СОДЕРЖАНИЕ:

Тема 1: Социальная мобильность: сущность, типы, факторы

Введение

1. Сущность социальной мобильности
2. Типы социальной мобильности
3. Факторы социальной мобильности

Заключение

Список литературы

Тема 2: Интервьюирование как разновидность опроса

Введение

1. Опросные методы
2. Интервьюирование

Заключение

Список литературы

**Тема 1. Социальная мобильность: сущность, типы, факторы**

**Введение**

Изучение социальной мобильности было начато П. Сорокиным, опубликовавшим в 1927 г. книгу "Social Mobility, Its Forms and Fluctuation". Он писал: "Под социальной мобильностью понимается любой переход индивида или социального объекта (ценности), т.е. всего того, что создано или модифицировано человеческой деятельностью, из одной социальной позиции в другую.

Важное место в изучении социальной структуры занимают вопросы социальной мобильности населения, то есть перехода человека из одного класса в другой, из одной внутриклассовой группы в другую, социальные перемещения между поколениями. Социальные перемещения носят массовый характер и по мере развития общества становятся все более интенсивными. Социологи изучают характер социальных перемещений, их направленность, интенсивность; перемещения между классами, поколениями, городами и регионами. Они могут носить позитивный и негативный характер, поощряться или, наоборот, сдерживаться.

В социологии социальных перемещений изучаются основные этапы профессиональной карьеры, сравнивается социальное положение родителей и детей.

В социологии также очень широко исследуется проблема социальной мобильности. Если быть точнее, то социальная мобильность - это изменение социального статуса. Есть статус - реальный и мнимый, приписываемый. Любой человек получает определенный статус уже при рождении в зависимости от принадлежности к определенной расе, полу, места рождения, положения родителей.

1. **Сущность социальной мобильности**

Социальной мобильностью называется совокупность социальных перемещений людей, т.е. изменений индивидом или группой социального статуса, места, занимаемого в стратификационной структуре общества. Термин «социальная мобильность» был введен в социологию в 1927 году П.А. Сорокиным.

Разнообразие отношений ролей, позиций приводят к различиям между людьми в каждом конкретном обществе. Проблема сводится к тому, чтобы каким - то образом упорядочить эти отношения между категориями людей, различающихся во многих аспектах.

В самом общем виде неравенство означает, что люди живут в условиях, при которых они имеют неравный доступ к ограниченным ресурсам материального и духовного потребления. Для описания системы неравенства между группами людей в социологии широко применяют понятие “социальной стратификации”.

При рассмотрении проблемы социального неравенства вполне оправдано исходить из теории социально-экономической неоднородности труда. Выполняя качественно неравные виды труда, в разной степени удовлетворяя общественные потребности, люди иногда оказываются заняты экономически неоднородным трудом, ибо такие виды труда имеют разную оценку их общественной полезности.

Именно социально-экономическая неоднородность труда не только следствие, но и причина присвоения одними людьми власти, собственности, престижа и отсутствия всех этих знаков продвинутости в общественной иерархии у других. Каждая из групп вырабатывает свои ценности и нормы и опираются на них, если они размещаются по иерархическому принципу, то они являются социальными слоями.

В социальной стратификации имеет тенденцию наследование позиций. Действие принципа наследования позиций приводит к тому, что далеко не все способные и образованные индивиды имеют равные шансы занять властные, обладающие высокими принципами и хорошо оплачиваемые позиции. Здесь действуют два механизма селекции: неравный доступ к подлинно качественному образованию; неодинаковые возможности получения позиций в равной степени подготовленными индивидами.

Социальная стратификация обладает традиционным характером. Поскольку при исторической подвижности формы ее сущность, то есть неравенство положения разных групп людей, сохраняется на протяжении всей истории цивилизации. Даже в примитивных обществах возраст и пол в сочетании с физической силой был важным критерием стратификации.

Учитывая неудовлетворенность членов общества существующей системой распределения власти, собственности и условий индивидуального развития, все же нужно иметь в виду универсальность неравенства людей.

Стратификация, как и любая другая наука, имеет свои формы. До сих пор мы говорили о неравенстве без учета его формы. Между тем от формы зависит и интенсивность стратификации. Теоретические возможности здесь колеблются от такой крайности, когда любому статусу приписывается одинаковое количество и того и другого и третьего. Крайних форм стратификации не было ни в одном историческом объекте.

Попробуем сопоставить ситуацию, когда в обществе многочисленны социальные слои, социальная дистанция между которыми невелика, уровень мобильности высок, низшие слои составляют меньшинство членов общества, быстрый технологический рост постоянно повышает “планку” содержательного труда на нижних ярусах производственных позиций, социальная защищенность слабых, помимо прочего, гарантирует сильным и продвинутым спокойствие и реализацию потенций. Трудно отрицать, что такое общество, такое межслоевое взаимодействие скорее по своему идеальная модель, чем обыденная реальность.

