


ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ «КУБОК 7/89» В 2015 ГОДУ

Вы провели исследование на интересную тему?

Проявили нестандартный подход? Получили неожиданные результаты?

Такой проект достоин победы. Жюри ждёт Вашу заявку!

Любые вопросы по заполнению заявки присылайте Анне Благодаровой на ящик kubok@789.ru	
ДАТА заполнения заявки	11.04.2015
Название ПРОЕКТА	«Изучение общественного мнения с целью выявления отношения молодых людей допризывного и призывного возраста к вопросам военно-патриотического воспитания»
Руководитель проекта	Ивасишина Наталья Владимировна
ПОЧЕМУ Вы решили выставить проект на конкурс?	Призыв в армию, как в фильме про Ивана Бровкина, считался ответственным и важным делом. Однако, впоследствии и не в таком далеком прошлом среди молодежи изменилось отношение к армии, к службе в ее рядах, считалось даже «шиком косить от армии». Оценить отношение современных молодых людей к таким понятиям как гражданственность, патриотизм и к службе в рядах Вооруженных сил России.
В чём ЗНАЧИМОСТЬ ТЕМЫ - общественная, научная, экономическая или маркетинговая	Общественная значимость исследования заключается в получении мнений молодых людей допризывного и призывного возраста мероприятий военно-патриотической направленности, которые предлагают обучаемым учебные заведения. Исследуется информированность молодых людей о проведении военно-патриотических мероприятий, их вовлеченность и интерес к исследуемой проблематике. Получены оценки молодых людей об уровне спортивно-физической подготовки. Результаты исследования интересны не только преподавательским коллективам учебных заведений, но и методистам, организаторам и разработчикам различных программ по военно-патриотическому воспитанию молодых людей.
ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ проекта (с разбивкой по этапам)	Полевой этап: февраль-март 2013 года, аналитика: март-апрель 2013 года.
ЦЕЛИ и ЗАДАЧИ исследования	<p>Цель: выявить отношение молодых людей допризывного и призывного возраста к вопросам военно-патриотического воспитания</p> <p>Задачи исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить структуру свободного времяпрепровождения молодых людей (допризывного и призывного возраста) с учетом возрастных характеристик респондентов, места проживания; - оценить информированность молодых людей (допризывного и призывного возраста) о военно-патриотических мероприятиях; - выявить вовлеченность молодых людей (допризывного и призывного возраста) в мероприятия военно-патриотической направленности; - определить уровень спортивно-физической подготовки молодых людей допризывного и призывного возраста; - изучить отношение молодых людей допризывного и призывного возраста к понятиям патриотизм и гражданственность.
ОПИСАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ (не более 1000 знаков; приведите характеристику и обоснование структуры выборки, методов сбора данных и других значимых параметров)	<p>Методы сбора и источники данных:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводился аудиторный опрос, опрашивались молодые люди допризывного и призывного возраста в объеме

	<p>500 человек, обучающиеся в средних общеобразовательных, средне-специальных и высших учебных заведениях муниципальных образований Республики Коми. Ключевые характеристики выборки: возраст, место жительства, занятость.</p> <p>- официальные данные органов государственной статистики.</p>
Обоснование и описание МЕТОДОВ АНАЛИЗА	<p>Использовался стандартизированный вариант обработки данных: статистическая обработка первичной информации, одномерные и двумерные распределения, контент-анализ ответов на открытые вопросы анкеты.</p>
Краткая ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ (специализация, достижения, до 1000 знаков)	<p>Компания существует с 1986 года, специализируется по организации и проведению социологических исследований, в последние десять лет занимается и проведением маркетинговых исследований, создана сеть интервьюеров по республике до 300 человек, для выполнения исследований «под ключ» приглашаются специалисты. Компания с 1986 года активно участвует в полевых работах по исследовательским проектам российских компаний (Института социологии РАН, ВЦИОМа, ФОМа, Санкт-Петербургского университета, ЦЕССИ, КОМКОНа, Башкирова и партнеры, центра Левады, и других, а также компаний нескольких регионов России. Результативно сотрудничает с Заказчиками в лице республиканских и муниципальных органов власти, научно-исследовательских и общественных организаций республики.</p>
КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	
Название компании	Социологическая служба «Общественное мнение Республики Коми»
Сотрудник, отвечающий за общение с Оргкомитетом	Щипицына Анна Владимировна, 89225996256, 89048604430
Адрес для отправки диплома участника (с указанием города и индекса)	167000 г. Сыктывкар, ул. Гаражная дом 25, офис 308
Телефон (с кодом города)	88212302262
Электронная почта	Ivasishina.n@mail.ru
ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА	
	<p>Пожалуйста, вместе с данной заявкой пришлите небольшую презентацию проекта, лучше в формате PowerPoint (но можно и в WORD): не более 15 слайдов\страниц, содержащих краткое описание исследования, полученные выводы, нестандартные методические и организационные решения, которые выделяют это исследование из многих «стандартных». Будет неплохо, если текст будет сопровождаться фотографиями или картинками.</p>
<p>При отсутствии возможности указать заказчика или привести некоторые данные исследования (в силу коммерческой тайны), Вы можете предоставить информацию в комфортном для Вас и Вашего заказчика виде, с соблюдением необходимой степени конфиденциальности.</p>	

