - это многофакторный параметр. Для его определения из анкеты были выбраны все вопросы, связанные с профессиональной компетенцией студентов. Коррелируемость выбранных показателей (вопросов) дает возможность эффективно снизить размерность представленных данных факторным анализом [1]. Графическое представление факторного анализа методом вращения Варимакс представлено на рисунке 3. Полученные результаты согласуются с ранее проведенным аналогичным исследованием, описанным в [2].

Расположение всех факторов позволяет выполнить их двухмерную классификацию по активности и информированности о профессиональных мероприятиях.

Как видно из рисунка 3, выделяется три группы студентов:

- Активно участвующие в профессиональных мероприятиях.
- Редко участвующие в профессиональных мероприятиях.
- Не участвующие в профессиональных мероприятиях.

Первая группа – это актив, т.е. студенты, уже вовлеченные во все научные мероприятия университета, занимающиеся научно-исследовательской работой, участвующие в «Неделе науки». Однако, данная группа, согласно рисунку 3, самая малочисленная, а это значит, что проблема вовлечения студентов в научную деятельность стоит достаточно остро. В связи с этим, необходимо проводить больше профессиональных и научных мероприятий, позволяющих студентам раскрыть свой научный потенциал.

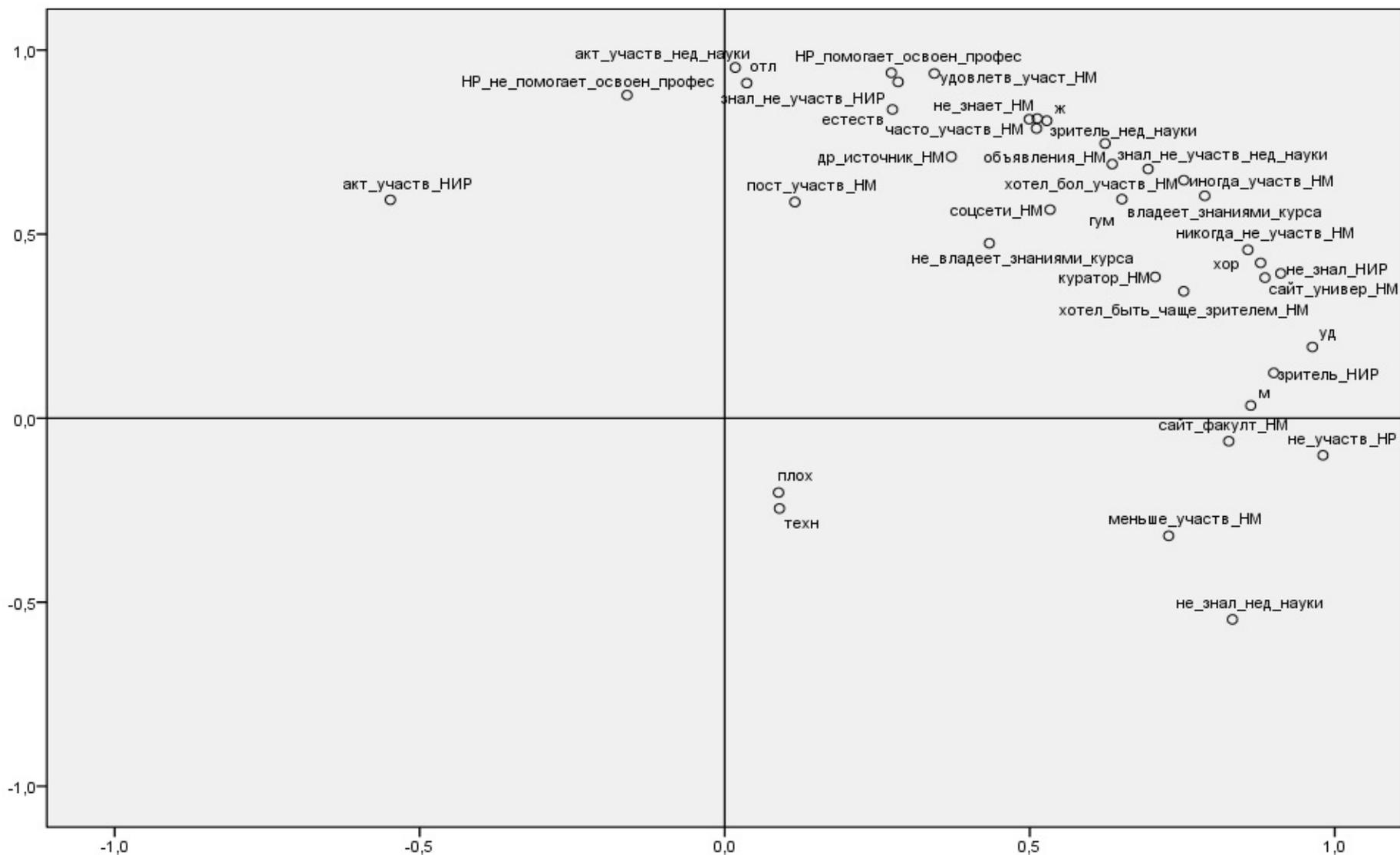


Рисунок 3 - Графическое представление факторного анализа профессиональной компетенции студентов методом вращения Варимакс

Вторая группа - это студенты, у которых аккумулируется информация обо всех научных мероприятиях университета из всевозможных источников (сайт университета и факультета/института, куратор, социальные сети, объявления, др. источников), которые посещают научные мероприятия, как зрители, и редко в них участвуют. Представители этой группы считают, что профессиональные мероприятия помогают в освоении профессии и хотели бы больше участвовать в таких мероприятиях. Эти ребята имеют потенциал для вовлечения их в научную деятельность, но их необходимо мотивировать и заинтересовывать.

Третья группа – это студенты, которые не знают о профессиональных и научных мероприятиях, даже о таком массовом и широко рекламируемом, как «Неделя науки». Представители данной группы не только малоактивны, но даже хотели бы еще меньше участвовать в научных мероприятиях. Данная группа, согласно рисунку 3, немногочисленна. Несмотря на это, необходимо с ними усилить работу. Вероятно, что в ряде случаев неучастие в научных мероприятиях, организуемых в университете, является следствием незнания. Поэтому представителей этой группы необходимо мотивировать к профессиональной деятельности и повысить интерес к научным мероприятиям.

Уровень здорового образа жизни студенческой молодежи

Также анализировался уровень ЗОЖ студентов. Для этого из анкеты были выбраны все вопросы, связанные со здоровым образом жизни студентов. Коррелируемость выбранных показателей дает возможность эффективно снизить размерность представленных данных факторным анализом [1]. Графическое представление факторного анализа методом вращения Варимакс представлено на рисунке 4.

Расположение всех факторов позволяет выполнить их двухмерную классификацию по активности в мероприятиях университета, направленных на ЗОЖ.

Как видно из рисунка 4, выделяется четыре группы студентов:

- Спортсмены, соблюдающие ЗОЖ.
- Активные, соблюдающие ЗОЖ.
- Зрители спортивных мероприятий, не всегда соблюдающие ЗОЖ.
- Обладатели вредных привычек, не соблюдающие ЗОЖ.