Большинство современных обществ далеки от этой модели. Или присущи концентрация власти и ресурсов у численно небольшой элиты. Концентрация у элиты таких статусных атрибутов как власть, собственность и образование препятствует социальному взаимодействию между элитой и другими стратами, приводит к чрезмерной социальной дистанции между нею и большинством. Это означает, что средний класс немногочислен и верх лишен связи с остальными группами. Очевидно, что такой социальный порядок способствует разрушительным конфликтам.

Существует два основных вида социальной мобильности - межпоколенная и внутрипоколенная. Они, в свою очередь распадаются на подвиды и подтипы, которые тесно связаны друг с другом. Межпоколенная мобильность предполагает, что дети достигают более высокой социальной позиции либо опускаются на более низкую ступеньку, чем их родители. Пример, сын шахтера становится инженером. Внутрипоколенная мобильность имеет место там, где один и тот же индивид, вне сравнения с отцом, на протяжении жизни несколько раз меняет социальные позиции. Иначе она называется социальной карьерой. Пример: токарь становится инженером, а затем начальником цеха, директором завода, министром машиностроительной отрасли. Первый вид мобильности относится к долговременным, а второй - к кратковременным процессам. В первом случае социологов больше интересует межклассовая мобильность, а во втором - перемещение из сферы физического труда в сферу умственного. Индивидуальная мобильность означает социальное перемещение конкретного человека. К факторам индивидуальной мобильности относятся продвижения по служебно-профессиональной лестнице, связанной с повышением квалификации, уровнем образования, занятием административных должностей, т.е. того, что называется служебной карьерой. Индивидуальная мобильность может быть связана с политической и предпринимательской деятельностью, службой в армии, в церкви и других государственных институтах. Одним из эффективных способов восходящей индивидуальной мобильности считается выгодный брак. Групповая мобильность происходит тогда, когда перемещения совершаются коллективно, изменяется статус той или иной страты. Групповая мобильность имеет место, прежде всего там, где происходят изменения самой системы стратификации. Перемещения происходят коллективно, к примеру, после социальной революции старый класс уступает господствующее положение новому классу. На социальную мобильность населения влияют такие обстоятельства, как изменение условий жизни в городе или сельской местности, получение людьми новых профессий или изменение вида деятельности (скажем, предприниматель целиком посвящает себя политике). Все это представляет собой важный момент функционирования социальной структуры общества. К числу причин, усиливающих социальную мобильность, относится изменение общественного мнения в отношении престижности тех или иных профессий и вследствие этого изменение профессиональных интересов у различных групп людей. Например, большее число людей проявляют интерес к предпринимательской, политической и научной деятельности и гораздо меньшее - к занятию сельским хозяйством. Интерес к характеру и содержанию труда и условиям жизни может изменяться от поколения к поколению, а может, и это происходит все чаще, у людей одного поколения. В результате интенсивнее идет процесс перехода людей из одного профессионального и социального слоя в другой. Изучение социальной мобильности важно не только для ученых, но и для государственных деятелей. Необходимо полнее представлять себе реальную картину социальных перемещений, знать их причины и основные направления, чтобы в нужных для общества пределах контролировать эти процессы, сознательно воздействуя на них в интересах сохранения не только необходимой социальной динамики, но и стабильности общества и улучшения жизни людей.

# Типы социальной мобильности

Существуют два типа социальной мобильности: вертикальная и горизонтальная. Вертикальная мобильность, в свою очередь, в зависимости от направления перемещения подразделяется на восходящую мобильность (социальный подъем, движение вверх) и нисходящую мобильность (социальный спуск, движение вниз). Горизонтальная мобильность подразумевает переход индивида из одного социального слоя в другой, расположенный на том же уровне. Этот тип мобильности может быть связан с изменением места проживания (миграция), переходом в иную религиозную группу (смену вероисповедания) и т.п.

Между восхождением и нисхождением существует известная асимметрия: все хотят подниматься и никто не хочет опускаться по социальной лестнице. Как правило, восхождение - явление добровольное, а нисхождение - принудительное. Исследования показывают, что обладатели высших статусов предпочитают для себя и своих детей высокие позиции, но и обладатели низких для себя и своих детей желают того же самого. Так вот и получается в человеческом обществе: все стремятся наверх и никто - вниз. Вертикальная мобильность подразумевает перемещение из одной страты (сословия, класса, касты) в другую. В зависимости от направления перемещения существуют восходящая мобильность (социальный подъем, движение вверх) и нисходящая мобильность (социальный спуск, движение вниз). Повышение в должности - пример восходящей мобильности, увольнение, разжалование - пример нисходящей. Примерами горизонтальной мобильности служат перемещение из православной в католическую религиозную группу, из одного гражданства в другое, из одной семьи (родительской) в другую (свою собственную, вновь образованную), из одной профессии в другую. Подобные движения происходят без заметного изменения социального положения в вертикальном направлении. Разновидностью горизонтальной мобильности служит географическая мобильность. Она подразумевает не изменение статуса или группы, а перемещение из одного места в другое при сохранении прежнего статуса. Примером выступает международный и межрегиональный туризм, переезд из города в деревню и обратно, переход с одного предприятия на другое. Если к перемене места добавляется перемена статуса, то географическая мобильность превращается в миграцию. Если деревенский житель приехал в город, чтобы навестить родственников, то это географическая мобильность. Если же он переселился в город на постоянное место жительства и нашел здесь работу, то это уже миграция. Он поменял профессию. На вертикальную и горизонтальную мобильности влияют пол, возраст, уровень рождаемости, уровень смертности, плотность населения. В целом молодые мужчины более мобильны, чем пожилые и женщины. Перенаселенные страны чаще испытывают последствия эмиграции, чем иммиграции. Там, где высок уровень рождаемости, население более молодое и поэтому более подвижное, и наоборот.

