

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра социологии молодежи

**ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ СОВРЕМЕННОГО
СТУДЕНЧЕСТВА (СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

(автореферат бакалаврской работы)

студентки 4 курса 441 группы
направления 39.03.03 - Организация работы с молодежью
Социологического факультета
Аветисяна Рубена Арсеновича

Научный руководитель

кандидат социологических наук, доцент _____ Е.В. Сайганова
подпись, дата

Зав. кафедрой

доктор социологических наук, профессор _____ С.Г. Ивченков
подпись, дата

Саратов 2018

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Вопрос о роли студенчества в нашем обществе и, в частности, в группе молодежи, весьма актуален по многим причинам. Научный интерес к такой общественной группе молодежи, как студенчество, определяется тем, что, во-первых, в развитом обществе бурно развивающиеся отрасли народного хозяйства, наука и культура обуславливают дальнейшее увеличение численности и качества подготовки специалистов с высшим образованием (по отношению к другим группам учащейся молодежи); во-вторых, возрастает социально-экономическая значимость учебно-подготовительных функций учащихся вузов; в-третьих, студенчество является важнейшим источником воспроизводства интеллигенции; в-четвертых, той большой ролью, которую играет студенчество в общественно-политической жизни нашей страны.

В настоящее время социологами и не только ими, проводится много разнообразных исследований. Большое значение для социологов при разработке и проведении социологического исследования представляют коммуникативные особенности респондентов, являющихся объектом данного социологического исследования. От этого во многом зависит исход исследования.

В последние годы социологи уделяют большое внимание молодежи вообще и студенчеству в частности. Немалый интерес представляют коммуникативные особенности студенчества, как большой социальной группы, которая нередко становится объектом того или иного социологического исследования.

Если рассматривать коммуникационный аспект студенческой молодёжи с социологической точки зрения, то следует заметить, что при часто проводимых исследованиях возникают проблемы, связанные с потерей интереса студентами к анкетированию. Данный факт является причиной

низкой степени заполняемости анкет студентами, ответы даются неискренние и необъективные, что существенно влияет на исход исследования. Поэтому для успешного заполнения анкет студентами, необходимо, чтобы анкета содержала особую тематику, вопросы в ней должны вызывать интерес у студентов.

Степень научной разработанности проблемы. В философско-социологической литературе проблема студенчества начала активно разрабатываться в 60-е гг. Различные аспекты этой проблемы, такие, как социальные источники пополнения студенчества, особенности различных его профессиональных групп, высшая школа как канал социальных перемещений, рассматривались такими исследователями, как Иконникова С.Н., Лисовский В.Т., Дмитриев А.В., Рубин Б.Г., Колесников Ю.С., Рубина Л.Я., Руткевич М.Н., Саар Э.А., Титма М.Х., Филиппов Ф.Р., Власенко А.С., Ищенко Т.В., Семашко А. Н. и другие исследователи.

В журналах «Социологические исследования», «Высшее образование в России», «Система воспитания в высшей школе» и других российских журналах достаточно часто освящалась проблема современного студенчества. Здесь приводятся в пример многочисленные исследования, опросы студентов различных вузов страны, факультетов и курсов, их коммуникативные особенности.

Проблему общения и трудностей в общении разрабатывали выдающиеся психологи и социологи Зиммель Г., Выготский Л.С., Мясищев В.Н., Ананьев Б.Г., Андреева Г.М., Гримак Л.П., Крижанская Ю.С., Парыгин Б.Д., Пиз А., Прилюк Ю.Д., Рязанов А.В., Алешина Ю.Б., Петровская Л.А., Поварницына Л.А. Проблемы коммуникации изучали Конечная В.П., Луман Н., Соколов А.В., Почепцов Г.Г., Робер М., Тер-Минасова С.Г., Тильман Ф., Сепир Э., Кольцова Е.Ю. и другие. Особенности студенческой коммуникации исследовались В.Т. Лисовским, А.В. Дмитриевым, И.С. Кон, Т.В. Пелевиной и другими учёными. Анкетный метод, его основные составляющие, разные подходы, основные проблемы глубоко изучались

такими исследователями, как Воронов Ю.П., Фёдоров В.Н., Маслова О.М., Бутенко И.А., Каныгин Г.В. и другие.

Целью работы является выявление основных коммуникативных особенностей современного студенчества с социологической точки зрения.