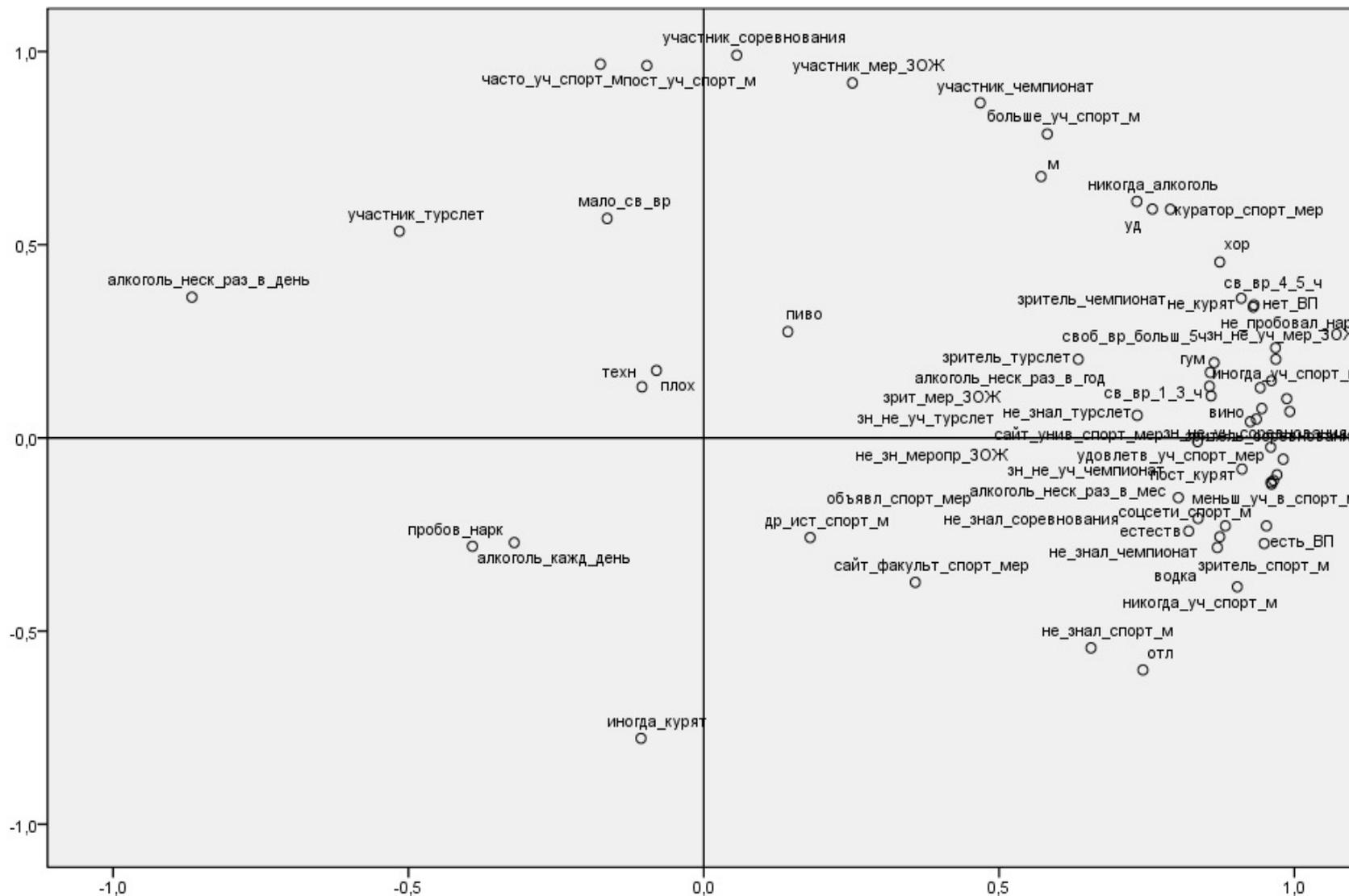


Рисунок 4 - Графическое представление факторного анализа ЗОЖ студентов методом вращения Варимакс

К первой группе относятся участники турслетов, постоянные участники спортивных мероприятий, у которых мало свободного времени. Это люди увлечены спортом, постоянно посещают тренировки, ведут здоровый образ жизни.

Для таких студентов необходимо ввести комплекс мероприятий, гармонизирующий соотношение участия студента в спортивной жизни университета и в обучении. Также необходимо наблюдать за тем, чтобы увлечение спортом не стало помехой в приобретении профессиональных навыков.

Ко второй группе относятся активные студенты с хорошей успеваемостью, которые соблюдают здоровый образ жизни, не пробовали наркотические вещества, не курят. Часть этой группы – зрители чемпионатов, которые хотят больше участвовать в спортивных мероприятиях, в туристических слетах и мероприятиях, направленных на ЗОЖ. У таких студентов есть свободное время, что позволяет им принимать во всем участие.

Для представителей этой группы необходимо разработать мероприятия, которые заинтересуют студентов, и они будут больше участвовать в спортивных мероприятиях, переходя из категории «зритель» в категорию «участник» чемпионатов и соревнований. Данная группа студентов является самой гармоничной в соотношении обучения и участия в спортивных мероприятиях.

Третья группа – зрители спортивных мероприятий, которые не всегда соблюдают ЗОЖ. Эти студенты участвуют в мероприятиях только как зрители и удовлетворены степенью своего участия. Что касается здорового образа жизни, то представители этой группы курят, не редко употребляют алкоголь.

Для таких студентов требуется разработка спортивных мероприятий, которые заинтересуют и увлекут зрителей, и как следствие, пополнят ряды участников спортивных мероприятий.

Четвертая группа – обладатели вредных привычек, не соблюдающие ЗОЖ. Они пробовали наркотические вещества, курят и употребляют алкоголь. Для таких студентов необходимо разработать мероприятия, которые будут им интересны. К этой группе необходим индивидуальный подход в разработке мероприятий по борьбе с вредными привычками.

Благодаря успешному внедрению программы студенческого самоуправления в университете за 2012-2013 гг. было разработано множество мероприятий, направленных на здоровый образ жизни, улучше-

ние профессиональных компетенций и творческий потенциал студенческой молодежи. Определенная часть студентов успешно участвовали в научных мероприятиях и проектах университета.

Очевидно, что студенческая жизнь в ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК» состоит не только из одной учебы. У студентов есть возможность участвовать в профессиональных, спортивных, творческих мероприятиях и конкурсах, направленных на здоровый образ жизни. Информированность – это связующий фактор, который позволяет студентам проявлять активность во всех видах мероприятий. Проведенный анализ выявил достаточно высокий уровень информированности студентов в мероприятиях университета, а с неинформированной частью студенчества необходимо дополнительно работать.

Анализ выявил и достаточно высокую социальную активность студенческой молодежи, показав, что многие в той или иной степени участвуют в проводимых университетом мероприятиях.

Что касается профессиональных компетенций, то выявлены группы студентов, которые информированы и участвуют в профессиональных и научных мероприятиях. Незначительная часть студенческой молодежи малоактивна, поэтому необходимо усилить работу по ее информированию, а также находить индивидуальные подходы и мотивировать студентов к научной и профессиональной деятельности. Возможно, часть мероприятий необходимо модернизировать.

Анализ также показал отношение студентов к ЗОЖ: многие студенты активно участвуют в спортивных мероприятиях и не имеют вредных привычек. При этом незначительная часть студенческой молодежи обладает вредными привычками и не сильно заинтересована в проводимых мероприятиях, направленных на здоровый образ жизни. Это требует индивидуального подхода, чтобы их заинтересовать здоровым образом жизни и мотивировать к его соблюдению.

Несмотря на некоторые выявленные проблемы, они все решаемы. Необходимо больше информировать студентов, модернизировать мероприятия университета, находя некий баланс между профессиональными и развлекательными мероприятиями, а часть профессиональных мероприятий предложить в более удобной для студентов форме (круглый стол, коллоквиум, форум, конференции, студенческие школы) на различных площадках, чтобы студенты смогли общаться, обмениваться опытом и творчеством.

Литература:

1. Бююль А. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей [Текст] / А. Бююль, П. Цефель – СПб.: ООО «ДиаСофтЮП», 2005. – 608 с.
2. Никитенко О.С. Молодежь и наука сквозь призму детерминации профессиональной компетентности студентов (статистический и социологический анализ) [Текст] / Бюллетень региональных социологических исследований. – Орел: Госуниверситет-УНПК, 2012 - №12(16) - С. 18-32.
3. Уварова В.И. Социологический анализ уровня мотивации студентов к профессиональной деятельности [Текст] / Бюллетень региональных социологических исследований. – Орел: Госуниверситет-УНПК, 2013 - №3(19) - С. 5-14.