Основными системами (типами) социальной стратификации (социальная стратификация (от лат. stratum — слой и facio — делаю), одно из основных понятий буржуазной социологии, обозначающее систему признаков и критериев социального расслоения, неравенства в обществе; социальную структуру общества; отрасль буржуазной социологии.) являются:

1. рабство. При данной системе стратификации выделяются две основные группы населения, различающиеся по своему статусу, правам и обязанностям: свободные и рабы;

2. касты. При кастовой системе стратификации статус определяется с рождения и является пожизненным;

3. кланы. Данный тип характерен для аграрных обществ. Кланы напоминают очень разветвленные семьи;

4. классы.

Первые три типа социальной стратификации относятся к закрытым, четвертая - к открытой. Закрытая система - это социальная структура, члены которой с большим трудом могут изменить свой статус. Открытая система - это социальная структура, члены которой могут менять свой статус относительно легко. Изменения статуса связано с понятием "социальная мобильность"

Методы изучения социальной стратификации сводятся к выбору критериев выделения групп населения в обществе и собственно проведению исследования по выделению данных групп. Основная проблема - выбор критериев, согласно которым выделяются группы населения. Это зависит от теоретических взглядов исследователя на проблему социальной стратификации, также как и название выделяемых групп (слой, классы, страты). Большое влияние оказывает историческая эпоха через уровень развития самого общества и сложившихся в нём отношений (сословия, новые группы населения, соответствующие новым отраслям промышленности) и уровень развития социологии как науки.

Как правило, одним из основных критериев выделения страт в обществе является уровень доходов, профессия, социальный статус, уровень образования, положение в системе "управление - исполнение".

Во всем мире используют два показателя стратификации:

1. высота стратификации - социальная дистанция между самым высоким и самым низким статусами данного конкретного общества;

2. профиль стратификации - показывает соотношение численности мест (социальных позиций) в социальной структуре общества по мере повышения статуса.

**3. Факторы социальной мобильности**

Большинство западных социологов в качестве доминантного фактора социальной мобильности в современных обществах выделяют экономический, который становится базовым и в современной России, где после реабилитации частной собственности и предпринимательства богатство стало общепризнанным критерием социального успеха, социальной защищенности и возможности продвижения в высшие страты.

Другой основной фактор социальной мобильности - профессия. Действительно, в индустриальном обществе развитие передовых технологий дает толчок появлению множества новых профессий, требующих высокой квалификации и подготовки, с одной стороны, и являющихся высокооплачиваемыми и престижными, с другой. Вследствие этого возрастает уровень мобильности как добровольной, ориентированной на достижения, так и вынужденной, основанной на необходимости повышения квалификационного уровня.

Это, в свою очередь, определяет высокую значимость образования как фактора социальной мобильности. М. Вебер в качестве критерия притязаний на «…позитивные или негативные привилегии в отношении социального престижа» указывал, во-первых, образ жизни, во-вторых, «формальное образование, заключающееся в практическом или теоретическом обучении и усвоении соответствующего образа жизни», и, в-третьих, престиж рождения или профессии. С другой стороны, П.А. Сорокин отмечал, что « роль канала, который исполняет современная школа, становится все более значимой, ведь, по сути, она взяла на себя функции, ранее выполнявшиеся церковью, семьей и некоторыми другими институтами».

Следовательно, полученное образование и выработанные в процессе его получения манеры и стиль жизни, а также профессиональный статус и связанное с ним материальное вознаграждение дают индивиду основания претендовать на более высокую социальную позицию и принадлежащий этой позиции престиж.

**Богатство и власть как основные факторы мобильности**

Большинство исследователей на первое место ставят экономический (доход, богатство, собственность) фактор, основываясь на показателях среднедушевого денежного дохода в системе «богатый – бедный» и на значении децильного коэффициента. Например, в 1997г. доходы 10% наиболее обеспеченных были в 12,8 раз выше, чем у 10% наименее обеспеченных, тогда как в развитых западных странах это соотношение не превышает 4-5 %, и вряд ли это соотношение резко снизилось к 2002 году.

