Федеральное агентство по образованию РФ

НОУ ВПО «Гуманитарный университет»

Факультет Конструирования и Моделирования одежды

Заочное отделение

# Контрольная работа

**по дисциплине «Социология»**

на тему: «Социология молодежи»

Выполнила: студентка - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Преподаватель: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Екатеринбург, 2008 г.

# Содержание.

1. Содержание…………………………………………………………………2
2. Конспект «Социология молодежи».………………………………………3
3. Эссе «Социология здоровья и медицины»………..………………………8
4. Словарь социологических понятий……………………………………...11
5. Список используемой литературы……………………………………….14
6. **Социализация молодежи.**

Социология молодежи представляет собой отрасль прикладной социологии, предметом которой является молодежь как особая социальная группа. В любом обществе, так или иначе, существует и проявляется проблема различия между поколениями: люди разного возраста, формировавшиеся как личности в разные исторические периоды, получившие разное воспитание и образование, не всегда оказываются способны к взаимопониманию. Обычно наиболее активной стороной конфликта поколений бывает молодежь. Молодым часто свойственно острое неприятие того образа окружающего мира, который предлагают им родители, учителя и вообще люди старшего поколения, сопряженное с уверенностью в том, что действительно можно и необходимо переделать.

Взрослые и молодежь часто затрудняются в поиске общего языка, который дал бы возможность более или менее конструктивного диалога. Взаимное отчуждение находит выражение в повышенно-критическом, подчас неоправданно враждебном отношении представителей двух смежных поколений друг к другу. Молодые склонны винить своих отцов во всех несовершенствах общества и исторических ошибках, а взрослые обвиняют молодежь в легкомыслии и иждивенческом отношении к жизни. Внешним обликом, одеждой, прической, увлечением, манерой вести себя многие молодые люди стремятся обозначить свое отличие от «мира взрослых», подчеркнуть свое право на другое видение мира и понимание своего места в нем. Таким образом, в современном обществе молодые люди тяготеют к идентификации себя как членов особой социальной группы, в известной степени противостоящей «миру взрослых».

Современное общество, будучи гораздо более сложным и дифференцированным, выдвигает усложнившиеся требования к образованию, знаниям, навыкам и умениям своих членов. На социальную адаптацию и социализацию молодого индивида, приобретение им образования и определенного социального капитала уходит длительное время. Специфика молодежи как особой социальной группы в современном обществе заключается в том, что все ее члены в своей жизни, так или иначе, находятся в процессе формирования своей социальной личности, раскрытия и реализации своего социального потенциала. Значительное количество молодых людей, в первую очередь, студенты и учащиеся, не имеют собственного определенного социального статуса, занимая в статусной структуре общества место в зависимости от социального положения родителей или от своего будущего статуса, связанного с получением профессии. В то же время, если статус взрослого человека всецело определяется его профессиональной востребованностью, объемом накопленного социального капитала и реально занимаемым положением в статусной структуре, молодой индивид часто помимо основного занятия включен в структуру неформальных отношений, участвуя в молодежных движения, субкультурных образованиях, политических, религиозных или иных организациях, и этот неформальный статус имеет для него существенное значение.

Процесс социализации – продолжается на протяжении всего периода детства и юности человека. И таким образом, общество «как бы» подгоняет индивида под свой стандарт всю его жизнь, он раскрывает для себя все новые и новые грани существования в социальном коллективе, учится соответствовать предъявляемым к нему разнообразным требованиям, последовательно осваивает новые социальные роли.

В группу, обозначаемую совокупным названием «молодежь», входят не только юноши, но и люди более старшего возраста, который можно обозначить как «раннюю зрелость». После двадцати лет направленность процесса социализации несколько меняется: основной жизненной задачей в этом возрасте становится поиск партнера для заключения брачного союза и начала самореализации в профессиональной деятельности.

Молодая, становящаяся личность нуждается в целенаправленном, ценностноориентированном воспитании о стороны общества.

«Ценности, — писал В.П. Тугаринов, — это то, что нужно людям для удовлетворения потребностей и интересов, а также идеи и их побуждения в качестве нормы, цели и идеала».[[1]](#footnote-1) Сегодня рушатся ценности, которые еще вчера казались стабильными, т.к. исчезают социальные гарантии, растут экономические катаклизмы.[[2]](#footnote-2) Молодые люди значительно больше подвержены влияниям извне, активнее стремятся к получению информации, у них обычно шире и разнообразнее круг общения, в силу чего их ценностные установки претерпевают большее внешнее давление. Этим обстоятельством, а также эмоциональной лабильностью[[3]](#footnote-3) молодежи объясняется повышенная динамичность ее ценностных ориентаций.