Реализация поставленной цели предполагает решение ряда **исследовательских задач**:

1. Изучить специфику современного российского студенчества через сравнение с дореволюционным студенчеством.

2. Рассмотреть основные проблемы изучения социологической коммуникации современных студентов.

3. Определить факторы, детерминирующие эффективной социологической коммуникации.

Объектом исследования в работе являются студенты вузов, обучающиеся по различным направлениям.

Предметом исследования являются особенности коммуникации современного студенчества.

Теоретическая и методологическая база. Основным методологическим подходом, который использовался в исследовании, выступал структурный функционализм. Структурный функционализм – это направление в социологии, представители которого в исследовании общества руководствуются принципами системного анализа социальных объектов, включая и общество, посредством специально разрабатываемых ими статичных структур и динамичных функциональных категорий. Этот подход позволил выявить структуру мнения студентов об анкетах и о процессе анкетирования в целом.

Эмпирической базой исследования выступают результаты авторского опроса, проведённого методом анкетирования, а также анализ опубликованных работ различных социологов, результатов исследований и другие элементы. По квотно-стратифицированной выборке опрошено 100 студентов.

Структура работы состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованных источников и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновываются выбор темы и ее актуальность, анализируется степень ее научной разработанности, формулируются объект и предмет исследования, цель и задачи, представлены теоретические и эмпирические основы исследования.

В первом разделе «**ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО СТУДЕНЧЕСТВА: ИСТОРИЧЕСКАЯ РЕТРОСПЕКТИВА И СОВРЕМЕННОСТЬ**» приводится историческая ретроспектива и сравнительный анализ социального портрета студенчества начала 20 и 21 века.

Термин «студенчество» обозначает собственно студентов как социально-демографическую группу, характеризующуюся определенной численностью, половозрастной структурой, территориальным распределением и т.д.; определенное общественное положение, роль и статус; особую фазу, стадию социализации (студенческие годы), которую проходит значительная часть молодежи и которая характеризуется определенными социально-психологическими особенностями

Научно-техническая революция повлекла за собой крупные сдвиги в положении и составе студенчества. Потребность в образованных кадрах повсеместно вызывает быстрый рост абсолютного числа студентов, а также их удельного веса в общей массе населения и, особенно, в молодежных возрастных группах. В связи с укрупнением высших учебных заведений усиливается концентрация студенчества, студенческие городки становятся все более многолюдными. Растущая массовость высшего образования подрывает его былую элитарность, делает студенчество более демократическим по социальному происхождению. Определенные сдвиги

происходят и в половозрастной структуре студенчества, в частности увеличивается количество женщин.

Несмотря на различия своего социального происхождения и, следовательно, материальных возможностей, студенчество связано общим видом деятельности и образует в этом смысле определенную социально-профессиональную группу. Общая деятельность в сочетании с территориальным сосредоточением порождает у студенчества известную общность интересов, групповое самосознание, специфическую субкультуру и образ жизни, причем это дополняется и усиливается возрастной однородностью, которой не имеют другие социально-профессиональные группы.

Студенчество не занимает самостоятельного места в системе производства, студенческий статус является заведомо временным, а общественное положение студенчества и его специфические проблемы определяются характером общественного строя и конкретизируются в зависимости от уровня социально-экономического и культурного развития страны, включая и национальные особенности системы высшего образования.

Современное студенчество имеет определённые сходства и различия с дореволюционным. Основной состав студентов любого вуза – местные жители, приезжие из ближайших городов. Современных студентов отличает более улучшенные условия проживания, обучения, материальное положение.

Второй раздел «СПЕЦИФИКА ИЗУЧЕНИЯ КОММУНИКАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ» отражает описание основных критериев коммуникации современной студенческой молодежи.

Термин «коммуникация» появился в научной литературе в начале двадцатого века. Российский социолог В.П. Конецкая интерпретирует это понятие, как:

- средство связи любых объектов материального и духовного мира;
- общение – передача информации от человека к человеку;

– передача и обмен информацией в обществе с целью воздействия на него.