**ФЕНОМЕН ЯВЛЕНИЯ КИБЕРАДДИКЦИИ В СФЕРЕ
ОН-ЛАЙН ПОКУПОК (НА ПРИМЕРЕ ЖЕНЩИН 18-29 ЛЕТ)**

**В.Г. Каминская – аспирант кафедры «Социология, культурология и политология», научный сотрудник
НОЦ «Теоретическая и практическая социология»
ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»,
e-mail: vladakaminskaya@gmail.com**

Аннотация: Статья посвящена изучению явления кибераддикции (виртуальной зависимости) в сфере покупок с помощью сети Интернет. Социологический анализ основан на субъективной оценке респондентами их уровня виртуальной зависимости, касающейся он-лайн покупок.

Ключевые слова: Интернет, он-лайн покупки, виртуальная зависимость, социологический анализ.

Annotation: The article is devoted to the study of phenomena cyberaddict (virtual addiction) in the sphere of purchases through the Internet. Sociological analysis is based on a subjective assessment by respondents of their level virtual according concerning online purchases.

Keywords: Internet, online shopping, virtual addiction, sociological analysis.

В настоящее время достаточно высокую популярность обрели так называемые он-лайн покупки - покупки с помощью сети Интернет.

Для того чтобы приобрести понравившуюся вещь, больше нет необходимости ехать в магазин, выбирать и сравнивать нужные товары, стоять в очереди для оплаты. Теперь достаточно зайти на понравившийся сайт, создать фильтр для поиска товара из огромного ассортимента (в Интернет - магазинах ассортимент гораздо больше в силу того, что нет необходимости платить арендную плату и прочие издержки, присущие для офф-лайн магазинов). Затем покупку можно сравнить с похожими товарами (практически все он-лайн магазины подразумевают эту функцию), «положить» в корзину и оплатить заказ, выбрав наиболее удобный способ доставки.

Таким образом, человек может заниматься шоппингом, «не вставая с дивана». Очень часто покупки в он-лайн магазинах гораздо более выгодны, и поэтому индивидами овладевает так называемая «виртуальная шопингомания» - стремление в погоне за выгодой и за удовлетворением собственных мимолетных желаний купить как можно больше товаров, в которых, возможно, не было большой необходимости.

В данной статье будут представлены результаты исследования, проведенного посредством группового анкетного он-лайн опроса на сайте anketolog.ru.

Всего опрошено 220 женщин, участниц виртуальной социальной группы, посвященной он-лайн покупкам. Выборка являлась стихийной - опрос был опубликован в данной группе, и ответить на него предлагалось всем желающим, подходящим под условия выборки.

Возраст респондентов составил от 18 до 29 лет, так как целью исследования являлось изучение кибераддикции, в частности, зависимости от он-лайн покупок, в молодежной среде.

Большинство женщин, принявших участие в опросе, старше 25 лет (рисунок 1). Вероятно, это может быть связано с тем фактом, что именно в этом возрасте наступает некая финансовая самостоятельность, и женщина может позволить себе делать он-лайн покупки. Также необходимо помнить о том, что для многих женщин такого рода покупки являются доступным развлечением - к примеру, 1/5 опрошенных - домохозяйки, либо женщины, находящиеся в декретном отпуске (рисунок 2). Постоянные домашние хлопоты накладывают

Исследование социологических центров города Орла

свой отпечаток, и зачастую самым доступным развлечением становится именно он-лайн шоппинг.

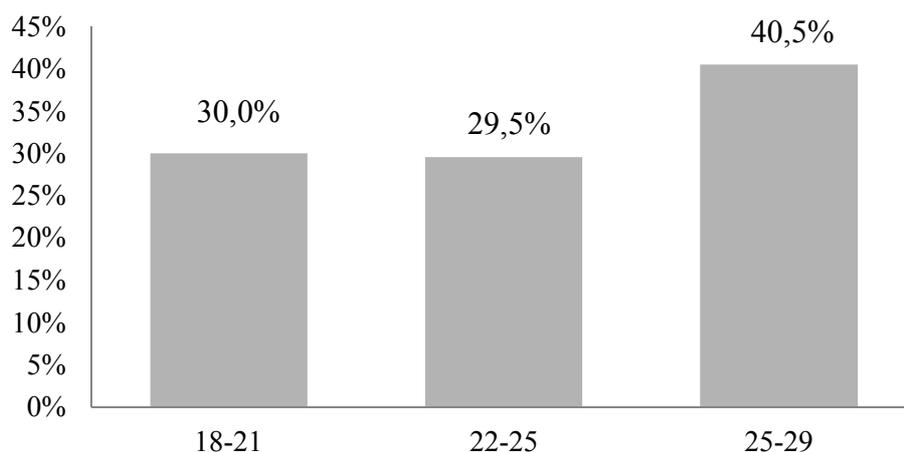


Рисунок 1 - Распределение респондентов по возрасту, %

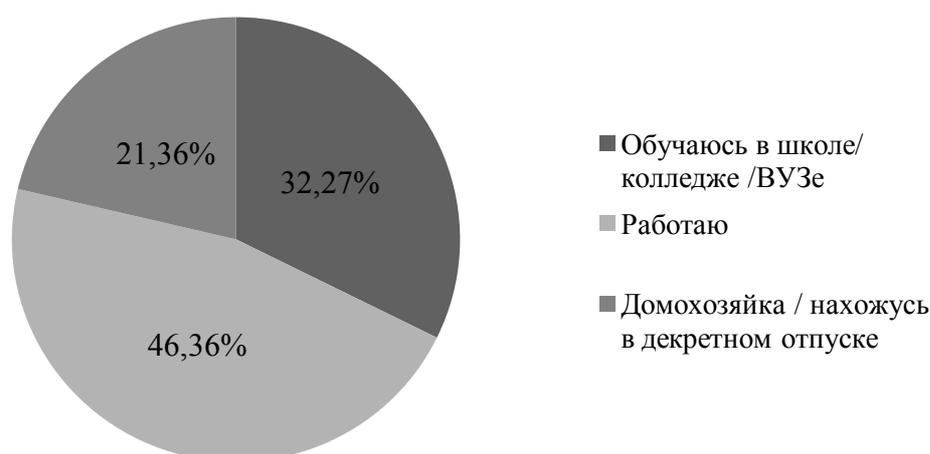


Рисунок 2 - Распределение респондентов по роду занятий, %

Как следует из рисунка 2, большая часть опрошенных - работает, что, в целом, отражает картину распределения респондентов по возрасту.

Далее респондентам был задан вопрос о месте их проживания - ведь зачастую в районных и областных городах нет в наличии необходимых магазинов, и тогда на помощь приходят именно магазины он-лайн.



Рисунок 3 - Распределение респондентов по месту жительства, %

Согласно рисунку 3, большинство респондентов проживает в районных, либо областных центрах, и лишь 1/5 - в крупных городах. Данный факт не удивителен - хотя и уровень компьютеризации в крупных городах выше, однако активных пользователей он-лайн магазинов достаточно много именно в городах районного и областного значения, а также в поселках и деревнях, поскольку именно там ощущается нехватка офф-лайн магазинов с необходимыми товарами, брендами, фирмами.

Одним из главных вопросов, заданных респондентам, был вопрос о том, почему они предпочитают пользоваться услугами он-лайн магазинов. Ответы распределились следующим образом (рисунок 4).