Молодые люди с оптимизмом смотрят в будущее, ожидая успешной самореализации. Для значительной части молодежи жизненный успех воплощается в достижении высокого имущественного статуса. На сегодняшний день молодежь намного превосходит людей старшего возраста по качеству образования. Сегодня образование стало фактором укрепления социального неравенства. Дети «власть имущих» и богатых имеют возможность попасть в узкую группу, которая в будущем получит доступ к рычагам власти в экономике и политике.[[4]](#footnote-4) Получение высшего образования рассматривается как путь к жизненному успеху и соответственно, как ценность.

Выбор специальности и места работы, согласно ответам молодых респондентов, преимущественно тоже определяется финансовыми соображениями, возможностью получения более высоких доходов, а карьерный рост и профессиональная самореализация как ценностные ориентиры остаются далеко позади.[[5]](#footnote-5)

Реальные перспективы достижения жизненного, в том числе и материального успеха оцениваются молодыми людьми в зависимости от их устроенности в жизни на сегодняшний день.

Будущее общества напрямую зависит от института брака и семьи, от того какое место в сознании людей занимают соответствующие ценности - любовь, гармоничные отношения, рождение детей, родные и близкие, дои и семейное благополучие. Анализ показывает, что в условиях общесоциального кризиса, который мы переживаем сегодня, и семья, и образование тоже находятся в кризисном состоянии. По-прежнему велико число разводов, брошенных детей и стариков, детей, убегающих из дома, нередки жестокость по отношению к детям и старикам, — все это признаки социального нездоровья семьи.[[6]](#footnote-6) Серьезную проблему для настоящего и будущего России составляет угроза депопуляции, кризис рождаемости и снижение средней продолжительности жизни. Таким образом, демографическая ситуация в России требует неотложных специальных мер по материальной и социальной поддержке семьи, особенно молодой, пропаганде семейного образа жизни.

В подростковом и юношеском возрасте политическая социализация приобретает специфические особенности, которые определяются тем, что отношение к политике подростка и молодого человека является гораздо более осознанным, чем отношение ребенка. Суть политической социализации молодежи заключается поэтому в целенаправленном воспитании культуры политического мышления, рационального подхода к решению политических проблем, умения противостоять попыткам манипулирования массовым сознанием со стороны определенных политических сил и деятелей. Политическая зрелость индивида наступает тогда, когда он научается противостоять давлению пропаганды, разбираться в игре политических интересов и влияний, формировать собственные рациональные суждения по поводу политических событий и самостоятельно нести ответственность за свой политический выбор.

Что касается культурных ценностей, то их роль в обществе особенно велика, поскольку именно на их основе осуществляется культурная самоидентификация молодых людей. Этот процесс заключается в выработке представления о себе самом как целостности посредством определения границ собственной культурной идентичности, когда индивид ощущает себя частью той или иной культурной общности, отождествляя себя с конкретной культурой – этнической, конфессиональной, классической, массовой, или иной субкультурой – криминальной, уличной и т.д. На формировке ценностей молодежи в сфере культуры большое влияние оказывают популярные средства массовой информации, пропагандирующие образцы определенного стиля и образа жизни, модели поведения, мировоззренческие установки. Культурные ценности современной молодежи выступают основанием молодежной субкультуры. Несмотря на социальную, имущественную, образовательную неоднородность молодежной среды и принимая во внимание множество молодежных субкультур, нельзя отрицать о наличие у них общих качеств и характеристик. Таким образом, российскую субкультуру характеризует контркультурная направленность, воплощенная в осознанном и часто агрессивном отчуждении от ценностей старших поколений. У молодежи доминирует развлекательно-рекреативная направленность своего свободного времени (тусовки, телевизор, «приятное ничегонеделание»)

Таким образом, состояние культурных ценностей молодого поколения свидетельствует о развитии в этой сфере негативных процессов, которые в совокупности можно назвать оскудением и деградацией, отчуждением от классических и вообще традиционных образцов. Эти процессы связаны с поиском новых, адекватных времен и запросам молодежной аудитории форм культурной самоидентификации.

**2. Эссе на тему: «Социология здоровья и медицины» по статье В.А. Алексунина, С.А. Митькова «Социальные аспекты платных медицинских услуг», 2006 г.**

АЛЕКСУНИН Владимир Алексеевич – кандидат экономических наук, профессор кафедры маркетинга и рекламы Российского торгово–экономического университета (РГТЭУ).

МИТЬКОВ Сергей Алексеевич – аспирант Московского университета потребительской кооперации.

Одной из первых социальных задач развития российского общества является улучшение медицинского обслуживания. Немало проблем, возникает в ходе перехода от бесплатного здравоохранения к обязательной страховой и коммерческой медицине. Как показывает практика, государство в редких случаях способно полностью и качественно удовлетворить потребность населения в необходимых медицинских услугах.