Другой стороной имущественной дифференциации является должностной статус, особенно наличие распорядительных финансовых функций; уже достаточно оформилась группа людей, которая благодаря своему положению в системе властных отношений становится господствующей и привилегированной.

В представлениях населения богатство также является основным фактором, определяющим отношения неравенства. Так, по данным З.Т. Голенковой, основными факторами, определяющими социальное расслоение общества, большинство респондентов (91,3% и 91,2% соответственно) назвали власть и доход, тогда как образование и профессия занимают лишь пятое (35, 6%) и седьмое (30,1%) места.

Таким образом, в российском обществе все пространство социальной стратификации определяется практически одним показателем, а именно материальным (богатство) при резком снижении значимости других критериев дифференциации, которые перестают играть уравновешивающую роль.

Такое положение вещей ведет к усилению дезинтеграционных процессов, поляризации и социального неравенства, ограничению восходящей мобильности и, в конечном счете, к замкнутости верхних слоев, т. е. к тому, от чего общество пытается уйти.

социальный стратификационный перемещение опрос

**Заключение**

Итак, массовые групповые перемещения по вертикали связаны, во-первых, с глубокими серьезными изменениями в социально- экономической структуре общества, обусловливающими появление новых классов, социальных групп, стремящихся к завоеванию соответствующего их силе и влиянию места в социальной иерархии. Во - вторых, со сменой идеологических ориентиров, системы ценностей и норм, политических приоритетов. В этом случае наблюдается движение наверх тех политических сил, которые смогли уловить изменения в умонастроениях, ориентация и идеалах населения. Происходит болезненная, но неизбежная смена политической элиты. Перемещение в экономической, политической и профессионально - статусной иерархии происходят, как правило, одновременно или с небольшим разрывом во времени. Причины этого во взаимодействии факторов, их вызывающих: изменения в социально - экономической структуре предопределяют сдвиги в массовом сознании, а появление новой системы ценностей открывает дорогу для легитимации социальных интересов, запросов и притязаний ориентирующихся на нее социальных групп. Так, осуждающе недоверчивое отношение людей к предпринимателям начало меняться в сторону одобрения, и даже надежды, связываемой с их деятельностью. Особенно ярко эта тенденция, как свидетельствуют социологические опросы, проявляется в молодежной среде, менее связанной с идеологическими предрассудками прошлого. Поворот в массовом сознании предопределяет в конечном итоге молчаливое согласие населения с возвышением класса предпринимателей, с его приходом на высшие социальные ступени.

**Тема 2. Интервьюирование как разновидность опроса**

**Ведение**

Метод опроса – это не изобретение социологов. Во всех отраслях науки, где для получения информации исследователь обращается к человеку с вопросами, он имеет дело с различными модификациями этого метода.

Специфика метода состоит, прежде всего, в том, что при его использовании источником первичной социологической информации является человек (респондент) – непосредственный участник исследуемых социальных процессов и явлений. Существует две разновидности опроса, связанные с письменной или устной формой общения с респондентами – анкетирование и интервьюирование. В их основе лежит совокупность предлагаемых опрашиваемых вопросов, ответы на которые и образуют первичную информацию.

Каждый вариант опроса представляет собой одну из наиболее сложных разновидностей социально-психологического общения, обусловленного рядом обстоятельств: содержанием анкеты или интервью, то есть перечнем вопросов, в которых реализован предмет исследования; качеством работы анкетёра или интервьюера; сосредоточенной работы респондента над предложенными вопросами; психологическим состоянием респондента в момент проведения опроса.

Метод опроса, опирающийся на достаточное число обученных анкетёров или интервьюеров, позволяет в максимально короткие сроки опрашивать довольно большое количество респондентов и получать различную по своей природе информацию.

Однако, всегда следует учитывать возможное искажение информации, полученной методом опроса, связанное с особенностями процесса отражения различных сторон социальной практики в сознании людей.

1. **Опросные методы**

Основная масса эмпирической информации добывается в социологии методами опроса, суть которых заключается в получении информации об отношении опрашиваемых к тем или иным жизненно важным явлениям и событиям общественной жизни. Большая значимость этих методов определяется, во-первых, организационными преимуществами (всегда легче организовать опрос, чем осуществлять любой другой метод социологического исследования); во-вторых, относительной дешевизной, в-третьих, содержательностью и универсальностью информации, полученной опросным методом (при помощи опросного метода можно получить любую информацию по самым разным проблемам, которая не всегда может быть отражена документально или фиксироваться с помощью наблюдения); в-четвертых, возможностью максимального использования технических средств для обработки полученных в результате опроса данных. Вместе с тем опросные методы имеют и свои негативные стороны.

