**Федеральное агентство по образованию**

Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики

**Контрольная работа**

По дисциплине:

**Социология**

На тему:

**Мобильный телефон как показатель социального статуса**

Выполнила студентка

II курса заочного отделения специальность 080109С

Ковалева Нина Ивановна Проверил(а)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

г. Великие Луки

2009 г.

Содержание

Ведение ……..……………………………..………………………………………………………2

1. Понятие социального статуса и характеризующие его показатели ………………….……3
2. Метод наблюдение в социологии ………………………………………………….………...5
3. Мобильный телефон как показатель социального статуса (практическая часть)………....8

Заключение …………………………………………………….…………………………...…….10

Список используемой литературы …………………………………...........................................11

ВВедение

Современное российское общество развивается и видоизменяется особенно быстро. К продуктам новых технологий оказались причастны большие группы населения, в ряде случаев, например, в крупных городах — большинство населения. Показательны в этом отношении технологии мобильной связи: за короткий срок они стали доступны практически всем слоям российского общества, как в свое время стационарные телефоны стали общедоступными средствами коммуникации. Мобильный телефон ввиду определенных причин приобретает все большую социальную значимость: он стал одним из наиболее характерных атрибутов современного человека, в особенности жителя мегаполиса, такого как Москва. Мобильный телефон является реальным воплощением широких возможностей мобильных технологий в обеспечении повседневного дистанционного контакта людей, поддержания коммуникаций в социальных общностях. Телефонизация всего общества, новые потенциалы мобильного общения, возможности оставаться на связи и получать информацию — все это оказывает прямое и значительное влияние на общество в целом и поведение индивидов.

С учетом этого возникают и новые обстоятельства социальной жизни, факторы социальной дифференциации и интеграции. Их влияние на социальную структуру еще не изучено и составляет исследовательскую проблему. Между тем в переходный период, который переживает Россия, социальная стратификация испытывает на себе воздействие множества факторов. Наряду с основными факторами структурной трансформации, связанными с изменениями в социально-экономическом строе, возрастающую роль начинают играть факторы, связанные с переменами в социальной идентичности людей, их ценностных ориентациях, потребительском поведении, вещном и символическом мире. Этот субъективный пласт социальной стратификации все более значим как необходимый компонент образа и стилей жизни и нуждается в изучении.

1. Понятие социального статуса и характеризующие его показатели

**Социальный статус** - структурный элемент социальной организации общества, который предстаёт перед индивидом как позиция в системе социальных отношений. Социальный статус выступает характеристикой социальной позиции в определённой системе социальных координат. В этом отношении социальную структуру можно представить как сложную систему взаимосвязанных социальных статусов, занимая которые индивид становится членом общества. Социальный статус имеет внутренне содержательную сторону и внешние формы проявления (номинацию). Содержательная сторона социального статуса характеризуется функцией определённой для этой социальной позицией, и комплексом прав, обязанностей привилегий полномочий, сопряженных с реализацией данной функцией. Знание содержательной стороны собственного статуса и статусов других индивидов, с которыми устанавливаются взаимодействия, позволяют диспозицию (расположение) конкретного социального статуса в социальной системе координат. Внешние формы проявления статуса предполагают следование индивидом нормам поведения, соответствующем данному социальному статусу. Вступая в различные социальные отношения, человек одновременно занимает ряд социальных статусов. В современном обществе, характеризующемся сложным переплетением различных сфер деятельности, социальный статус личности *определяется несколькими признаками*: престижностью профессии, уровнем дохода, уровнем образования, позицией во властной сфере. Такой обобщенный статус называется индексом социальной позиции.

*Человек может иметь несколько статусов. Но, как правило, только один из них определяет его положение в обществе. Этот статус называется главным*. Часто бывает так, что главный статус обусловлен должностью, которую человек занимает (менеджер, генеральный директор, профессор). Это отражается какво внутренней позиции (в направленности личности, установках, ценностных ориентациях, мотивациях и т.д.), так и *во внешнем поведении и облике* (одежде, жаргоне и других признаках социальной и профессиональной принадлежности).

Будучи иерархичным по своей природе, любое общество создавало свою собственную систему маркеров, *позволяющих при первом контакте визуально определить социальный статус человека.* Таких систем маркеров было придумано достаточно много.