Платная медицинская помощь давно уже не удивляет население. В стране сформировался обширный и своеобразный рынок платных услуг. К сожалению, параметры этого рынка и формирующие его факторы, по объективным и субъективным причинам, изучены пока недостаточно. Вместе с тем, такая информация представляет практический интерес для организаций и учреждений, имеющих отношение, как к платному, так и к бесплатному медицинскому обслуживанию.

Так на вопрос «Что побуждает Вас пользоваться платными медицинскими услугами?» - получили следующие данные: наиболее значимые факторы обращения граждан в платные медицинские учреждения:

1. качественная медицинская помощь - (62,7% опрошенных),

1. высокий уровень сервиса - (43,3 %),
2. отсутствие возможности получить услуги бесплатно - (24 %),
3. репутация и известность медицинского учреждения - (22 %)
4. высокая скорость обслуживания - (18 %).

Эти показатели свидетельствуют о переходе от практики ценовой конкуренции предприятий в данной сфере (что характерно для слаборазвитых рынков с низкой покупательной способностью населения) к практике конкуренции на основе высокого качества, предоставления широкого набора дополнительных услуг.

Стоит отметить, что при принятии решения об обращении в медицинское учреждение потенциальный пациент в наименьшей степени задумывается об удаленности медицинского учреждения от места его проживания или работы (2,7 %), отдавая приоритет качеству обслуживания.

Все большее значение приобретает репутация медицинского учреждения, складывающаяся из профессионализма врачей и обслуживающего персонала, длительности периода работы предприятия и гарантиях, получаемых пациентом за выполненную работу.

Основную группу конкурентов частных медицинских учреждений составляют платные отделения государственных медицинских учреждений. Именно они способны нести минимальные издержки по содержанию и могут предложить низкие цены. Однако, во многих случаях уровень квалификации врачей в этих учреждениях ниже, чем в коммерческих учреждениях.

Опрос показал, что наибольшим спросом пациентов, обращающихся за платной медицинской помощью, являются услуги:

1. стоматологов (32 % всех обращений),
2. терапевта (25%),
3. гинеколога (21 %).

В заключение хочу добавить:

Платная медицина, по - моему мнению, всегда будет преобладать и по качеству и по гарантиям. Что тут обсуждать, если каждый понимает, что проще заплатить подороже и достаточно долгое время не думать об этом. В такой ситуации возрастает необходимость исследований рынка платных медицинских услуг.

Алексунин подчеркивает то, что существенные различия социально-экономических показателей регионов страны и особенности развития в них платной медицины, делают наиболее ценными именно региональные исследования.

Полученная информация может быть эффективно использована в сфере государственного здравоохранения, а также предпринимателями для определения объемов, структуры и качественных характеристик деятельности коммерческих учреждений на рынке платных медицинских услуг, который становится все более насыщенным.