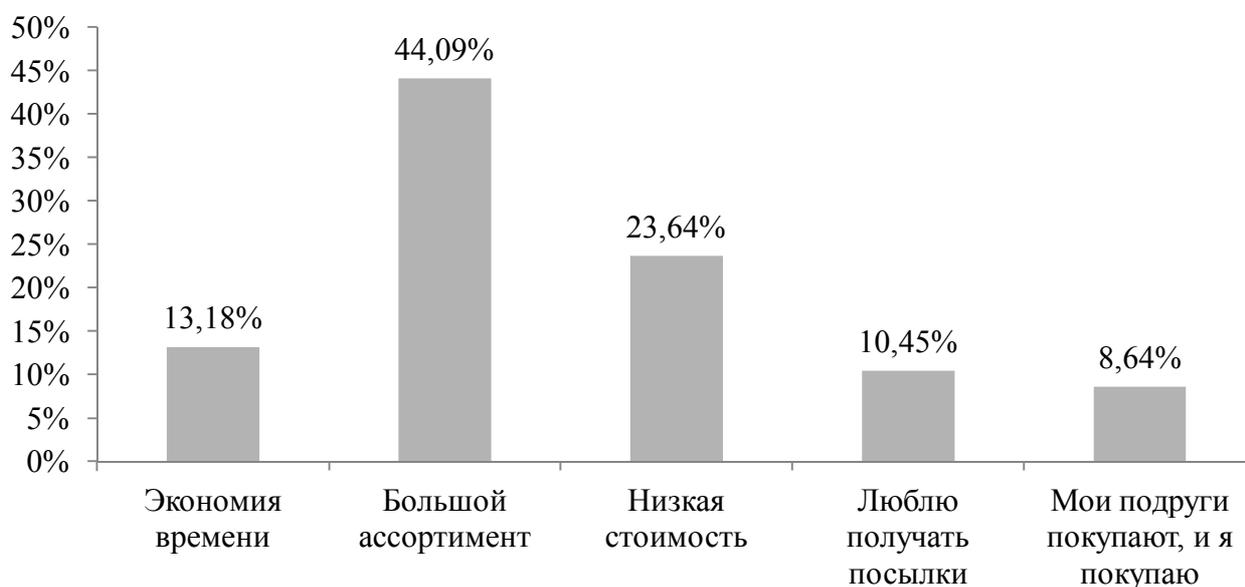


Рисунок 4 - Причина приобретения товаров в он-лайн магазинах, %

Большая часть женщин отметила, что выбирает он-лайн магазины из-за достаточно большого ассортимента, также прозвучали такие ответы, как: экономия времени и низкая стоимость.

Данный вопрос являлся полужакрытым, и поэтому в процессе обработки данных, помимо предложенных вариантов, появился еще один, который звучит так: «мои подруги покупают, и я покупаю». Стоит учитывать, что, поскольку опрос проводился среди женщин от 18 до 29 лет, имеет место быть так называемое «сарафанное радио» - ведь он-лайн покупки сейчас имеют не только торговые площадки, но и многочисленные группы, форумы для обсуждения: там любой человек может поделиться своим потребительским опытом, оставить отзыв о приобретенном товаре. Достаточно часто он-лайн сервисы предлагают написать положительные отзывы на товары, с помощью которых можно заработать «бонусные баллы» - виртуальную валюту он-лайн магазина. Перевести в реальные деньги ее нельзя, однако возможно использовать при совершении очередной покупки в этом магазине.

Сейчас онлайн - магазины достаточно часто практикуют привлечение так называемых «гуру» - специалистов в той или иной области товара. Респондентам был задан вопрос: «Ощущали ли Вы когда-нибудь непреодолимую потребность в совершении он -лайн покупки? (если да, то почему?)» (рисунок 5).

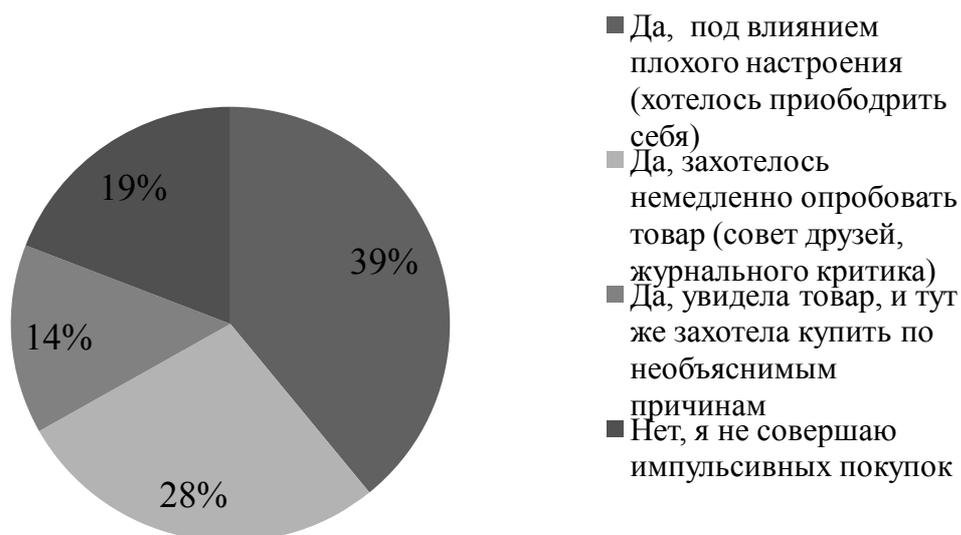


Рисунок 5 - Причины ощущения непреодолимой потребности совершить покупку, %

Как следует из рисунка 5, более четверти опрошенных отмечают, что ощущение потребности совершить покупку возникло именно после совета друзей, либо как раз «гуру» - журнального критика, популярного блоггера и т.п. Интересно отметить, что большая часть опрошенных (39%) отмечает, что сильное желание что -либо приобрести рождается импульсивно, под влияние плохого настроения. Достаточно часто женщины выбирали следующий вариант: «Да, увидела товар, и тут же захотела купить по необъяснимым причинам». Сами пользователи он-лайн сервисов не могут дать объяснение столь спонтанным покупкам, но, если заглянуть на ряд наиболее популярных сайтов по продаже товара он-лайн, можно заметить, что все они невероятно красочно оформлены, содержат полную и исчерпывающую положительную характеристику товара, рядом с необходимым лотом всегда есть «сопутствующие товары», «специальные предложения», графа: «отзывы клиентов». Другими словами, в он -лайн пространстве возможно то, что офф - лайн магазину недоступно: в них каждый может почувствовать себя лучшим и желанным покупателем, экспертом и в то же время экономным человеком - часто в сообществах участники делятся мнениями о том, насколько можно сэкономить, заказав тот или иной товар.

Все вышеперечисленные факторы являются общими для одного из явлений современности, присущих пользователям сети Интернет - виртуальной зависимости. К примеру, респондентам был задан вопрос о том, насколько часто они приобретают товары в он-лайн магазинах (рисунок 6).

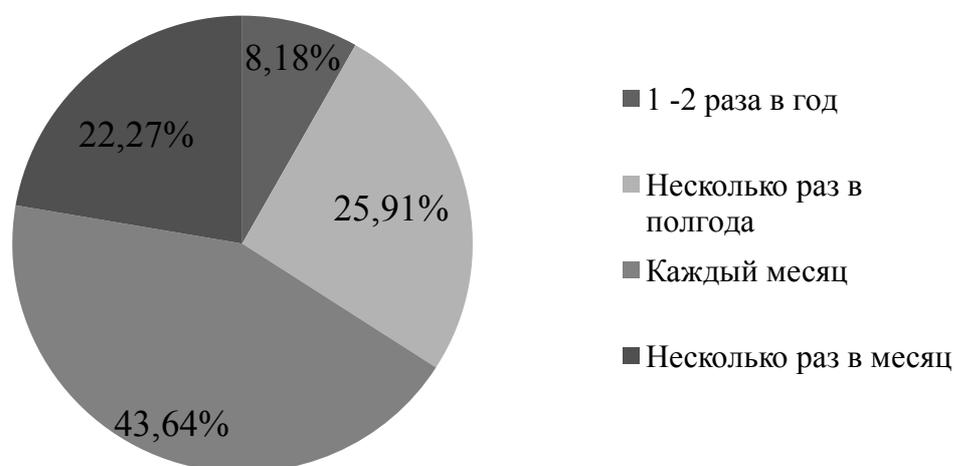


Рисунок 6 -Частота совершения покупок в он-лайн магазинах, %

Исследование социологических центров города Орла

Чуть меньше половины опрошенных совершает покупки каждый месяц, а 1/5 - несколько раз в месяц.