На качество полученной этими методами информации влияют факторы, связанные, с одной стороны, с личностью респондента (уровень образования, культуры, свойства памяти, защитные механизмы психики, отношение к исследуемой проблеме и к организации или человеку, проводящему опрос), с другой - факторы, связанные с деятельностью самого исследователя (начиная с профессионализма в составлении опросного листа и заканчивая мастерством работы анкетера или интервьюера с респондентом по получению искомой информации).

На результаты опроса негативно влияет присутствие при опросе посторонних лиц, неудачно выбранное время и место опроса, несоблюдение принципов анонимности, плохая организация самой процедуры опроса. Для нейтрализации этих факторов необходимо строго соблюдать нормативные требования по использованию методики опроса.

Основными видами опросных методов являются анкетный опрос и социологическое интервью, которые в зависимости от ряда признаков подразделяются на : сплошные и выборочные; индивидуальные и групповые; массовые и экспертные; устные и письменные; очные и заочные; одноразовые и многоразовые; стандартизированные нестандартизированные.

Специфика опросных методов заключается в том, что в них с логической точки зрения реализуется система "вопрос-ответ", с последующей качественной и количественной обработкой полученных ответов. При ряде общих признаков указанные методы имеют и свои отличительные характеристики. Рассмотрим их более подробно. Анкетный опрос.При проведении анкетного опроса проходится три этапа:- подготовительный этап (включающий разработку программу опроса, составление плана и сетевого графика робот, проектирование инструментария, его пилотажная проверка, размножение инструментария, составление инструкций для анкетера, респондента и других лиц участвующих в опросе, подбор и подготовка интервьюеров, анкетеров, решение организационных проблем).

- оперативный этап

- сам процесс анкетирования, имеющий свои собственные стадии поэтапного осуществления;- результирующий этап - обработка полученной информации. Исходя из стр-ры метода, определяется его характеристика, которая включает в себя ряд требований, предъявляемых к исходным документам анкетного опроса, к анкетеру, к респонденту и к самому инструментарию (к анкете, опросному листу).

Основным средством коммуникации при проведении опроса является анкета. Как составление анкеты, так и способы работы с ней имеют свои методические приемы и характеристики, соблюдение которых является необходимым условием успешной реализации этого метода, нацеленного на получение достоверной информации. Каждое конкретное социологическое исследование требует создания особой анкеты, но все они имеют общую структуру. Любая анкета включает в себя три основные части:

1) вводную

2) содержательную (основную) часть

3) заключительную часть.

Во введении указывается, кто проводит исследование, его цель и задачи, способ заполнения анкеты, подчеркивается анонимный характер ее заполнения, а также выражается благодарность за участие в анкетировании. К вводной части примыкает и инструкция по заполнению анкеты.

Заключительная (демографическая часть) содержит в себе сведения о респондентах с целью проверки надежности информации. Это вопросы, касающиеся пола, возраста, образования, места жительства, социального положения и происхождения, стажа работы респондента и т.д.Особое значение имеет составление основной части анкеты, т.к. от этого во многом зависит успех проводимого исследования. Содержание анкеты (характер и виды задаваемых вопросов, порядок их размещения, формализация предполагаемых ответов) определяется стремлением получить наиболее достоверную информацию об изучаемом объекте. Для этого необходимо хорошо ориентироваться в той системе вопросов, на базе которых формируется содержательная часть анкеты. Формулировка вопросов - самый сложный этап составления анкеты.

По предметному содержанию вопросы можно поделить на:

**Вопросы о фактах**. Целью этих вопросов является получение информации о социальных явлениях, о состоянии дел на производстве, о поведении окружающих. Они могут касаться и личности самого респондента, когда он заполняет заключительные данные, а также нести информацию о его действиях, поступках или их последствиях.

**Вопросы о знании**. Их цель состоит в раскрытии того, что знает и что может изложить респондент. Как правило, это вопросы экзаменационного типа, имеющие целью выявить уровень информированности респондента и его знания в определенной области. Такие вопросы могут содержать задания, экспериментальные и игровые ситуации, решение которых требует от опрашиваемого использования определенных навыков, знания конкретных фактов, событий, имен.

**Вопросы о мнении**. Эти вопросы направлены на фиксацию фактов, пожеланий, ожиданий, планов на будущее и могут касаться любых проблем и личности самого респондента. Ответом в этом случае выступают оценочные суждения основанные на индивидуальных представлениях. Через мнения выявляется отношение человека к тем или иным событиям.

**Вопросы о мотивах**. Эти вопросы призваны выявить субъективное представление человека о мотивах своей деятельности. Один вопрос о мотивах не может дать подлинную картину мотивации деятельности, для этого необходим целый комплекс подобных вопросов.

По своей логической природе вопросы подразделяются на:

**Основные вопросы**. На основе ответов на эти вопросы строятся выводы об изучаемом явлении, они составляют большую часть анкеты.

Вопросы - фильтры. Эти вопросы создаются для отсева некомпетентных лиц при опросе по изучаемой проблеме или же с целого выделения части респондентов из всего массива по определенному признаку.

