

Социология. Социальная работа

УДК 33:364

Н.Ю. Щека, О.В. Красильникова

«ДОГОНЯЮЩАЯ БЕДНОСТЬ» СТУДЕНТОВ ВУЗОВ
КАК СОВРЕМЕННАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА
(на примере АмГУ)

Данная статья посвящена изучению проблемы бедности среди учащейся молодежи.

The given to a studying a problem of poverty among studying youth.

Термин «студенчество» обозначает собственно студентов как социально-демографическую группу, характеризующуюся определенной численностью, половозрастной структурой, территориальным распределением, определенными ролью и статусом, стадией социализации (студенческие годы), которую проходит значительная часть молодежи и которая характеризуется своими социально-психологическими особенностями.

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. Являясь составной частью молодежи, студенчество представляет собой специфическую социальную группу, характеризующуюся особыми условиями жизни, труда и быта, социальным поведением и психологией, системой ценностных ориентаций. Эта социальная группа наиболее остро реагирует на перемены, происходящие в современном трансформирующемся обществе. Студенты характеризуются: мобильностью, быстрой адаптацией к новым условиям, инновациям. У них своя субкультура, свое понимание моды. Сегодня мода во многом детерминирует мировоззрение современного человека. И именно мода, модные течения, стили, модные вещи и направления, модные стандарты поведения позволяют этой потребности реализоваться. Как субъект модного поведения, студенчество относится к одной из двух групп («творцы моды» и «потребители моды») – к «потребителям моды». Как и другие социальные группы, оно подвержено воздействию общих тенденций моды, но в студенческой среде мода имеет отличительные черты, формы и механизмы своего проявления. Склонность молодежи к инновациям и экспериментам в наибольшей степени (по сравнению с другими группами) инициирует модное поведение для членов.

В сознании студента мода представлена в виде ценности – цели, которая определяет характер жизнедеятельности человека как в плане взаимодействия его с предметным миром, так и в плане взаимодействия с социальной средой и самим собой. Ориентация в модном поведении обязательно включает в себя мотивы следования моде. Следуя ей, молодой человек способствует символизации, формированию, укреплению своего «Я», своей личностной идентичности, самосознания, причем преимущественно в демонстративных и игровых формах.

Студент еще не обладает реальными возможностями для повышения своего социального статуса (он в большинстве случаев зависит от материального положения родителей), успехи в учебе также малозначимы для его сверстников, поэтому подавляющее большинство из них ориентируется на внешние знаки моды для повышения своего престижа. Мода создает иллюзии. В молодежной среде она дает возможность

иллюзорного приобщения к более высокому социальному статусу и является средством повышения социального престижа. Однако большинство студентов не может позволить себе приобретать новинки, следовать моде из-за низкого уровня доходов. Это приводит к специфической проблеме молодежи, в том числе студенчества, – догоняющей бедности. Догоняющая бедность – социокультурное явление, показывающее стремление к достижению субъектами бедности стандартов и уровня жизни экономически более обеспеченных социальных групп. Проявляется в потреблении престижных благ и ценностей, при этом относительная цена престижных покупок для бедных гораздо выше. Стремление «догнать» потребительские и жизненные стандарты более обеспеченных приводит к нерациональному распределению материальных средств при изначальной ограниченности доходов, а также повышает вероятность возникновения ценностно-нормативного конфликта внутри бедных категорий. В современном обществе престижного потребления, где реклама играет важную роль, проблема догоняющей бедности приобретает особую актуальность. Она, как и любая социальная проблема, характеризуется рядом признаков (таблица).