Прежде всего, это одежда: материал, особый покрой, или просто разная одежда для разных социальных слоев. Все это было использовано неоднократно, как по отдельности, так и в сочетаниях. Вторая серия социальных маркеров может быть условно определена как татуировка. В первобытные времена татуировка объединяла функции не только паспорта, но и автобиографии. Третью группу социальных маркеров образовывали предметы. Наличие или отсутствие определенного предмета указывало на дифференциацию членов племени Неполноценный человек не обладал всеми правами и обязанностями члена племени и был презираем. Потеря мужественности практически во всех известных племенах сопровождалась лишением права на ношение оружия. Именно оружие было наиболее универсальным предметным маркером социальной полноценности человека.

По мере роста и установления государственности, а также стирания и маскирования классовых противоречий ношение оружия все более узурпировалось государственными службами, но поскольку потребность в таком маркере ощущалась всегда и ощущается сегодня, была предпринята попытка присвоить некоторым предметам роль такого социального маркера. В качестве подобных предметов выступали шляпы, трости, курительные трубки. Но эти предметы не могли взять на себя функцию социального маркера полноценного члена общества, так как они были не универсальны, то есть различные культуры использовали различные модификации данных предметов, их бытовое использование носило ограниченный характер.

Но человеческий гений не знает покоя. Был создан предмет целиком и полностью удовлетворяющий всем требованиям предъявляемым к социальному маркеру полноценного человека. *Таким предметом оказался мобильный телефон.*

Создатели мобильных телефонов сохранили все атрибуты, необходимые для социального маркера поясное размещение, прямоугольно-продолговатая форма, чехол. Еще более важно, что было учтено с одной стороны ценовая доступность телефона и легкость в его имитации (детские и игрушечные модели), диапазон цен от доступных всем до доступных далеко не каждому и с другой стороны, если раньше социальная агрессия проявлялась кинестетически, то развитие второй сигнальной системы у человека привело к переориентации агрессии, проявляющейся теперь, прежде всего на вербальном уровне.

Мобильный телефон, являясь знаком социального положения, повседневным, легко демонстрируемым символом достигнутого успеха, позволяет своему обладателю реализовать не только потребность в мобильной коммуникации, что декларативно выпячивается в рекламах мобильных систем связи, но и проявить как вербальную, так и кинестетическую агрессию по отношению к оппоненту.

Невероятная для прошлых веков скорость технического прогресса не позволяет сказать, как долго мобильный телефон будет служить социальным маркером полноценного человека и что его сменит, но сегодня именно это средство коммуникации выполняет такую важную в общественной жизни человека роль.

2. Метод наблюдение в социологии

Наблюдение представляет собой общенаучный метод, широко используемый в естествознании, а также в обыденной жизни. Его применение в социологии имеет ограничения, т.к. далеко не все социальные явления поддаются непосредственному визуальному и слуховому восприятию. Но когда социолог имеет дело с объектами, которые можно наблюдать, т.е. воспринимать с помощью зрения и слуха, он обязан делать это. Однако не следует забывать, что наблюдение должно применяться в комплексе с другими методами сбора информации.

***Наблюдение в социологии*** - это метод целенаправленного, определенным образом фиксируемого восприятия исследуемого объекта. В процессе его осуществления социолог непосредственно воспринимает действия людей в конкретных условиях и в реальном времени, причем он фиксирует не только состояние, но и развитие явлений и процессов, а также взаимодействие всех участников наблюдения.

Итак, для того, чтобы превратить визуальное и/или слуховое восприятие изучаемого объекта в научный метод, необходимо осуществить следующий ряд исследовательских процедур:

1. Определить в программе исследования те задачи и гипотезы, которые будут решаться и обосновываться данными наблюдения.
2. определить в общей программе исследования или специальной программе наблюдения:
   * *объект наблюдения* (весь коллектив предприятия, отдельная группа его, лидеры забастовочного движения или что-то другое);
   * *предмет наблюдения*, т.е. совокупность интересующих наблюдателя свойств (признаков) объекта (факторов его поведения);
   * *категории наблюдения*, т.е. конкретные признаки из вышеназванной совокупности, которые одновременно отвечают следующим требованиям: они особенно значимы для решения определенных в общей программе исследования задач и гипотез, выражают те операционалистские понятия, которые определены в программе и имеют количественный характер, т.е. могут быть замерены;
   * *наблюдаемые ситуации*, т.е. те, при которых могут проявиться категории наблюдения;
   * *условия наблюдения*, т.е. те требования к ситуации, при наличии которых наблюдение производить можно (или нельзя);
   * *единицы наблюдения*, то есть, те акты поведения наблюдаемых, в которых проявляются категории наблюдения в оговоренных ситуациях при определенных условиях.
3. подготовить инструментарий наблюдения:

* дневник наблюдения*,* где будут фиксироваться его результаты в закодированной или общепонятной форме, а также действия наблюдателя и реакции наблюдаемых;
* карточки для регистрации единиц наблюдения в строго формализованном и закодированном виде (этих карточек должно быть ровно столько, сколько единиц наблюдения);
* протокол наблюдения*–* методический документ, обобщающий данные всех карточек и содержащий, как минимум, три оценочных показателя;
* классификатор контент-анализа дневниковых и протокольных записей;
* аудиовизуальные технические средства фиксации единиц наблюдения;
* программу обработки данных наблюдения.