**Контрольные вопросы**. Служат для проверки устойчивости, правдивости и непротиворечивости ответов, определения их искренности и достоверности.

Наводящие вопросы оказывают помощь респонденту в правильном осмыслении основного вопроса, помогают дать более точный ответ.

По своей психологической функции, определяющей отношение респондента к самому факту анкетирования и к тем вопросам, на которые ему предстоит ответить, вопросы делятся на:

**Контактные вопросы** служат для установления контакта с респондентом. Их цель - создать интерес к исследованию, побудить принять в нем участие. Как правило, это первый или один из первых вопросов анкеты, который по форме должен быть весьма простым и касаться самого респондента, как бы настраивать его на заинтересованное участие в анкетировании. В качестве контактных вопросов часто используют вопросы чисто событийного характера. Главная же функция этого вида вопросов - облегчение взаимодействия с респондентом во время опроса, побуждение его к наиболее полному и искреннему представлению своего мнения по существу исследуемой проблемы.

**Буферные вопросы**. Целью этого вида вопросов является переключение внимания при переходе от одного тематического блока к другому, причем часто этот вид вопроса представляет не только собственно вопрос, но и повествовало преамбулу к нему, где исследователь поясняет логику мысли, создавая этим симметрию общения: респонденту конкретно предлагается переключиться с одной проблемы не другую и объясняется, для чего это необходимо сделать, ему предлагается подумать, вновь заострить внимание, переключиться. Вопросы этого вида, как правило, начинаются с общей формулы: "Как вы думаете?" - и далее идет описание новой проблемы.

Прямые вопросы направлены на выражение отношения респондента - по поводу анализируемой проблемы, их оценку с его собственной позиции.

Косвенные вопросы. При ответе на эти вопросы респондент отвечает от имени группы, коллектива, в безличной форме, что позволяет ему как бы скрыть свою собственную позицию и усилить критический акцент своих высказываний. Кроме того, косвенные вопросы 0задаются и тогда, когда прямые вопросы не вполне удобно задавать или есть предположение, что на них не будет получено искренних ответов, это ситуации, касающиеся частных, интимных сторон человеческой жизни или их отношения к власти, к своему непосредственному начальнику и т.д.

По характеру ответов на составленные вопросы они подразделяются на следующие виды:

**Открытые вопросы** предполагают оригинальный повествовательный ответ в виде слова, предложения или нескольких предложений. Формально эти вопросы выделяются тем, что за ними следует несколько пустых строк, которые и следует заполнить. Полученный ответ при этом носит естественный характер, дает максимум информации, что является весьма важным для социолога. Однако возникают сложности, связанные с обработкой полученных ответов, их кодировкой, что неизбежно приводит к существенному ограничению использования ЭВМ.

**Полузакрытые вопросы**. Здесь наряду с набором определенных вариантов ответов в ситуации невозможности выбрать подходящий вариант из предложенного перечня, респонденту представляется возможность высказать свое мнение по обсуждаемой проблеме в свободной форме, т.е. соединяются признаки открытости и закрытости. Шкальные вопросы. Ответ на эти вопросы дается в виде шкалы, в которой необходимо отметить тот или иной показатель.

**Вопросы-меню**. Здесь респонденту предлагается выбрать любое сочетание вариантов предлагаемых ответов. Альтернативные вопросы предполагают ответы по принципу "да - нет", носят взаимоисключающий характер. При этом предложенный перечень альтернатив должен быть полностью исчерпывающим, а сами альтернативы должны быть перемешаны без смещения в какую-либо сторону, т.е. уравновешены. Сама же последовательность вопросов может быть сформирована либо методом воронки (компоновка вопросов от наиболее простых к наиболее сложным), либо определена методом постадийного развертывания вопросов (пятимерный план Гэллапа). При этом необходимо помнить, что в любом случае количество вопросов в анкете лимитировано. Практика показывает, что анкета, требующая для заполнения более 45 минут, несет в себе больше случайной или недостаточной информации. Поэтому оптимальным считается время заполнения анкеты в течение 35-45 минут (чему соответствует 25-30 вопросов по теме исследования). Составление анкеты предполагает ее проверку, апробацию, уточнение. Для оценки качества анкеты проводится пилотажное исследование. В ходе его осуществляется проверка содержания анкеты, формулировок и последовательности вопросов, вариантов ответов и т.п. Пилотаж проводится на микровыборке (до 100 человек) опытным социологом в форме интервью с фиксацией ответов респондента, его реакций на содержание вопросов, их понимание и восприятие, а также с обязательной фиксацией времени, затраченного на опрос. Все это позволяет выявить недостатки инструментария, откорректировать их и адаптировать анкету к массовой работе.

