

24,4% опрошенных. Таким образом, сумма негативных оценок ситуации в стране в рассматриваемой электоральной когорте составила 78,4%. Это самые высокие негативные оценки среди электоральных когорт всех кандидатов. При этом у 73% избирателей Г. Зюганова их личная жизненная ситуация за последний год никак не изменилась.

Среди социальных проблем, которые важны для сторонников Г. Зюганова, на первые места вышли: «высокие цены на тарифы ЖКХ» – 56,8%, «коррупция в органах власти» – 54,1%, «рост цен на продукты и лекарства», а также «низкое качество услуг в сфере здравоохранения» набрали по 43,2% ответов респондентов.

Потенциальная электоральная активность сторонников Г. Зюганова на момент опроса оказалась высокой. 81,1% из них заявили о намерении прийти на выборы. При этом всего 8,1% респондентов не участвовали в выборах депутатов ГД – это самый низкий показатель среди электоральных когорт всех кандидатов.

Социально-демографические характеристики сторонников Г. Зюганова также имеют свои особенности. Так, в числе его избирателей преобладают мужчины (64,9%); самая многочисленная возрастная категория (27%) – избиратели в возрасте старше 64 лет. Избиратели в возрасте 45 – 64 лет составили 32,4%. Необходимо отметить, что среди сторонников Г. Зюганова представлены все молодежные категории, но в меньших равных долях. Пенсионеров среди избирателей Г. Зюганова больше, чем в электорате других кандидатов (35%), на втором месте – рабочие (24%). Больше половины респондентов данной когорты имеют среднее специальное образование (54,1%), а невысокий уровень дохода (до 10 тыс. рублей на одного члена семьи) у их подавляющего большинства (73%).

Информацию о ситуации в стране и событиях местного уровня данная когорта избирателей получает по телевидению, электронным СМИ (62,6%), газеты читают 46%, а интернетом пользуются 43,2%.

На основе полученных данных можно сделать следующие выводы: электорат Г. Зюганова в основном люди зрелого и пожилого возраста, с невысоким уровнем дохода, активно участвующие в выборах, склонные крайне негативно оценивать ситуацию в стране, предпочитающие при этом традиционным источникам информации. Отметим также, что в электорате Г. Зюганова, как и в электорате В. Путина, преобладают представители старших возрастных когорт, однако они различаются по уровню социального самочувствия, и имеют гендерные различия.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИЛИАЛА В ОБЛАСТИ ПОДГОТОВКИ ВЫСОКОВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Белокурова Е.В., Блажко А.Н.

*Филиал ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет», Нижневартовск,
e-mail: franchesco86@rambler.ru*

В связи с введением новых аккредитационных показателей и с развитием инновационной деятельности ТюмГНГУ – филиала в г. Нижневартовске (далее филиалом ТюмГНГУ) одной из приоритетных задач является подготовка специалистов. В новых условиях труда¹ и социальных предпочтениях² обо-

стрилась потребность в высококвалифицированных и инициативных работниках. И как же, молодому студенту, только что получившему диплом, занять свою нишу в жизни, при этом, не только получив знания, но и ценный разносторонний опыт?

Для решения этой задачи создан инициативный центр «Up!» на базе филиала ТюмГНГУ, который действует с 1 сентября 2012 года.

Инициативный центр «Up!» является действующим на постоянной основе совещательным органом при филиале ТюмГНГУ, созданный с целью разработки взаимодействия студентов и работников филиала для привлечения их к участию в научной, научно-технической, творческой, спортивной и образовательной деятельности университета.

Задачами инициативного центра «Up!» являются:

1. Поднять успеваемость студентов;
2. Повысить процент трудоустройства;
3. Развить научно-общественную деятельность.