Одна из главных целей коммуникативного процесса – обеспечение понимания информации, являющейся предметом обмена, то есть сообщений. Коммуникация является необходимой основой для всех видов социального взаимодействия. В контексте взаимодействия «лицом к лицу» коммуникация осуществляется посредством языка, жестов, движений тела, благодаря чему происходит понимание того, что люди говорят и делают. В каждой социальной группе, будь то большая или малая группа, подгруппа, семейная ячейка, действуют определенные социальные нормы, закреплённые традицией, юридически или морально-нравственными обязательствами.

коммуникация – это обмен информацией между индивидами через посредство общей системы символов. Информация передается с помощью устной и письменной речи, а также жеста. Передается также с помощью общего отношения, мимики – красноречивые улыбки и поступки иногда стоят длинных речей. Большинство исследователей соглашаются, что с помощью слов передается в основном информация, а с помощью жестов – различное отношение к этой информации, а иногда жесты могут заменять и слова. Человек редко задумывается над тем, какие движения он делает во время разговора, и может оказаться так, что он говорит одно, а его жесты явно показывают, что он имеет в виду совсем другое.¹

Во время акта общения имеет место не просто движение информации, а взаимная передача закодированных сведений между двумя индивидами – субъектами общения. Следовательно, имеет место обмен информацией. Но люди при этом не просто обмениваются значениями, они стремятся при этом выработать общий смысл². А это возможно лишь в том случае, если информация не только принята, но и осмыслена.

¹ Пиз А. Общие понятия о языке жестов. Учеб. - М., 1994. С. 58.

² Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. М., 1972. С. 86.

Третий раздел «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС КАК ФОРМА СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ СО СТУДЕНЧЕСТВОМ» включает в себя развернутый анализ социологического исследования посвященного изучению опроса как форму коммуникации с молодежью.

одной из форм коммуникации современных студентов является их участие в различных социологических опросах. К опросу прежде всего обращаются в тех случаях, когда необходимым, а часто и единственным источником информации является человек, непосредственный участник, представитель, носитель изучаемого процесса или явления. При этом задача получения искомой информации неизменно решается в ситуации общения.

Анкетные опросы классифицируют, прежде всего, по содержанию и конструкции задаваемых вопросов. На первый взгляд нет ничего проще и легче, чем сочинить вопросник на любую тему, связанную с проблемной ситуацией. Каждый из нас в повседневной практике постоянно задаёт вопросы окружающим и с их помощью решает множество житейских проблем. Но в прикладной социологии вопрос приобретает функцию исследовательского инструмента, и это существенно меняет требования к его формулировке. Правильное составление вопросов - гораздо более сложная и трудная задача, чем это обычно представляется. Но существуют и другие немаловажные аспекты, которые необходимо учитывать при разработке анкеты для социологических исследований.

Далее нужно отметить немаловажные возрастные особенности. Следует учесть, что, чем старше студент, тем меньше его привлекает процесс анкетирования. Но степень заполняемости анкеты такими студентами будет выше, если опрос будет посвящен проблемам экологии. Большинство студентов молодого возраста будут заполнять анкеты с удовольствием, если тематика опроса будет также направлена на изучение проблем экологии или досуга молодёжи.

Немалую роль играет опыт студентов в заполнении анкет. Чем меньше анкет они заполняли ранее, тем больше испытывают интерес к этому

процессу. Но с увеличением опыта, интерес и желание заполнять анкеты постепенно исчезает.

Основываясь на результатах авторского исследования, можно выделить основные факторы, детерминирующие эффективной социологической коммуникации. В процессе разработки анкеты для социологического исследования в первую очередь необходимо учитывать особенности респондентов, выступающих объектом исследования. От этого во многом зависит правдивость ответов, степень заполняемости анкет и на результаты исследования в целом. Точность социологических данных определяется также такими факторами, как правильное составление вопросов, с которыми социологи обращаются к респондентам, расположение вопросов, их последовательность. Необходимо, чтобы композиция анкеты включала в себя: вводную часть, основную часть, социально-демографическую часть. Вводная часть содержит в себе объяснение целей и задач исследования, данные об организации, проводящей опрос, просьбу к респонденту принять участие и помочь целям исследования, указание на важность и ценность ожидаемой информации, пометку об анонимности данного опроса. Основная часть состоит из вопросов, которые должны располагаться по определенному принципу ("правило воронки"). Должна присутствовать разбивка вопросов по тематическим блокам; переключение внимания с помощью специальных обращений; не должно быть влияния предыдущих вопросов на последующие; не должно быть скопления однородных вопросов. Основные вопросы анкеты направлены на сбор информации о содержании исследуемого явления. Социально-демографическая часть — это "паспортичка" (данные о респонденте с целью проверки надежности информации). Кроме этого, на исход исследования влияют такие факторы, как объём анкеты (количество вопросов, вариантов ответов на них, количество страниц), наличие открытых вопросов, развлекательных вопросов, оформление анкеты (размер и цвет шрифта), выбор времени и места проведения опроса, а также актуальность темы опроса и

заинтересованность данной темой респондентами.