1

Благодарим за участие в конкурсе!

Социологическая служба
«Общественное мнение Республики Коми»

«КУБОК 7/89»

Проект:

«Изучение общественного мнения с
целью выявления отношения молодых
людей допризывного и призывного
возраста к вопросам военно-
патриотического воспитания»

г.Сыктывкар, 2015 г.

Социологическая служба «Общественное мнение Республики Коми»
«Военно-патриотическое воспитание»

ПОЧЕМУ Вы решили выставить проект на конкурс?

Призыв в армию, как в фильме про Ивана Бровкина, считался ответственным и важным делом. Однако, впоследствии и не в таком далеком прошлом среди молодежи изменилось отношение к армии, к службе в ее рядах, считалось даже «шиком косить от армии». Оценить отношение современных молодых людей к таким понятиям как гражданственность, патриотизм и к службе в рядах Вооруженных сил России.

Социологическая служба «Общественное мнение Республики Коми»
«Военно-патриотическое воспитание»

Цель проекта: выявить отношение молодых людей допризывного и призывного возраста к вопросам военно-патриотического воспитания

Задачи исследования:

- определить структуру свободного времяпрепровождения молодых людей (допризывного и призывного возраста) с учетом возрастных характеристик респондентов, места проживания;
- оценить информированность молодых людей (допризывного и призывного возраста) о военно-патриотических мероприятиях;
- выявить вовлеченность молодых людей (допризывного и призывного возраста) в мероприятия военно-патриотической направленности;
- определить уровень спортивно-физической подготовки молодых людей допризывного и призывного возраста;
- изучить отношение молодых людей допризывного и призывного возраста к понятиям патриотизм и гражданственность.

Социологическая служба «Общественное мнение Республики Коми»
«Военно-патриотическое воспитание»

Время проведения проекта

- ❖ Полевой этап: февраль – март 2013 года
- ❖ Аналитика: март – апрель 2013 года

Методы сбора и источники данных:

- аудиторный опрос, опрашивались молодые люди допризывного и призывного возраста в объеме 500 человек, обучающиеся в средних общеобразовательных, средне-специальных и высших учебных заведениях муниципальных образований Республики Коми. Ключевые характеристики выборки: возраст, место жительства, занятость;
- официальные данные органов государственной статистики.

Методы анализа

- стандартизированный вариант обработки данных: статистическая обработка первичной информации, одномерные и двумерные распределения, контент-анализ ответов на открытые вопросы анкеты.

Социологическая служба «Общественное мнение Республики Коми»
«Военно-патриотическое воспитание»

Социологическим опросом было охвачено 500 молодых людей из городской и сельской местности республики, обучающихся в разных общеобразовательных учреждениях.

Распределение выборочной совокупности производилось с учетом формирования отдельных групп молодежи: опрос среди школьников разных общеобразовательных школ городов и сел от 15 лет и старше, учащиеся учреждений начального и среднего профессионального образования и студенты высших учебных заведений.

Территориальное размещение выборки охватывало разные учебные заведения городов Сыктывкар, Ухта, Печора и районов Корткеросский, Усть-Куломский и Сыктывдинский.