Что важно - достаточно большое количество опрошенных отмечает, что в заказанных товарах не было большой необходимости (рисунок 7).

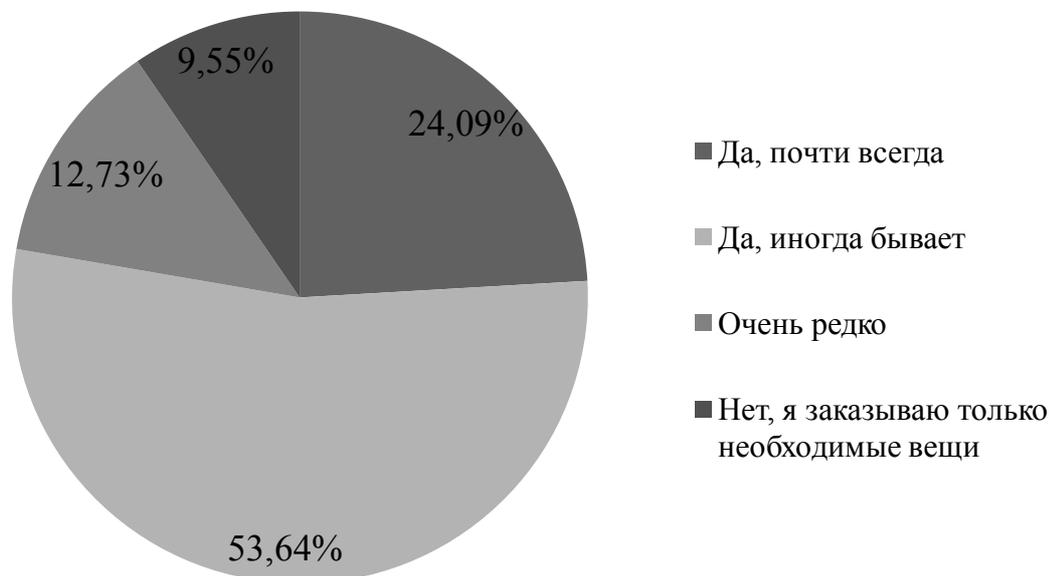


Рисунок 7 - Ответ на вопрос: «Случалось ли, что Вы заказывали товары, в которых не было необходимости?», %

Более половины опрошенных (53,64%) отмечают, что иногда заказывают товары, которые им не нужны, а 1/10 респондентов говорит о том, что такое случается почти всегда.

Но тогда возникает закономерный вопрос: зачем? Ответы на данный вопрос достаточно ярко иллюстрируют одно из проявлений виртуальной зависимости - обсессивно - компульсивное влечение к объекту, в данном случае, к Интернет - магазину.

Далее респондентам был задан вопрос о том, где они чаще совершают покупки: в он-лайн или офф-лайн магазине? Еще несколько лет назад ответ на данный вопрос был бы достаточно однозначным, ведь он-лайн торговля - явление относительно новое, и буквально 10 -15 лет назад на российском рынке сбыта вообще не существовало такого понятия. Однако сейчас число индивидов, активнее совершающих покупки он-лайн, достаточно высоко (рисунок 8).

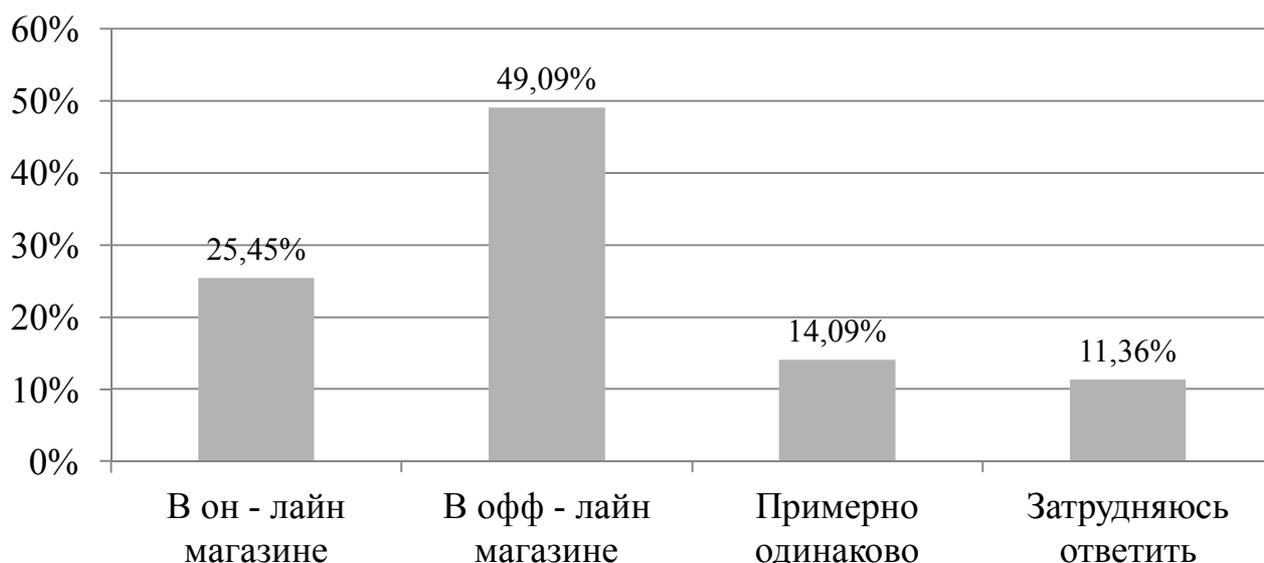


Рисунок 8 - Ответ на вопрос: «Где Вы чаще всего совершаете покупки?», %

И пусть лидером в совершении покупок пока остаются привычные магазины и супермаркеты, но, вероятно, число пользователей он-лайн сервисами с годами будет только расти [1, 2].

И если раньше торговля в он-лайн магазинах сводилась в основном к заказу техники или парфюмерии, то сейчас достаточно большим спросом стали пользоваться также продукты питания (рисунок 9): начиная от сервисов, предлагающих к продаже американские и азиатские полуфабрикаты, заканчивая местными магазинами, предлагающими он-лайн заказ и доставку продуктов.



Рисунок 9 - Типы товара, заказываемые респондентами чаще всего, %

Исследование социологических центров города Орла

Большинство покупателей сейчас активно следит за предложениями он-лайн магазинов: в стремлении приобрести товар по наиболее выгодным ценам, они отслеживают предложения на сайте, подписываются на новостные рассылки (рисунок 10).