По способу распространения анкет опросы подразделяются на:

- раздаточные (анкетный опрос, при котором анкетер лично вручает анкету и либо ждет, пока она заполняется, и тут же получает ее - очный раздаточный опрос, либо получает заполненную анкету через несколько дней - заочный раздаточный опрос)

- почтовые (анкета по предварительному согласию высылается и получается через почту)

- прессовые (анкета предлагается читателю через печатный орган)- телетайпные (при этом способе распространение и сбор инструментария и сопровождающих его документов осуществляется с помощью телетайпно -телеграфной сети).

По типу исследовательских задач опросы бывают:

- глубинный (нацелен на получение поисковой информации)- фокусированный (собираются данные по конкретной ситуации)- стандартизированный (нацелен на получение статистической информации)- социометрический (нацелен на получение информации о взаимоотношениях в малых группах)

По уровню компетентности респондентов различают:

- массовый опрос (мнение неспециалиста по той или иной теме) - массовый опрос в сотрудничестве с исследователем (предполагает информационную помощь респонденту со стороны анкетера в осмыслении анализируемой ситуации)

- симптоматический опрос (достаточное знание у респондента общей информации без глубокого осмысления задач и целей исследования) - экспертный опрос (опрос специалистов по анализируемой проблеме).После сбора анкет начинается их обработка и анализ данных. Из проведенного анализа следует, что метод анкетного опроса является наиболее важным методом сбора первичной информации в социальном исследовании.

**Интервью.** Однако при всей важности анкетного метода этого метода он, тем не менее, нуждается в соответствующей корректировке и дополнении со стороны других методов, используемых в социологии. Такое дополнение осуществляется, прежде всего, со стороны второй разновидности опросного метода, каковым является социальное интервью.

Социологическое интервью имеет широкий спектр применения, его используют на подготовительной стадии исследования; при проведении пилотажного исследования с целью корректировки, отработки социального инструментария; как самостоятельный метод исследования (сегодня один из основных) и как способ контроля надежности информации, полученной другими способами социального исследования. Интервью - это наиболее гибкий метод сбора социальной информации, предполагающий проведение беседы, основанной на непосредственном, личном контакте социолога и респондента.

Интервьюирование по сравнению с анкетированием имеет свою специфику. Главное отличие состоит в способе общения социолога и респондента. При проведении анкетирования оно полностью опосредовано анкетой: анкетер пассивен, содержание и смысл вопросов интерпретируются самим респондентом в соответствии с теми представлениями и убеждениями, которые сложились у него по существу обсуждаемой проблемы. Респондент самостоятельно формулирует свой ответ и фиксирует его в анкете. При проведении же социального интервью контакт между социологом - интервьюером и опрашиваемым осуществляется непосредственно, интервьюер организует интервью, задает вопросы, ведет беседу, направляет ее, фиксирует полученные ответы. Интервьюер может пояснить формулировку задаваемых вопросов в случае непонимания их респондентом, а также уточнять точку зрения респондента, просить у него дополнительной информации с целью адекватного, точного представления ее в опросном листе (что невозможно при анкетировании).

При этом очевидно, что для получения одного и того же объема информации в случае использовании метода интервью будет затрачено гораздо больше времени, чем при использовании анкетного метода.

Проведение интервью требует организационной подготовки, что предполагает выбор места и времени интервьюирования. Место проведения интервью определяется спецификой предмета исследования. В любом случае обстановка, в которой проводится интервью должна быть спокойной и конфиденциальной, т.е. без присутствия посторонних лиц в удобное для респондента время.

Работа же самого интервьюера предполагает осуществление следующих задач:

- налаживание контакта с респондентами

- правильная постановка вопросов интервью

- правильная фиксация ответов

1. **Интервьюирование**

При интервьюировании контакт между исследователем и респондентом осуществляется при помощи интервьюера, который задает вопросы, предусмотренные исследователем, организует и направляет беседу с каждым отдельным человеком и фиксирует полученные ответы согласно инструкции. Этот метод опроса требует больших затрат времени и средств, чем анкетирование, но вместе с тем повышается надежность собираемых данных за счет уменьшения числа не ответивших и ошибок при заполнении вопросников.

Особенности интервью по-разному проявляются в различных его организационных формах. Рассмотрим их.

Интервью по месту работы, занятий, то есть в служебном помещении. Оно наиболее целесообразно, когда изучаются производственные или учебные коллективы, а предмет исследования связан с производственными или учебными делами.

Интервью по месту жительства. Оно становится предпочтительным, если предмет опроса касается таких проблем, о которых удобнее поговорить в неофициальной обстановке, свободной от влияния служебных или учебных отношений.

В прикладной социологии различают три вида интервью: формализованное, фокусированное и свободное.

**Формализованное интервью** - самая распространенная разновидность интервьюирования. В этом случае общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанными вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера. При использовании этого вида опроса интервьюер обязан точно придерживаться формулировок вопросов и их последовательности.