Естественно, что на точность социологических данных и на степень заполняемости анкет студентами могут влиять и другие факторы, которые не изучались в авторском социологическом исследовании. Это может быть всё, что угодно: начиная от особенностей характера респондентов, заканчивая обстановкой, в которой заполнялась анкета. В ходе исследования удалось выявить самые основные факторы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная работа посвящена изучению актуальной, сложной и недостаточно разработанной проблеме социокоммуникативных особенностей современного студенчества. Теоретический анализ литературных источников показал, что студенчество – это общность людей, объединённая единой целью получения образования и единым возрастом. Студенчество – это особая социальная категория, специфическая общность людей, организационно объединённых институтом высшего образования. Студент – это человек, который систематично и целенаправленно овладевает знаниями и профессиональными умениями.

Нельзя не отметить, что, во-первых, изменения в составе студенчества по социальному происхождению и по уровню жизни (а они довольно тесно связаны) указывают на нарастание дифференциации, неоднородности, различий в студенческой массе по вузам, факультетам. Постепенно приоритет в формировании студенчества переходит к слоям, более адаптированным к экономическим реалиям нашего общества. Если этот процесс будет развиваться и дальше, то доступ беднейших слоев к высшему образованию окажется сильно затруднен. Во-вторых, стабилизация воспроизводства студенческой молодежи показывает, что интерес к высшему образованию сохранился, что также нашло отражение в «подъеме» его ценности в иерархии инструментальных ценностей студентов. Однако противоречия, возникающие между институтом высшего образования и

различными другими сегментами общества приводят к нарастанию дисфункциональных последствий. Они многообразны по своим проявлениям и просматриваются, в частности, в неудовлетворенности студентов качеством получаемой подготовки, деформации отдельных слоев образовательного процесса. Но самое главное – происходит неуклонное снижение основного результата функционирования высшей школы – образованности студентов, уровня их профессиональной компетентности.

Студенческая пора – это время интенсивного взросления и самоопределения личности, и должно быть самой активной порой в жизни человека. Молодой человек после школы обычно самостоятельно выбирает и осваивает для себя среду, где он получает профессиональное образование и обретает друзей.

Нельзя отделаться от мысли, что каждый студент – часть своей среды. Но о современных студентах каждый может судить сам. Достаточно пройтись возле любого вуза в тёплый весенний денёк, где молодые люди шумно радуются хорошей погоде. Современное студенчество отличает ряд черт, присущих им. Поражает разнообразность досуга студентов: от общения с друзьями, посещения дискотек, клубов, баров, до занятия мелкой коммерцией и различными подработками. Кроме того, в свободное от учёбы время современные студенты занимаются изучением иностранных языков. Современная студенческая молодёжь прекрасно осознаёт, что они сами должны обеспечивать своё жизненное благополучие.

Специфическая черта студенчества – довольно высокая интенсивность общения. К большой возможности общения студенчество приводят активное взаимодействие с различными социальными образованиями общества, а также специфика обучения в вузе. В основной своей массе студенты являются коммуникативными личностями, и широта контактов, объём общения студентов возрастает от курса к курсу.

Коммуникация не просто рядовой психический процесс, отвечающий за межличностное общение, но при этом вся наша жизнь есть процесс обмена

информацией, и состоит из постоянной коммуникации и взаимодействия. Человек не может освободиться от коммуникационного взаимодействия с другими людьми; жить в обществе и быть свободным от социальной коммуникации нельзя.

При проведении социологического опроса в любой его модификации обеспечиваются различные уровни общения, выступающие и как форма социальной коммуникации, и как определённый вид взаимодействия различных типов сознания, а также как форма непосредственного индивидуального контакта, что в конечном счёте важно для понимания возникновения различных случайных и систематических ошибок. Познавательные возможности метода социологического опроса реализуются в диалогическом вопросно-ответном общении исследователя с респондентом. Это придаёт особую значимость разработке и формулировке вопроса, а также непосредственно самой анкеты.