Конференции, конкурсы на предприятиях проводятся дифференцированно, т.е. участие принимают только молодые специалисты, а студенты в данном случае – слушатели. Новый подход заключается в том, что на конференциях, конкурсах молодых специалистов будут принимать участие и студенты ВУЗов старших курсов. Участие студентов вовлечет их в изучение материала и сопутствующих дисциплин более глубоко и качественно, что позволяет поднять абсолютную успеваемость на максимальный процент. Главными функциями инициативного центра «Up!» в этом случае будет: договор с предприятиями, отбор кандидатов, содействие в проведении мероприятий.

Наш центр предлагает проводить мастер-классы в университете. По определению, мастер-класс – это демонстрация, передача своих знаний. Данные занятия практически всегда платные, а иногда не подходят по профилю обучения. Инициативный центр «Up!» совместно с администрацией филиала ТюмГНГУ проводит бесплатные профильные мастер-классы для студентов 2-4 курсов с приглашением ведущих специалистов. Результат данной работы – повышение осознания выбранной специальности у студентов.

Трудоустройство является одним из важнейших приоритетов после получения диплома. Инициативный центр «Up!» проводит анализ дефицита специальностей и, исходя из полученных данных позволяет работодателям по-новому подходить к участию и формированию программы обучения, закладывать в условиях специализации свои «фундаменты», активно контактировать с будущими выпускниками, привлекая их для прохождения практики и выбирая будущих сотрудников.

Научная деятельность при университете курируется инициативным центром и направлена на развитие научно-практического потенциала при совместной работе студентов, преподавателей, молодых специалистов предприятий города.

Общественная деятельность не является дублированием работы студенческого совета, а напротив, направлена на содействие и помощь в работе данного органа. Благодаря совместной работе центра с различными общественными организациями проявилась добровольческая деятельность более сотни студентов из университета, повысился уровень нравственно – эстетического поведения, улучшилась социальная адаптация студентов.

Таким образом, можно смело сказать, что благодаря взаимодействию преподавателей и студентов, работодателей, создаются наиболее благоприятные условия для развития личности, поддержки студенческих проектов в рамках культурно-массовых, научных и общественно полезных инициатив.

¹ Совокупность факторов производственной среды и трудового процесса, оказывающих влияние на работоспособность и здоровье работника.

² Условия жизнедеятельности индивида в обществе, как в процессе труда, так и в рамках свободного времени (деятельность на уровне домохозяйства, условия образования и т.д.).

Под руководством инициативного центра «Ur!», студенты – будущие высококвалифицированные специалисты смогут преодолевать препятствия, комфортно чувствовать себя в социальной среде и уверенно смотреть в будущее.

Наша инициативная группа предлагает:

1. Взаимодействие с руководителями, организаторами конференций, конкурсов, круглых столов.
2. Помощь в организации мероприятий.
3. Обмен опытом и знаниями.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СРЕДНЕГО РОССИЙСКОГО ГОРОДА КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Булашкова М.Г., Лебедева С.О.

*Волжский политехнический институт, филиал
Волгоградского технического университета, Волжский,
e-mail: mariagennadevna@mail.ru*

Процессы, протекающие в современных городах, оказывают воздействие на жизнь всего общества. Современная глобальная экономика – прежде всего экономика городов: ныне в городах проживает половина населения планеты, и каждый год городское население Земли увеличивается на 65 млн. человек. В городах производится более 80 процентов мирового ВВП, а на 600 крупнейших городских центров (City 600), с численностью населения более одного миллиарда, приходится около 60 процентов мирового ВВП.

В условиях глобализации, которая усиливается, всё больше создается условий для усиления присутствия в мировом пространстве разных по масштабу пространственно-территориальных единиц, в том числе и средних городов, в которых динамика происходящих процессов определяется тем особым положением, которое они занимают между городскими агломерациями и сельскими поселениями, а также присутствием в них научно-промышленного потенциала, который значительно усиливает их конкурентоспособность [1].