Основание для классификации Характеристика

1 2

- | | |
|---|---|
| 1. Источник проблемы | Социальное неравенство, т.е. различные исходные условия и возможности развития личности, а также противоречия между идеалом, ценностью, стандартом и действительностью. |
| 2. Тип проблемы | 1. В соответствии с определенными сферами общественной жизни – социально-экономическая.
2. В зависимости от субъектов, носителей – общечеловеческая, но более остро подвержена этой проблеме молодежь.
3. По территориальному признаку – глобальная.
4. По значимости – бедность как реальность основная, догоняющая бедность – второстепенная.
5. По масштабам – крупномасштабная.
6. По устойчивости – устойчивая;
7. Типу связи между социальными проблемами – связанные между собой (пример: догоняющая бедность может служить причиной девиантного поведения). |
| 3. Субъект проблемы | Студенты |
| 4. Определение внешних оснований проблемы | Изменение условий среды, новая обстановка, «общажная» субкультура;
Влияние рекламы на потребление;
Нестабильное экономическое положение. |
| 5. Выявление динамики проблемы | Пока невозможно проследить динамику, потому что данная проблема возникла недавно. |
| 6. Свойства проблемы | 1. Масштаб проблемы – глобальная.
2. Локализация в пространстве и времени – с развитием индустриального и переходом к постиндустриальному обществу возникает понятие «догоняющая бедность».
3. Потери, которые несет общество в связи с существованием данной проблемы, – агрессия, девиантное поведение.
4. Социальные последствия – стресс, фрустрация, депривация, социальная конфликтность, социальная напряженность, преступность. |

Продолжение таблицы

1 2

- | | |
|--|------------------------------|
| 7. Социальные теории, объясняющие данную проблему общества | 1. Теории массового общества |
|--|------------------------------|

Основой массового общества называют массовое производство стандартизированных вещей, манипулирование вкусами и взглядами людей. «Массовой» именуют социальную структуру, в которой человек нивелируется, становится безликим элементом социальной машины, подогнанным под ее потребности.

2. Символический интеракционализм

(Чарльз Кули, Блумер)

Объективные обстоятельства сами по себе не создают социальной проблемы. Социальная проблема возникает в той мере, в какой конкретные люди оценивают условия как неблагоприятные.

3. Феноменологическая теория

(Альфред Шюц, Питер Бергер)

Для конструирования социальной проблемы существенно не то, как объективны условия, а то, как эти условия переживаются в сознании людей.

4. Концепция конфликта

(Козер, Дарендорф, Боулдинг).

Основной причиной возникновения социальных проблем является расслоение общества на богатых и бедных, на имеющих власть и не имеющих. В результате конфликта между этими группами возникают социальные проблемы.

5. Теория демонстративного поведения

(Т. Веблен, В. Зомбарт, Р. Куниг).

Средством демонстрации статуса является высокая цена демонстративно потребляемых вещей. Демонстративное потребление – это «использование потребления для доказательства обладания богатством», потребление «как средство поддержания репутации».

В настоящее время основаниями «догоняющей бедности» являются не только субъективные, но и объективные причины, в частности, регулирование уровня жизни студентов следующими документами:

1. Постановление Правительства Р.Ф. «О стипендиальном обеспечении и других формах материальной поддержки учащихся федеральных государственных образовательных учреждений начального профессионального образования, студентов федеральных государственных образовательных учреждений высшего и среднего профессионального образования, аспирантов и докторантов» (от 27.06.01 № 487).

2. Федеральный закон «О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» (от 21.12. 96 г. № 159-ФЗ).

3. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24.11.95, №181-ФЗ).

4. Федеральный закон «О прожиточном минимуме в Российской Федерации» (от 24.10.97 № 134-ФЗ).

5. Федеральный закон «О потребительской корзине в целом по Российской Федерации» (от 31.03.06 № 44-ФЗ).

Перечисленные законодательные акты регламентируют определение прожиточного минимума и потребительской корзины.

Прожиточный минимум – стоимость набора товаров и услуг, необходимых для удовлетворения первоочередных потребностей человека в среднем за год.

Потребительская корзина включает минимальные наборы продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности.

За основу взяты нормы физиологических потребностей мужчин, женщин, детей, а также рекомендации Всемирной организации здравоохранения. Например, мужчинам положено 86,9 г белка в сутки, женщинам – 67,6 г, пенсионерам – 65,1 г.

Потребительская корзина для основных социально-демографических групп населения (трудоспособное население, пенсионеры, дети) в целом по Российской Федерации определяется не реже одного раза в пять лет.