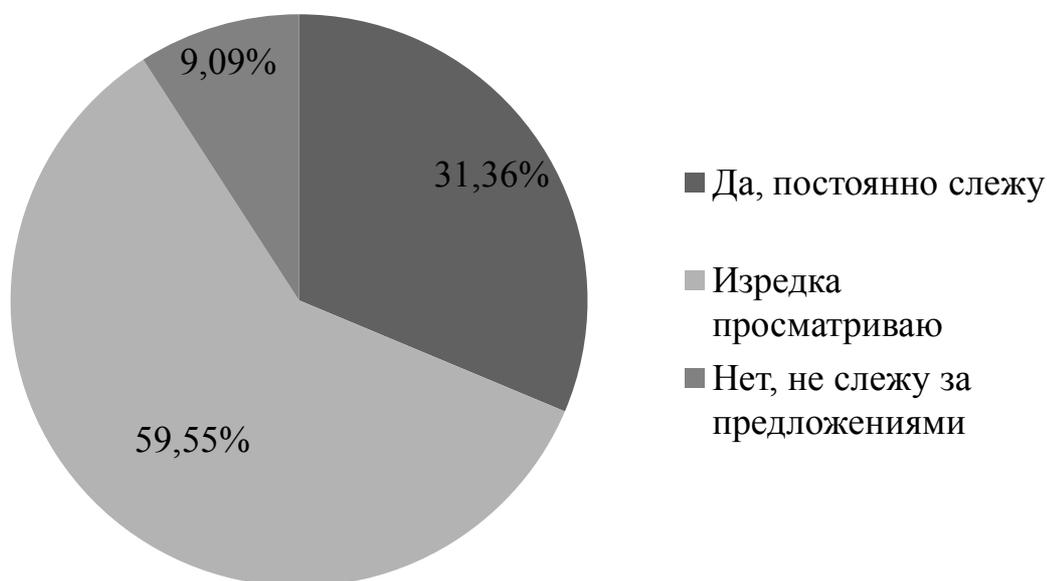


Рисунок 9 - Типы товара, заказываемые респондентами чаще всего, %

Постоянное желание «быть в курсе», обновлять информационную базу о желаемом предмете: все это так же является признаком виртуальной зависимости.

И, наконец, респондентам был задан заключительный вопрос: «Пытались ли Вы когда-нибудь ограничить себя в количестве приобретаемых в он-лайн магазинах товаров?» (рисунок 10).

Данный вопрос является своеобразным индикатором, указывающим на тот факт, что зачастую он -лайн покупки перестают быть просто обыденным занятием, обеспечивающим основные потребности, а становятся уже одним из типов кибераддикции.

Треть опрошенных отмечает, что попытки сократить покупки в он-лайн магазинах предпринимались, но не увенчались успехом, а больше четверти опрошенных подумывают ввести подобные ограничения.

Данный факт говорит как раз о том, что, несмотря на свои неоспоримые преимущества, как то: низкие цены, экономия времени, большой объем информации о товаре и т.п., он-лайн покупки таят в себе такую опасность, как возникновение зависимости.

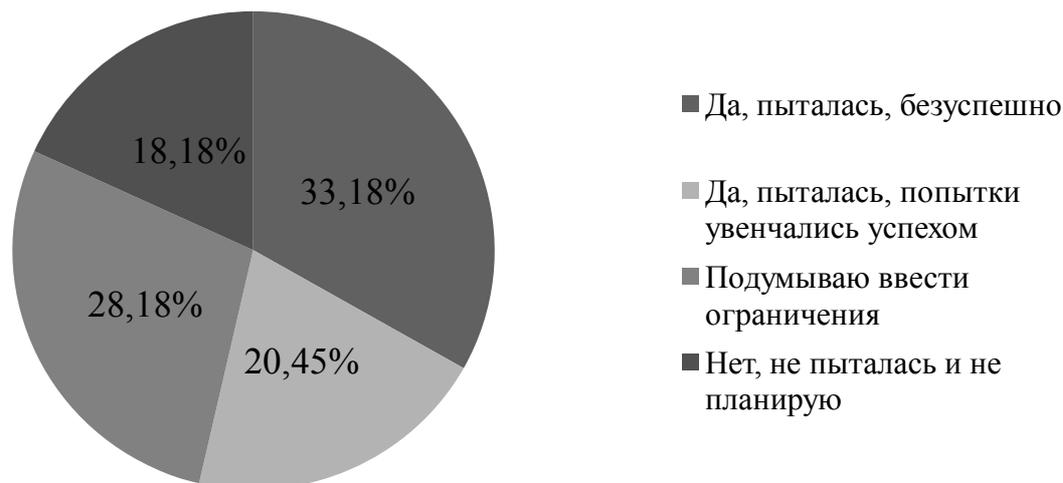


Рисунок 10 - Ответ на вопрос: «Пытались ли Вы когда-нибудь ограничить себя в количестве приобретаемых в он-лайн магазинах товаров?», %

Кибераддикция является одной из острейших проблем современности и может повлечь за собой такие негативные последствия, как информационные перегрузки, технострессы, психосоциальная депривация [3], и, в данном случае, такой пункт, как необдуманная трата денежных средств.

Литература:

1. Каминская В.Г. - Социально-психологические аспекты виртуальной зависимости молодежи // Сборник материалов 1 Международной научно - практической конференции «Актуальные проблемы современной науки в 21 веке». -2013.- с. 212. - 231.
2. Никитенко О.С. Современные технологии в жизни молодежи: социологический анализ предпочтений/ Бюллетень региональных социологических исследований. – Орел: Госуниверситет-УНПК, 2013. - №4(20) – С. 26-39.
3. Сигунов В. Д. Реальные деньги виртуального мира/ В.Д. Сигунов// Эксперт. - 1999. – №43. – С.251-253.



Рубрику ведет Т.П. Устинова - руководитель Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Орловской области

РЫНОК ТРУДА ОРЛОВЩИНЫ ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

Т.П. Устинова – руководитель Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Орловской области, e-mail: ustinovatp@orel.gks.ru

Аннотация: Статья посвящена вопросам развития рынка труда в Орловской области за последние двадцать лет. В ней анализируются итоги выборочных обследований населения по проблемам занятости, проводимых органами статистики с 1992 года.

Ключевые слова: рынок труда, экономически активное население, уровень безработицы, трудоустройство иностранных граждан.

Annotation: The article is devoted to the development of the labour market in the Orel region in the past twenty years. It analyses the results of selective about research population on employment conducted by the statistics authorities since 1992.

Keywords: employment market, economically active people, unemployment, employment of foreign citizens.

Статья 37 Конституции Российской Федерации, двадцатилетие принятия которой отмечено 12 декабря 2013 года, посвящена труду. В соответствии с основным законом труд в России свободен, каждый имеет право на труд, а также право на защиту от безработицы. Как же обстоят дела с реализацией прав, провозглашенных Конституцией РФ, что собой представляет рынок труда в Орловской области и какие изменения он претерпел с начала 90-х годов XX столетия? Об этом и других не менее актуальных вопросах пойдет речь в данном материале.

Органы государственной статистики изучают проблему занятости населения на постоянной основе с 1992 года. Поэтому отправной точкой при анализе будет именно этот год.

Как известно, демографическая ситуация в регионе характеризуется термином депопуляция, т.е. сокращением численности населения. С 1 января 1992 года по 1 января 2013 года население Орловской области уменьшилось на 123,4 тыс. человек, или 13,7 %, составив к началу 2013 года 775,8 тыс. человек. Численность жителей области в трудоспособном возрасте сократилась на 8,8 % до 451,8 тыс. человек, обусловив, преимущественно, потери экономически активной его части.

Оговорка «преимущественно» связана с тем, что в группу трудоспособного населения при переписи населения и в текущем учете включаются мужчины 16-59 лет, женщины 16-54 лет, а в группу экономически активного населения при обследованиях занятости – представители обоих полов в возрасте 15-72 лет. Численность подростков 15-16 лет за анализируемый период стала меньше на 8,9 тыс. человек (38,9 %), женщин в возрасте 55-72 года – на 15,9 тыс. (14,3%), мужчин в возрасте 60-72 года – на 8,9 тыс. человек (19,1 %). Общая же численность экономически активного населения области сократилась с 452,8 тыс. человек в 1992 году до 391,1 тыс. человек в 2012 году (на 13,6 %).