1. **Словарь социологических понятий.**
2. Социология молодежи – область социологии, изучающая поведение социально-демографической группы, находящейся на переходной стадии, переживающей важный этап семейной и внесемейной социализации, интернализации норм и ценностей, складывания социальных и профессиональных ожиданий, ролей и статуса, что выражается в специфически молодежных понятиях молодежной субкультуры.
3. Культура – возделывание, освоение, гуманизация, облагораживание человеком природы, совершенствование всего того, что человек находит естественно данным, стихийно возникшим в природе, обществе и себе самом; все созданное руками и разумом человека.
4. Образ жизни – формы человеческой жизнедеятельности, типичные для исторически конкретных социальных отношений. Фиксируя особенности общения, поведения, склада мышления людей в трудовой, общественно-политической, бытовой и др. сферах.
5. Образование – социальный институт, выполняющий экономическую, социальную, и культурную функции в обществе.
6. Социальная адаптация – процесс активного приспособления индивида к изменившейся среде с помощью различных социальных средств. Представляет собой элемент деятельности, функцией которого является освоение относительно стабильных условий среды, решение повторяющихся, типичных проблем путем использования принятых способов социального поведения, действия.
7. Субкультура – культура социальной или демографической группы; в чем-то ограниченная культура социальной общности, обусловленная бедностью ее социальных связей, неполнотой или затрудненностью доступа для нее к культурному наследию.
8. Индивид – отдельный обособленный член социальной общности: народа, общества, класса, данной социальной группы.
9. Личность – устойчивая система социально-значимых черт, характеризующих индивида, продукт общественного развития и включения индивидов в систему социальных отношений посредством активной предметной деятельности и общения.
10. Социальная роль – социальная функция, модель поведения, объективно заданная социальной позицией личности в системе общественных или межличностных отношений.
11. Ценностная ориентация личности – разделяемые личностью социальные ценности, выступающие в качестве целей жизни и основных средств достижения этих целей жизни и основных средств достижения этих целей в силу этого приобретающие функцию важнейших регуляторов социального поведения индивидов.
12. Социальная политика – деятельность партии и государства по управлению развитием социальной сферы общества, направленная на подъем трудовой и общественно-политической активности масс удовлетворение их интересов и потребностей, утверждение социалистического образа жизни.
13. Брак – социальный институт, представляющий собой совокупность социальных норм, санкционирующих взаимоотношения мужчины и женщины, а также систему их взаимных обязанностей и прав, существенных для функционирования семьи и жизнедеятельности семейной группы.
14. Контркультура – политическое и идеологическое движение западноевропейской и североамериканской молодежи левоэкстремистской направленности, возникшее в начале 60 г.г. XX в. И достигшее кульминации, социальные причины которой заключаются в – противоречии внутри капиталистической системы, безработица молодежи, несовершенство системы образования, духовный разрыв между поколениями.
15. Социальные проблемы молодежи – круг проблем социально-демографической группы, переживающей период становления социальной зрелости, вхождения в мир взрослых, адаптации к нему и будущего его обновления. Границы группы размыты с возрастом 15-30 лет.
16. Социальные проблемы подростков – проблемы особой социально-демографической группы, к которой принадлежат 12-16 летние. Подростковый возраст как биопсихосоциальный феномен отличают связанные с гормональными изменениями в организме черты порывистости, неустойчивости желаний, нетерпимости, дерзости, любопытства, готовности к жертве и т.д.
17. Выбор профессии – выбор индивидом определенного вида трудовой деятельности в рамках структуры потребностей народного хозяйства в кадрах, сложившейся на основе существующего разделения труда.
18. Семья – социальная система, имеющая черты социального института и малой социальной группы. Характеризуется совокупностью норм, санкций и образцов поведения, регламентирующих взаимоотношения между супругами, родители, детьми, родственниками и др.
19. Социализация – процесс становления личности , обучения и усвоения индивидом ценностей, норм, установок, образцов поведения, присущих данному обществу, социальной общности, группе.
20. Общество – исторически развивающаяся совокупность отношений между людьми, складывающихся в процессах их совместной деятельности.
21. **Список использованной литературы.**
22. Волков Ю.Г. Социология. Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 572 с. – ( Высшее образование).
23. Общая социология: Учебное пособие/Под общей редакцией проф. Эфендиева А.Г. – М.:ИНФРА-М, 2000. – 654 с. – (Серия «Высшее образование).
24. Краткий словарь по социологии/ Под общ. ред. Гвишиани Д.М., Лапина Н.И.; Сост. Э.М. Коржева, Н.Ф. Наумова. – Политиздат, 1989. – 479 с.
25. Психофизиология. Словарь/Авт. М.М. Безруких, Д.А.Фарбер// Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах/Ред.-сост. Л.А. Карпенко/ Под общ. ред. А.В. Петровского. — М.: ПЕР СЭ, 2006. — 128 с.
26. Тугаринов В.П.// Избранные философские труды. Л.,1998. С.271.

Социология молодежи. Учебник.//Отв. ред. В.Т. Лисовский. СПб., 1996.

Социология в России/Под ред. В.А. Ядова. Издание второе, переработанное и дополненное. М., 1998.

Зоркая Н., Дюк Н./Ценности и установки российской молодежи. Журнал ВЦИОМ «Мониторинг общественного мнения».

«Социология здоровья и медицины» // В.А. Алексунин, С.А. Митьков «Социальные аспекты платных медицинских услуг», 2006 г.

1. Тугаринов В.П. Избранные философские труды. Л.,1998. С.271. [↑](#footnote-ref-1)
2. Социология молодежи. Учебник. Отв. ред. В.Т. Лисовский. СПб., 1996. [↑](#footnote-ref-2)
3. Эмоциональная лабильность — неустойчивость эмоциональных состояний, быстрая смена одних эмоций другими (например, радости — грустью и наоборот). Эмоциональная лабильность — один из признаков дискоординации высшей нервной деятельности. Психофизиология. Словарь/Авт. М.М. Безруких, Д.А. Фарбер // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах/Ред.-сост. Л.А. Карпенко. Под общ. ред. А.В. Петровского. — М.: ПЕР СЭ, 2006. — 128 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Социология в России. Под ред. В.А. Ядова. Издание второе, переработанное и дополненное. М., 1998. [↑](#footnote-ref-4)
5. Зоркая Н., Дюк Н. Ценности и установки российской молодежи. Журнал ВЦИОМ «Мониторинг общественного мнения» [↑](#footnote-ref-5)
6. Человек и образование в современной России. Под ред. Л.А. Вербицкой, В.Т. Лисовского, В.Т. Пуляева. СПб, 1998. [↑](#footnote-ref-6)