Социологическая служба «Общественное мнение Республики Коми»
«Военно-патриотическое воспитание»

Структура свободного времяпрепровождения молодых
людей допризывного и призывного возраста

Как Вы оцениваете свободное время?	В среднем, %	Город, %	Село, %
Свободного времени достаточно	26	21	41
Скорее достаточно, чем недостаточно	33	35	29
Скорее недостаточно, чем достаточно	30	32	21
Свободного времени недостаточно	11	12	9
Всего	100	100	100

Выводы по свободному времяпрепровождению молодых людей допризывного и призывного возраста

- При наличии достаточного запаса свободного времени молодые ребята предпочитают пассивные формы отдыха, а также посещение развлекательных мероприятий.
- Активный досуг, включающий в себя широкий спектр досуговых предпочтений, в том числе участие в общественной жизни, характерен для студенческой молодежи.
- У сельской молодежи гораздо меньше возможностей реализовать себя в свободное время.
- Нельзя не учитывать и тот факт, что проявление любой активности вне дома требует от молодых людей дополнительных затрат как материального, так и интеллектуального плана, а также соответствующего развития инфраструктуры досуговой сферы.

Оценка информированности молодых людей (допризывного и призывного возраста) о военно-патриотических мероприятиях

- Своевременная, полная и достоверная информация о существовании и проведении массовых мероприятий является важной составляющей в любой организационной работе, и в особенности при работе с молодежью.
- В ходе анкетирования были заданы вопросы об информированности молодых ребят допризывного и призывного возраста о проводимых военно-патриотических мероприятиях (далее ВПМ) и получены следующие ответы.
- Более половины респондентов (52% в среднем, столько же в городе и 57% в селе) знали о проводимых мероприятиях, но только менее пятой части респондентов (соответственно 17%, 17% и 19%) были очень заинтересованы информацией о ВПМ.

Социологическая служба «Общественное мнение Республики Коми»
«Военно-патриотическое воспитание»

Оценка вовлеченности молодых людей (допризывного и призывного возраста) в мероприятия военно-патриотической направленности

У молодых людей, заинтересованных в получении информации о военно-патриотических мероприятиях, чаще всего интерес вызывают программа и место проведения мероприятия (около 40% ответивших).

Около 80% всех респондентов (несколько больше из числа проживающих в селе, а также из числа ребят допризывного возраста) считают полученную информацию о военно-патриотических мероприятиях достаточной для себя.

Социологическая служба «Общественное мнение Республики Коми»
«Военно-патриотическое воспитание»

Оценка уровня спортивно-физической подготовки молодых людей допризывного и призывного возраста

Удовлетворены ли вы спортивно-физической подготовкой?	В среднем, %	Город, %	Село, %
Полностью удовлетворен	40	39	43
Скорее удовлетворен	43	43	42
Скорее не удовлетворен	12	13	10
Совсем не удовлетворен	5	5	5
	100	100	100

Большинство респондентов (75%) поддерживают организацию и проведение специальных занятий среди молодых людей, нацеленных на повышение их подготовленности к службе в армии.

Социологическая служба «Общественное мнение Республики Коми»
«Военно-патриотическое воспитание»

Отношение молодых людей допризывного и призывного
возраста к понятиям патриотизма и гражданственности

А какой точки зрения Вы придерживаетесь о службе молодых людей в армии?	Респонденты допризывного возраста , %	Респонденты призывного возраста , %
Служба в армии должна быть обязательна, освобождение от службы без уважительной причины — это непатриотический поступок	58	44
Служба в армии должна быть контрактной, так как не все молодые люди могут служить в армии, уклонение от службы нельзя оценивать как непатриотический поступок	40	54
Другое мнение (напишите)	2	2
	100	100

Выводы исследования:

- ✓ Информацией о проводимых по месту жительства респондентов военно-патриотических мероприятиях (ВПМ) владели чуть более половины всех опрошенных респондентов (52%), а заинтересованными в данной информации – 42% участников опроса. Более информированными и заинтересованными в получении такой информации были респонденты, проживающие в селе, а также респонденты допризывного возраста.
- ✓ Причиной отсутствия интереса к проводимым военно-патриотическим мероприятиям респондентами в половине случаев называлось отсутствие свободного времени.
- ✓ Социологический опрос выявил большой разрыв между информированностью и участием в военно-патриотических мероприятиях. Доля респондентов, принимавших непосредственное участие в мероприятиях была от двух до восьми раз меньше по сравнению с долей респондентов, знавших о проведении соответствующих мероприятий.

Выводы исследования:

- ✓ Основным побудительным мотивом для участия в тех или иных мероприятиях военно-патриотической направленности чаще называлось желание проверить свои способности, а также желание узнать, чем занимаются сверстники.
- ✓ По мере взросления у молодых людей снижается ощущение личной значимости военно-патриотических мероприятий.
- ✓ Социологический опрос показал, что девять из десяти респондентов осознают себя гражданами своей страны и патриотами страны.