

Так же хотелось бы выделить категории песен о стране и родине. В советский период мы можем видеть, что эти песни есть, и занимают заметное положение. Это и песни о любви к родине, о памяти и ее защите.

В девяностые годы, в период перестройки можно отметить, что количество песен о стране уменьшилось, и они получили совсем иной характер. Теперь это песни о потерянной стране. В дальнейшем, в современной России, опять встречаются песни о родине, но они почти не заметны на фоне других категорий.

Подводя общий итог, можно сказать, что история фестивалей прошла своеобразную «либерализацию», совпадая с историей страны. На первых фестивалях песни подбирались строго по идеологическим принципам, проходили согласование в художественных советах, отвечали высоким моральным и нравственным нормам, певцы обладали вокальными данными и исполнительским мастерством высокого уровня. В период Перестройки идеологические запреты стали сниматься. Сегодня фестиваль стал, прежде всего, телевизионным шоу больших размахов, своеобразным бизнес-проектом, в котором важными стали не столько художественная или нравственная ценность песен, исполнительское мастерство участников, сколько их популярность.

## **ОТКАЗ ОТ ОТВЕТА КАК ПРОБЛЕМА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Ю. Табеева**

*2 курс, социологический факультет*

Научный руководитель - **проф. А.С. Готлиб**

В процессе своей деятельности социологу часто необходимо получить информацию о таких особенностях человека и общества, которую нельзя получить никакими иными способами кроме опроса. Именно здесь наиболее остро встает проблема отказа от ответа. Без согласия респондента невозможно проведение ни одного социологического исследования.

Сама по себе повседневная жизнь человека находится далеко от задач исследователя, лежит в несколько иной плоскости, и мы на практике сталкиваемся с проблемой отказа от ответа. Следовательно, проблема – сугубо практическая. С ней рано или поздно сталкиваются все социологи и интервьюеры.

Нами было проведено исследование, целью которого стало изучение мнения интервьюеров о проблеме неответов. Мы спрашивали мнение людей, которые ежедневно непосредственно сталкиваются с многочисленными отказами респондентов от участия в исследовании.

Объектом исследования стали 15 интервьюеров, разного возраста и с разным опытом работы. 10 из них – сотрудники одного из самарских со-

циологических call-центров, 5 – интервьюеры, специализирующиеся на уличных опросах.

В процессе исследования нами использовался метод полуструктурированного интервью.

В нашем исследовании изучались такие вопросы, как частота отказов респондентов от участия в исследовании; темы опросов, вызывающие наибольшее количество отказов; причины, которыми респонденты мотивировали свой отказ и зависимость отказа респондента от его социально-демографических характеристик.

В ходе анализа полученных результатов было выяснено, что отказы от участия в опросе – повсеместно встречающееся явление. При этом, можно сказать, что отказ и согласие респондента, по мнению опрошенных, во многом зависят от темы исследования. Разные темы способны заинтересовать совершенно разные социальные группы. Тема может как смотивировать человека, так и напугать, оттолкнуть его, вызвать негативную реакцию или даже агрессию.

Кроме того, стало известно, что все без исключения опрошенные интервьюеры называли основной причиной отказа респондентов нехватку времени. Однако, стоит сказать, что они не считают большую часть причин, называемых респондентами, истинными.

Опрошенными было отмечено, что отказ респондента чаще всего зависит от его пола и возраста (женщины и люди среднего возраста отказываются чаще всего). Две трети опрошенных считают важным фактором и социальное положение.

Кроме всего прочего, нашей задачей было выяснить, считают ли опрошенные нами интервьюеры возможным избавиться от проблемы отказа от ответа. И абсолютное большинство опрошенных считают окончательное избавление от этой проблемы невозможным, объясняя это индивидуальностью каждого человека и необязательность социологических опросов.

И, безусловно, одним из важнейших факторов, влияющих на согласие респондента, интервьюеры называют самих себя, свою манеру общаться, опыт работы, пол, возраст. Поэтому, по словам интервьюеров, минимизировать отказ возможно, проводя предварительную подготовку и дальнейшую работу по улучшению качества работы интервьюеров (об этом говорят более половины опрошенных).

Итак, проблема отказа от ответа – проблема, заслуживающая пристального внимания и подробного изучения. В задачу социолога должно входить сведения этой проблемы к минимуму с помощью всех доступных средств. Сейчас эта проблема освещена достаточно скудно, в отечественной социологии ею занимаются единицы, несмотря на то, что работа над ней помогла бы в разы повысить эффективность массовых опросов. Я считаю, что эта практическая проблема – одна из важнейших, а её, пускай даже частичное решение, могло бы круто изменить пути развития современной социологии.