Тенденции в изменении численности экономически активного населения в Российской Федерации и Центральном федеральном округе прямо противоположны тем, которые сложились на Орловщине. Численность экономически активного населения за последние 10 лет в стране возросла на 3,4 млн. человек (4,7 %), в Центральном федеральном округе – на 1,4 млн. человек (6,8 %). Опережающие темпы прироста в ЦФО обеспечили г. Москва и Московская область, где этот показатель вырос на 18,5 и 9,7 %, соответственно, обеспечив весь прирост численности экономически активного населения округа. И это закономерно, т.к. столичный и подмосковный регионы являются наиболее привлекательными для трудовых мигрантов не только из других субъектов Федерации, но и стран ближнего зарубежья. Достаточно красноречиво это подтверждают данные о трудовой миграции в 2012 году, когда в г. Москву въехали на работу 1153,8 тыс. человек, а выехали всего 8,9 тыс. человек. В Московской области число выезжающих на работу в другие субъекты превысило число въезжающих

(соответственно: 478,6 тыс. человек и 183,3 тыс. человек), т.к. многие жители региона работают в Первопрестольной.

Анализ динамики компонент индикатора «численность экономически активного населения» в Орловской области, как и России в целом, показал, что в двухтысячные годы число безработных неуклонно сокращалось. Исключение составляли 2009 – 2010 годы, когда в результате кризиса 2008 года численность людей, оставшихся без работы, искавших её и готовых приступить к трудовым обязанностям (по методике Международной организации труда именно такие граждане признаются безработными), увеличилась до среднегодовых значений 1995-2000 годов (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика численности экономически активного населения, занятых и безработных в Орловской области, (в среднем за год)

	1992	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Численность экономически активного населения, тыс. человек	452,8	426,2	437,7	421,3	397,8	391,1	394,1
из него							
занятые в экономике	438,5	392,9	400,1	394,9	362,3	370,2	371,1
безработные	14,3	33,3	37,6	26,4	35,5	20,9	23,0
Уровень экономической активности населения, %	68,1	62,5	65,0	65,3	64,5	65,1	65,6
Уровень занятости населения, %	65,9	57,6	59,4	61,2	58,7	61,6	61,8
Уровень безработицы, %	3,2	7,8	8,6	6,3	8,9	5,3	5,8

С точки зрения гендерных характеристик структура численности экономически активного населения нашего региона незначительно отличается от Российской и ЦФО. Доля мужчин в 2003-2013 годах в целом по стране менялась от 50,5 до 51,3 %, в ЦФО – от 50,4 до 50,8, в Орловской области – от 48,5 до 50,1 %. Таким образом, общая численность экономически активного населения делится на мужчин и женщин примерно поровну.

Если же рассматривать такой важный аспект как место проживания экономически активного населения, то безусловным лидером здесь является городская местность. В Орловской области в городах и

поселках городского типа проживает две трети экономически активного населения, в стране – три четверти, в Центральном федеральном округе – порядка 83 %.

Уровень экономической активности, измеряемый отношением численности экономически активного населения и численности населения в возрасте 15-72 лет, в Орловской области колебался за рассматриваемый период с 68,1 % в 1992 году до 57-60 % в 1996-1998 годах. В среднем за 1992-2013 годы он составил около 65 процентов. То есть чуть более трети жителей региона в вышеуказанном возрасте не считались занятыми и безработными в силу тех или иных причин и относились к экономически неактивной его части.

Динамика показателя «уровень занятости населения» находилась практически в том же тренде, что уровень экономической активности. В 1992 году в экономике было занято 65,9 % населения возрастной группы 15-72 года, в 1996-1998 годах -54,6 – 50,4 %. После кризиса 2008 года уровень занятости снизился до 58-59 процентов (значений 2000-2001 годов), с 2011 года ситуация меняется в лучшую сторону.

Средний возраст экономически активного населения региона на протяжении двухтысячных годов находится в пределах 40 лет, увеличившись с начала 90-х годов прошлого века примерно на 4 года. Возраст экономически активных мужчин в 2013 году составлял 40 лет, женщин -41,1 года. Доля трудоспособного населения в экономически активной его части превышала 90 % по всему населению, в том числе 95 % у мужчин и 85 % у женщин.

Основными сферами деятельности орловчан в минувшем году были оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, обрабатывающие производства, сельское хозяйство и образование, где трудились более 50 % занятых в экономике. Мужчины преимущественно были заняты в обрабатывающих производствах (16,1 %), на транспорте и связи (13,6 %), в сельском хозяйстве (13,1 %), женщины – в торговле (22,4 %), образовании (15,5 %), здравоохранении и предоставлении социальных услуг (12,5 %).

На протяжении всего периода статистического наблюдения за рынком труда уровни экономической активности и занятости у мужчин выше, чем у женщин во всех субъектах Федерации, у горожан

выше, чем у селян в большинстве территорий, в том числе в Орловской области.

При этом численность безработных мужчин превышала численность безработных женщин, опровергая сложившееся в 90-е – начале двухтысячных годов мнение о безработице с «женским лицом» (таблица 2).

Таблица 2 - Изменение численности безработных и уровня безработицы по гендерным группам

	1992	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Численность безработных, тыс. человек							
Российская Федерация							
мужчины	2026,2	3615,8	4030,3	2726,5	3034,3	2250,0	2241,6
женщины	1851,0	3096,0	3484,5	2515,4	2509,8	1880,7	1895,0
Центральный Федеральный округ							
мужчины	514,8	846,2	807,4	454,1	546,1	367,0	387,8
женщины	452,7	669,3	641,9	398,2	414,7	291,9	310,0
Орловская область							
мужчины	8,0	22,7	21,8	16,3	22,1	12,9	13,6
женщины	6,3	10,5	15,8	10,1	13,3	8,0	9,4
Уровень безработицы, в % к экономически активному населению							
Российская Федерация							
мужчины	5,2	9,7	10,8	7,3	7,9	5,8	5,8
женщины	5,2	9,2	10,1	6,9	6,8	5,1	5,2
Центральный федеральный округ							
мужчины	5,1	9,0	8,6	4,5	5,2	3,4	3,6
женщины	4,7	7,6	7,0	4,0	4,1	2,8	3,0
Орловская область							
мужчины	3,4	10,3	9,9	7,9	11,1	6,6	6,9
женщины	2,9	5,1	7,3	4,7	6,7	4,1	4,7

Выражение «безработица имеет женское лицо» верно лишь для контингента безработных, зарегистрированных в государственной службе занятости. И этому есть логическое объяснение. Женщины, в

большинстве своем, более дисциплинированы, держат бюджет семьи в своих руках, для них материальная сторона имеет особое значение, т.к. на их плечи, прежде всего, ложится ответственность за будущее детей. В связи с этим, они, потеряв работу, чаще, чем мужчины, обращаются в службу занятости в надежде на скорейшее трудоустройство. И даже скромный размер пособия по безработице женщин смущает меньше, чем противоположный пол, и не является причиной для отказа от услуг данной структуры.

Таблица 3 - Изменение численности безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости, и уровня регистрируемой безработицы в Орловской области по гендерным группам, (на конец года: тыс. человек)

	1992	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Численность безработных, всего	2,1	9,7	4,0	7,1	6,6	4,6	3,6
в том числе:							
мужчины	0,4	3,2	1,0	2,3	3,0	1,9	1,5
женщины	1,7	6,5	3,0	4,8	3,6	2,7	2,1
Из них безработные, которым назначено пособие по безработице, всего	1,1	8,6	3,8	6,8	5,9	4,1	3,3
в том числе:							
мужчины	0,2	2,8	0,8	2,3	2,6	1,7	1,3
женщины	0,9	5,8	3,0	4,5	3,3	2,4	2,0

К сожалению, рынок труда в Орловской области не отличается привлекательностью для местных жителей. При средней заработной плате по экономике в 2013 году 19186 рублей большинству соискателей на замещение вакансий в Орле за труд в лучшем случае предлагается 15 тыс. рублей в месяц, в районах в пределах 10 тыс. рублей. Таким образом, мотивация вновь принимаемых сотрудников остается

ся низкой и не удовлетворяет ни выпускников ВУЗов, ни людей, имеющих образование, опыт работы и семьи. Не случайно средняя продолжительность поиска работы в 2012 году, по данным выборочных обследований населения по проблемам занятости, составляла 7,4 месяца. Каждый четвертый безработный искал её 12 и более месяцев и только один из десяти – менее месяца. В 2013 году среднее время поиска работы увеличилось до 8,8 месяца, год и более искали работу 40,3 % безработных, а в течение месяца трудоустроивалось лишь 7 человек из 100.