Для теоретического осмысления и практического понимания роли средних городов в глобальном развитии необходим новый концептуальный подход, опирающийся на новейшие технологии и разработки в области урбанистики, области развития мировой экономики. Большинство особенностей средних городов в мировой практике определяются их статусом, институциональной природой, набором неформальных институтов и ментальностью сформировавшейся здесь городской жизни. Являющийся объектом многочисленных научных исследований разных областей знаний средний город до сих пор остается недостаточно выверенной научной дефиницией. С социологической точки зрения средний город представляет исследовательский интерес, прежде всего, как специфическая форма общности людей и его целостность может быть раскрыта на основе понимания социальной сущности, законов его развития. С этих позиций город может быть определен как социально-пространственная целостность, в которой социальная и пространственная среда находятся в постоянном взаимопроникновении и взаимодействии. Социология исследует город под углом зрения социальных процессов – как условие оптимальной жизнедеятельности различных групп и категорий городского населения, способных удовлетворять свои потребности в работе, жилье, общении, организации и проведении досуга [2].

Для среднего города, как социокультурного феномена, обретение идентичности связано с таким понятием, как бренд города, который помогает городу

в конкурентной борьбе и привлекает миграционные, финансовые, информационные потоки. Именно в условиях среднего города в полной мере раскрывается значение социокультурного потенциала как фактора устойчивого и гармоничного развития города. Урбанистическая среда – самая интернациональная в мире, город максимально нивелирует условия труда и жизни населения. Но вот что удивительно: при всей унификации похожих городов нет, как нет и не может быть единой городской культуры. Это обусловлено, прежде всего, качественными характеристиками города, к которым можно отнести: уровень социальной дифференциации видов деятельности, территории и пространства; социокультурную гетерогенность; уровень социокультурной мобильности; уровень социокультурной динамики; уровень вариативности и альтернативности сознания и поведения; интенсивность социопрограммной мобильности; широкие возможности выбора моделей поведения; уровень инновационной активности; информационную насыщенность среды; личностную локализацию городской жизни; личностный выбор оснований и стратегий поведения.

Таким образом, средний город обладает определенными специфическими свойствами, которые формируют основы социально-экономической стабильности, культурных стандартов и традиций; являются механизмом самоорганизующегося взаимодействия социокультурных пространств социальных общностей; определяют условия для развития действующих городских сообществ на основах самоорганизации. Средний город является площадкой, на которой могут реализовываться модели развития «оптимальных городов», создающих комфортную среду обитания (по сравнению с большими городами) – зеленую, экологичную, и лишенную стресса.

Список литературы

1. Старовойтов М.К. Особенности управления развитием среднего города в условиях становления социально ориентированной экономики и формирования информационно-индустриального общества: монография / М.К. Старовойтов, Л.Н. Медведева. – М.: МАКС Пресс, 2008. – 264 с.
2. Лебедева С.О. Город как социокультурный феномен / С.О. Лебедева, Е.А. Приходько // Научное обозрение. – 2010. – № 4.

МОТИВАЦИЯ СТУДЕНТОВ ПРИ ПОСТУПЛЕНИИ В МЕДИЦИНСКИЙ ВУЗ

Галимова А.И.

ПГМА, Пермь, e-mail: aigul505.94@yandex.ru

Врач должен обладать – взглядом сокола, руками девушки, мудростью змеи и сердцем льва.

Авиценна

В настоящее время задачей медицинского вуза является не только дать студентам полноценные знания в области медицины и обучение постоянному их пополнению, но и ориентировать студентов на самосовершенствование в выбранной ими специальности. Как сказал А. Амийель, идеальный врач – это человек, обладающий глубинным знанием жизни и человеческой души, который интуитивно распознает любое страдание и боль любого рода и восстанавливает мир одним своим присутствием. Однако данные качества не возникают из ничего, они постепенно формируются в процессе обучения. А какими пришли в ПГМА нынешние студенты первого курса на факультет педиатрии? Чтобы узнать это, и было проведено одномоментное анкетирование.

Цель исследования – проанализировать мотивацию студентов при поступлении в медицинский ВУЗ.

Материалы и методы. Было проведено одномоментное анкетирование среди студентов первого курса педиатрического факультета. В анкетировании на