Нами было проведено исследование, ставящее целью определить подверженность студентов АмГУ проблеме «догоняющей бедности». Для этого мы провели опрос студентов и экспертов в сфере социального обеспечения студентов. В анкетировании приняли участие 98 студентов АмГУ. Были опрошены студенты гуманитарных факультетов – ФСН и ЮФ. Субкультура и ценности студентов этих факультетов различаются.

На основании полученных данных мы пришли к следующим выводам.

Основными социальными проблемами, беспокоящими студентов АмГУ, являются проблемы трудоустройства и трудное материальное положение. Студенты факультета социальных наук считают основной социальной проблемой, которая препятствует их самореализации, трудное материальное положение – 38,2% от общего числа опрошенных, для студентов ЮФ этот показатель равен 16%. Старшекурсников беспокоят трудности с трудоустройством, что отметили 53% опрошенных. Студенты первого курса, как правило, отвечали, что их особо ничего не беспокоит – 35,1% от общего числа первокурсников.

Очевидно, они еще недостаточно осознали проблемы, которые перед ними возникнут. Как показывают результаты исследования, студенты не способны обеспечить себя самостоятельно. Среди основных источников доходов почти все опрошенные отмечают помощь родителей (73%), всего 30% респондентов указали на стипендию. 15,3% отметили, что среди их источников доходов имеют место случайные заработки. Эти ответы свидетельствуют, что студенты во многом зависят от уровня доходов родителей, их материальной обеспеченности, а от стипендии – в значительно меньшей степени.

Студенты ФСН указали, что в среднем им необходимо 8 тысяч в месяц, студенты ЮФ – 14 тысяч. При этом первому курсу нужно в среднем 10 тысяч, а старшему – 7500.

Для максимального удовлетворения своих потребностей студенты ФСН хотели бы в среднем тратить 20 тысяч, а студенты ЮФ – 40 тысяч. 8% от общего числа опрошенных не указали определенной цифры, а ответили, что много. Первокурсники в среднем хотят тратить 25 тысяч, а старшекурсники – 33 тысячи.

Чтобы минимально удовлетворить свои потребности студенты ФСН в среднем тратят 5900 руб., а студенты ЮФ – 9800 руб. Студенты первого курса тратят в среднем 6 тысяч, старшекурсники – 8 тысяч.

Полученные данные свидетельствуют, что студенты юридического факультета в большей степени ориентированы на престижное потребление. Однако большая разница между желаемыми и реальными возможностями характерна для всех студентов. Следовательно, это общая тенденция, которая доказывает, что проблема «догоняющей бедности» присуща всем студентам.

Как показало исследование, существует расхождение между суммой, которую они тратят на товары и услуги в реальности, тем, сколько им необходимо, чтобы минимально удовлетворить потребности, и тем, сколько они хотели бы тратить. Разница трат на продукты питания, предметы первой необходимости составляла в среднем от 500 до 1500 руб. по всем курсам и факультетам. Разница в тратах на одежду, услуги культуры была значительнее, составляя 5-8 тысяч. Это еще раз свидетельствует, что студенты ориентированы на престижное, демонстративное потребление.

Однако, несмотря на то, что денег студентам не хватает, тратят они их нерационально, не экономят. Эта тенденция присуща всем опрошенным. Респонденты (84,6% от общего числа) указали, что покупают продукты в супермаркете, обосновав это тем, что так им удобно (27,5%), недалеко от дома (34,7%).

Вышеотмеченная тенденция проявляется и в вопросе о покупке одежды. Самым распространенным был ответ – в магазине (71,4% от общего количества опрошенных), независимо от курса и факультета. Однако среди студентов ФСН вторым по

распространенности был ответ – на рынке (38,2% от числа студентов ФСН), а будущие юристы указали, что покупают одежду в бутике (45,3% от числа студентов ЮФ). Следовательно, студенты ФСН менее обеспечены и стараются сэкономить на одежде. Результаты опроса выявили, что основными товарами и услугами, на которые не хватает денег, у студентов ФСН оказались отдых и развлечения (41% от общего числа опрошенных студентов ФСН), у студентов ЮФ – на поддержание внешнего вида – одежда, салоны красоты (28,3%). 8,2% от общего числа респондентов ответили, что им хватает денег на все. Старшекурсникам не хватает денег на отдых и развлечения (20,5%), а 14,5% первокурсников – на покупку автомобиля. Если бы студенты имели большое количество денег, то они потратили бы их на покупку квартиры – 30,6% всех респондентов, независимо от факультета и курса.