**Фокусированное интервью** - следующая ступень, ведущая к уменьшению стандартизации поведения интервьюера и опрашиваемого. Оно имеет своей целью сбор мнений, оценок по поводу конкретной ситуации, явления, его последствии или причин. Респондентов в этом виде интервью заранее знакомят с предметом беседы. Предварительно заготавливают и вопросы для такого интервью, причем их перечень для интервьюера обязателен: он может менять их последовательность и формулировки, но по каждому вопросу должен получить информацию.

**Свободное интервью** отличается минимальной стандартизацией поведения интервьюера. Этот вид опроса применяется в тех случаях, когда исследователь приступает к определению проблемы исследования. Свободное интервью проводится без заранее подготовленного вопросника или разработанного плана беседы; определяется только тема интервью.

Интервьюирование - форма очного проведения опроса, при котором исследователь находится в непосредственном контакте с респондентом. Этот метод предпочтительнее анкетирования в следующих отношениях:

а) вопросов без ответов при нем практически не бывает;

б) неопределенные или противоречивые ответы могут быть уточнены;

в) имеется возможность наблюдения за респондентом и фиксации не только его вербальных ответов, но и невербальных реакций;

г) получаемая информация полнее, глубже и достовернее по сравнению с анкетой.

Главный недостаток метода интервьюирования - его малая оперативность, существенные затраты времени, необходимость большого числа интервьюеров, невозможность его использования в ситуациях краткосрочных массовых опросов.

Для начинающих социологов он представляет немало трудностей, т.к. требует специальной подготовки и солидного тренинга. К тому же разные виды интервьюирования предполагают наличие у исследователя неоднозначных наборов знаний и умений.

Наибольшее распространение в социологии получило **стандартизированное** интервью, отличительной особенность и которого является жесткая последовательность, заранее подготовленные четкие формулировки вопросов и продуманные модели ответов на них. Его можно проводить по опросному листу анкеты, что зачастую и делается для контроля и дополнения данных анкетирования.

Несколько реже используют **полустандартизированное** интервью. Оно проводится на основе не формализованного опросного листа, а памятки ("путеводителя") с перечнем обязательных вопросов, как правило, полузакрытых, не исключающих обсуждения с респондентом иных, но связанных с темой исследования проблем.

Еще реже встречаются фокусированные интервью, в которых стандартизирован лишь исходный вопрос (правда, в нескольких вариациях), а главная задача видится в сосредоточении внимания респондентов на обсуждении того варианта проблемы, который представляется им самым важным.

Только опытные социологи (да и то не всегда) применяют свободное и разведывательное интервьюирование. Свободным называют такое интервью, когда перед интервьюером стоит проблема собрать соответствующую исследовательским задачам информацию без наличия предварительно разработанного инструмента. Здесь социолог свободен в выборе вопросов, определении их порядка, количества и способов выражения, а также приемов фиксации информации.

Разведывательное интервью (другое его обозначение - глубинное) используют при определении и/или уточнении формулировки рабочих гипотез на этапе разработки программы исследования. Его цель не только и не столько в том, чтобы получить информацию об объекте, столько в выяснении того, какую информацию предстоит произвести в предстоящем исследовании. При этом как интервьюер, так и респондент свободны в выборе способов ведения беседы.

Каждый из пяти охарактеризованных типов интервью может реализоваться:

а) однократно или панельно (многократно через определенный временной интервал);

б) в межличностной (интервьюер-респондент), личностно-групповой (группа интервьюеров - респондент или, наоборот, интервьюер - группа респондентов) и группо-групповой форме (когда группа интервьюеров беседует с группой респондентов).

Для проведения разовых стандартизированных интервью межличностного характера можно не привлекать квалифицированных социологов (порой это даже желательно, чтобы повысить непредвзятость данных). Но без них невозможно получить достоверную информацию во всех иных разновидностях интервьюирования.

**Заключение**

Таким образом, анкетный опрос и социологическое интервью обеспечивают получение основного массива социальной информации. При всей ее важности нельзя не заметить и определенной доли субъективности этой информации, потому что так или иначе в ней зафиксировано мнение людей, которое по самой своей природе не может не быть субъективным. Задача исследователя - снизить эту долю, на базе субъективных мнений зафиксировать проявление объективных явлений и тенденций общественной жизни. Для этого используются специальные методы обработки анкет и бланков интервью с целью получения объективной информации, а также возможность дополнить эту информацию с помощью других методов.

**Список литературы**

**Тема 1:**

1. Сорокин П. Социальная стратификация и мобильность // Человек, цивилизация, общество. М., 1992.
2. Бабосов Е.М. Общая социология: Учебник для вузов , 2005.
3. Кравченко, А.А., Социология. Общий курс: Учебное пособие для вузов, Логос, 2007.
4. wikipedia.org

**Тема 2:**

1. Мир словарей. Социологический словарь http://mirslovarei.com/soc\_A/
2. http://slovari.yandex.ru
3. http://socio.rin.ru
4. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология: Методы исследования, М.: Издательство «Весь Мир», 1997