Вместе с тем растет интерес иностранных граждан к трудоустройству в Орловской области. В текущем году патенты на осуществление трудовой деятельности в регионе получили 5267 иностранцев (в 2011 г. – 3671 человек, в 2012 г. – 4226 человек). На конец 2013 года действующее разрешение на работу имели 1736 иностранных граждан, из них 156 женщин и 1580 мужчин. Практически все они находятся в трудоспособном возрасте, однако каждый пятый представитель иностранных государств относится к группе неквалифицированных рабочих, а каждый третий занят на строительном-монтажных работах.

Следует отметить высокий образовательный уровень орловских безработных. Более 40 % из них имеют высшее и среднее профессиональное образование и треть начальное профессиональное образование. Однако найти применение своим знаниям, опыту и способностям они не могут в течение длительного времени. И в этой связи обращают свой взор на столичный рынок труда, где есть возможность выбора и перспективы профессионального и карьерного роста

Доля безработных, обращающихся в государственную службу занятости в целях получения содействия в трудоустройстве, снизилась с 54 % в 2005 году до 28 % в 2013 году. Все большее распространение при поиске работы приобретает обращение в СМИ, Интернет, к друзьям, родственникам, знакомым. В 2013 году при посредничестве Управления труда и занятости области нашли работу (доходное занятие) 3,7 тыс. человек, или 30 % от безработных граждан, состоявших на учете на начало года, и зарегистрированных в качестве безработных в течение года.

Бюллетень региональных социологических исследований
№2(22) Апрель-июнь

В общероссийском рейтинге регионов по отдельным показателям напряженности на рынке труда Орловская область занимает по уровню занятости 58 место, уровню безработицы 43, среднему времени поиска работы безработными и доле безработных, ищущих работу 12 и более месяцев, 67 место. Остается надеяться, что реализация государственной программы Орловской области «Содействие занятости населения Орловской области до 2017 года», утвержденной постановлением Правительства Орловской области от 08.10.2012 г. № 352, позволит улучшить ситуацию на рынке труда, а также сделать его более привлекательным для местных жителей.



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ
(РОССТАТ)
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОРГАН ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ ПО ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
(ОРЕЛСТАТ)**

17 июня 2014 года в актовом зале Орелстата состоялось первое заседание Общественного совета при Территориальном органе Федеральной службы государственной статистики по Орловской области, созданного приказом руководителя Орелстата от 25 марта 2014 г. № 42.

Общественный совет - постоянно действующий совещательно-консультативный орган общественного контроля. Задачей Общественного совета является содействие Орелстату в обеспечении защиты и согласования интересов граждан Российской Федерации, общественных объединений, организаций и органов государственной власти Орловской области в сфере официального статистического учета.

На первом заседании Общественного совета были рассмотрены следующие вопросы:

1. Об избрании председателя, заместителя председателя и секретаря Общественного совета при Территориальном органе Федеральной службы государственной статистики по Орловской области.
2. Об организации и проведении выборочных обследований по социально-демографическим проблемам на территории Орловской области.
3. О Планах работы Общественного совета при Территориальном органе Федеральной службы государственной статистики по Орловской области.

Подробнее с работой Общественного совета при Орелстате можно ознакомиться на сайте:

http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/orel/ru/about/publiccouncil/

Требования, предъявляемые к рукописи статьи

для Бюллетеня региональных социологических исследований

- 1) Статья, представляемая в редакцию, должна соответствовать профилю издания и представлять результаты проведенных эмпирических исследований с обязательным описанием методологии. Изложение материалов должно быть ясным, без длинных введений и повторений, с разъяснением узкоспециальных терминов.
- 2) Статья должна быть набрана в текстовом редакторе Microsoft Office Word, напечатана на одной стороне листа формата А4. Шрифт Times New Roman, размер шрифта – 16, межстрочный интервал – одинарный. Ширина полей: слева 2 см; справа 2 см; сверху – 2 см; снизу – 2 см. Абзацный отступ – 0,75.
- 3) Все материалы должны быть представлены в электронном виде.
- 4) В первой строке приводится название статьи, которое дается прописными буквами и полужирным шрифтом (выравнивание по центру).
- 5) Во второй строке указываются инициалы и фамилия автора (-ов).
- 6) В третьей строке приводится авторская справка, в которой необходимо указать фамилию, имя, отчество (полностью), ученую степень и звание, должность, город и учебное заведение / место работы, домашний адрес, контактные телефоны, факс, e-mail. Если авторами статьи являются несколько человек, то информация дается о каждом авторе. Учебное заведение, место работы даются полным названием без каких-либо аббревиатур.
- 7) Далее приводится аннотация статьи (на русском и английском языке), которая описывает цели и задачи проведенного исследования, а также возможности его практического применения, указывает, что нового несет в себе материал; рекомендуемый средний объем – 500 печатных знаков.
- 8) Ключевые слова (на русском и английском языке) – это текстовые метки, по которым можно найти статью при поиске и определить предметную область текста; обычно их выбирают из текста публикуемого материала, достаточно 5-10 ключевых слов.
- 9) В конце статьи приводится список литературы, на которую автор ссылается в тексте статьи.
- 10) Сокращения слов, кроме общепринятых, в статье не допускается. Аббревиатуры включаются в текст лишь после их первого упоминания с полной расшифровкой.
- 11) Количество таблиц должно соответствовать объему представленной информации. Данные, представленные в таблицах, не должны дублировать данные графиков, схем и текста, и наоборот. Таблицы должны быть наглядными, иметь название, заголовки должны точно соответствовать содержанию графа. В статье на каждую таблицу должна быть обязательная ссылка. Название таблиц выделяется полужирным шрифтом.
- 12) Формулы должны быть набраны в редакторе формул Microsoft Equation и вставлены в текст по формату абзаца. Формулы следует нумеровать. Если формула единственная, то в ее нумерации нет необходимости.
- 13) Количество рисунков (графиков, схем) должно соответствовать объему представляемой информации. Рисунки, графики и схемы не должны дублировать текст статьи. Каждый рисунок должен быть четким, иметь нумерацию и название. Рисунки должны быть сделаны с помощью Microsoft Office Word и быть черно-белыми. Название рисунков выделяется полужирным шрифтом.

Информация о журнале представлена на сайте www.brsi.soc-orel.ru.

Адрес учредителя журнала:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет-учебно-научно-производственный комплекс»
302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 29
Тел.: (4862) 42-00-24
Факс: (4862) 41-66-84
www.gu-unpk.ru.
E-mail: unpk@ostu.ru

Адрес редакции:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет-учебно-научно-производственный комплекс»
302030, г. Орел, ул. Московская, 65
Тел.: 8-906-662-66-11
www.brsi.soc-orel.ru
E-mail: social_centra@mail.ru.

*Материалы статей печатаются в авторской редакции
Право использования произведений предоставлено авторам
на основании п. 2 ст. 1286 Четвертой части
Гражданского Кодекса Российской Федерации*

Ответственный редактор
канд.техн.наук О.С. Никитенко

Подписано в печать 19.06.2014
Формат 60×90, 1/16. Усл. печ. л. 4,9.
Тираж 500 экз.

Заказ № 230/14П1 .

Отпечатано с готового оригинал-макета на полиграфической базе
ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК»
302030, г. Орел, ул. Московская, 65