Студенты не чувствуют себя бедными по отношению к другим. Учитывая свои материальные возможности, 64,3% респондентов идентифицируют себя со средним слоем. Они обосновали это тем, что у студентов есть источники доходов (помощь родителей и стипендия) и хватает денег на минимальное удовлетворение потребностей. 30,6% опрошенных ответили, что относятся к бедному слою потому, что сами не могут зарабатывать достаточное количество денег, а прожить на стипендию, которая ниже прожиточного минимума, практически невозможно.

Прожиточным минимумом студенты не удовлетворены 53,1% от общего числа респондентов. Так же оценивают и потребительскую корзину, указывая на то, что она практически не соответствует их потребностям.

В целом материальное обеспечение студентов респонденты оценили как среднее – 34,7%. Однако 38% опрошенных из числа студентов ФСН ответили, что для студентов характерно низкое материальное обеспечение, в то время как студенты ЮФ относили студентов к достаточно обеспеченным – 21,8%. Таким образом, проведенное исследование показывает, что для студентов АмГУ характерно существование проблемы «догоняющей бедности».

Данная тенденция нашла подтверждение и при анализе опроса экспертов, который позволяет сделать следующие выводы.

Эксперты считают, что студенты относятся к бедному слою населения, так как имеют низкий уровень доходов. Респонденты указывают, что студенты не способны обеспечить себя самостоятельно. Среди основных источников доходов все они отмечают помощь родителей и стипендию. Для удовлетворения своих нужд студентам в среднем необходимо 8 тыс. рублей в месяц. По результатам опроса экспертов потребительская корзина в целом удовлетворяет реальные потребности студентов.

Эксперты указали на то, что размер стипендии не соответствует потребностям студентов и студенты не способны прожить только на стипендию без материальной помощи родителей. Эксперты считают, что размером стипендии можно удовлетворить только базовые потребности (еда, предметы первой необходимости).

В целом, по мнению экспертов, студенты подвержены «догоняющей бедности». Это связано с тем, что цены на товары и услуги растут, а материальные возможности остаются теми же.

Таким образом, студенты в основном недовольны своим материальным положением. Особо остро это проявляется среди студентов ФСН. Студенты относят себя к среднеобеспеченному слою. Однако они хотят располагать большим количеством денег, хотя большей массе опрошенных хватает денег для удовлетворения своих минимальных потребностей. Студенты подвергнуты влиянию моды и ориентированы на демонстративное, престижное потребление. Разница в реальных и желаемых тратах приводит и порождает проблему «догоняющей бедности».

1. Блумер Г. Общество как символическая интеракция // Современная зарубежная социальная психология. – М., 2007.
2. Богомолова Н.Н. Массовая коммуникация и общение. – М., 2008.
3. Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М., 2009.
4. Дунаева Е.А. Социология молодежи. – Тобольск, 2007.
5. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М., 2008.
6. Постановление Правительства РФ «О стипендиальном обеспечении и других формах материальной поддержки учащихся федеральных государственных образовательных учреждений начального профессионального образования, студентов федеральных государственных образовательных учреждений высшего и среднего профессионального образования, аспирантов и докторантов» от 27.06.01 № 487.
7. Социология: Энциклопедия / сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н.Соколова, О.В. Терещенко. – М., 2003.
8. Федеральный закон «О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» от 21.12.96 № 159-ФЗ.
9. Федеральный закон «О прожиточном минимуме в Российской Федерации» от 24.10.97 №134-ФЗ.
10. Федеральный закон «О потребительской корзине в целом по Российской Федерации» от 31.03.06 № 44 ФЗ.