Очень часто в вузах, на Интернет-сайтах или просто на улице проводится анкетирование студентов. Анкетирование является одной из форм общения студентов. Нередко информация, которую сообщают студенты, имеет большую социальную значимость.

Для достижения эффективной социологической коммуникации при составлении анкет для студентов необходимо соблюдать особые требования. В дипломной работе содержатся основные рекомендации к конструированию анкеты для студента, которые были составлены на основе работ различных исследователей и с точки зрения самих студентов.

В ходе данного исследования выяснилось, что, во-первых, анкета должна иметь чёткое короткое название, несущее в себе информацию о содержании самой анкеты. Во-вторых, объём анкеты для студентов не должен превышать 6-ти страниц. Это способствует более правдивому и полному заполнению анкеты студентами. Также анкета должна содержать до тридцати вопросов и не более шести вариантов ответов. В результате проведения сравнительного анализа данных оказалось, что большинство студентов предпочитает

заполнять анкеты, содержащие только закрытые вопросы, возможно, с небольшим количеством полужакрытых вопросов. В-третьих, в ходе исследования была предпринята попытка изучения наиболее интересующих студентов тем опроса. Выяснилось, что популярными в студенческой среде являются темы, направленные на исследование проблем экологии, досуга молодёжи, здорового образа жизни, отношения между людьми. Темы политики и экономики студентов не интересуют. Важно также не злоупотреблять терпением, временем и рассудительностью студентов-респондентов. Поэтому следует сконструировать анкету так, чтобы студенты могли её заполнить в течение 20 минут.

В результате проведения сравнительного анализа данных авторского исследования можно выявить факторы, которые детерминируют успешной социологической коммуникации. При формировании анкеты во-первых следует уделить особое внимание на правильное составление вопросов, их расположение и последовательность. Во-вторых, анкета должна состоять из вводной, основной и социально-демографической части. Необходимо, чтобы вводная часть содержала в себе чёткое и доступное для респондентов объяснение целей и задач исследования, данные об организации, проводящей опрос, просьбу к респонденту принять участие и помочь целям исследования, указание на важность и ценность ожидаемой информации, пометку об анонимности данного опроса. Кроме того, на точность социологических данных влияют такие факторы, как объём анкеты, наличие-отсутствие открытых и развлекательных вопросов, оформление анкеты в целом, выбор времени и места проведения опроса, актуальность и "интересность" темы опроса. Также немаловажное значение в процессе социальной коммуникации социолога с респондентом имеют возрастные особенности респондентов, а также опыт в заполнении анкет.

После проведения анкетирования, можно сделать вывод, что анкета для студентов не должна быть слишком веселой или слишком серьезной. Но должна иметь под собой какой-то вес, чтобы человек, заполняя её, не

чувствовал, что он делает никчёмную работу, а понимал, что занимается нужным, полезным делом; чтобы, заполняя анкету, человек не считал, что она не стоит его драгоценного времени и недостойна его внимания. Создав такую анкету, к тому же посвященную актуальной теме, можно с уверенностью сказать, что она будет пользоваться если не успехом, то пониманием и уважением со стороны опрашиваемых, что приведет к более правдивому и полному ее заполнению, а, следовательно, к получению более достоверных и точных результатов. Благодаря профессионально составленной анкете, исследователь в процессе успешной социокommunikации с респондентом, может приобрести ценную и интересную информацию, имеющую важное значение для социума. Пользуясь данными нашего исследования, многие начинающие социологи могут избежать ошибок при составлении анкет, что, несомненно, повлияет на коммуникативный контакт с респондентами и на исход проводимого исследования.

Социальная коммуникация современных студентов не многим отличается от социокommunikации других респондентов, выступающих в качестве объекта того или иного исследования. А основные факторы, влияющие на эффективность студенческой социологической коммуникации не идут в разрез с общепринятыми установленными правилами проведения социологического исследования. Но студенчество - это особая социальная группа. Статус студента непостоянен, как и непостоянен он сам в своих принципах, поступках и умозаключениях. Поэтому изучению такой социальной категории, как студенчество, необходимо уделять особое внимание, а особенности социологической коммуникации студентов следует учитывать любому исследователю