1. пропилотировать (апробировать) инструментарий, внести в него, если это потребуются, должные коррективы, размножить его в необходимом количестве экземпляров.
2. составить план и/или сетевой график выполнения наблюдения (кто, где, когда его проводит).
3. разработать инструкцию наблюдателям, провести их обучение и инструктаж.
4. осуществить комплекс операций непосредственного наблюдения в полном соответствии с вышеозначенными требованиями и рекомендациями, которые последуют ниже.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что научное наблюдение отличается от обычного рядом черт: во-первых, оно подчинено ясной исследовательской цели и чётко сформулированным задачам; во-вторых, научное наблюдение планируется по заранее обдуманной процедуре и т.д.

Надёжность (достоверность и устойчивость) данных может быть повышена, если выполнять следующие правила:

* максимально дробно классифицировать элементы событий, подлежащих наблюдению, пользуясь чёткими индикаторами. Их надёжность проверяется в пробных наблюдениях, где несколько наблюдателей регистрируют по единой инструкции одни и те же события, происходящие на объекте, аналогичном тому, который будет изучаться.
* один и тот же объект следует наблюдать в разных ситуациях (нормальных и стрессовых, стандартных и конфликтных), что позволяет увидеть его с разных сторон.
* исключительно важно следить за тем, чтобы описание событий не смешивалось с их представлением. Поэтому в протоколе следует иметь специальные графы для записи актуальных данных и для их истолкования.

Основное наблюдение может осуществляться несколькими лицами, что тоже будет способствовать повышению устойчивости данных наблюдения, в силу того, что наблюдатели смогут сопоставить свои впечатления, согласовать оценки, интерпретацию событий, используя единую технику ведения записей.

1. Мобильный телефон как показатель социального статуса (практическая часть).

Для анализа статуса используем модель статусных групп (классов) Л. Уорнера.

Модель имеет следующий вид:

*Высший класс* («higher class») - социальная группа людей, которые являются собственниками значительного капитала: финансов, материальных ресурсов, недвижимости и т. п., заработанного при жизни или полученного по наследству. Типичными атрибутами богатства являются роскошные дома в разных уголках Земли, яхты, питание в дорогих ресторанах.

* Верхний-высший класс включал так называемые старые семьи;
* Нижний-высший класс, не включал старые родовые семьи.

*Средний класс* («middle class») - совокупность социальных слоев населения, занимающих в стратификационной системе общества промежуточное положение между низшим классом (бедными) и высшим классом (богатыми). В развитых странах средний класс составляет наиболее многочисленную группу населения. Функциями среднего класса традиционно считаются стабилизация общества и воспроизводство квалифицированной рабочей силы.

* Верхний-средний класс состоял из собственников и профессионалов;
* Нижний-средний класс составляли низшие служащие, приказчики, клерки

*Низший класс* («lower class») - Бе́дные — социальная группа людей с относительно малыми доходами и состояниями.

Следует понимать, что существует бедность материальная и бедность духовная. Отшельников, пустынников, аскетов можно считать бедными лишь в материальном смысле. В работе пишется о бедности материальной.

* Верхний-низший класс включал рабочих;
* Нижний-низший класс — «социальное дно»

Для анализа факторов мобильной связи, характеризующих статус обладателя используем следующие показатели: Марка, модель, периферия (блютуз, наушники, чехол и т.д), состояние телефона (внешний вид). Результат анализа факторов мобильной связи является присвоение класса:

1-й класс – телефон имеет самую распространенную марку телефона; модель «одна из первых»; наличие необходимой периферии; состояние телефона оценивается, как отличное.

2-й класс – телефон имеет распространенную марку телефона; модель актуальна и распространена, практична; наличие или отсутствие периферии; состояние телефона оценивается, как удовлетворительное.

3-й класс – так называемые раритетные модели в рабочем состоянии.

В результате наблюдения были исследованы 8 обладателей мобильных телефонов, результаты наблюдения представлены в таблице № 1.

Таблица № 1 – результаты наблюдения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Главный статус** | **социальная группа** | **класс телефона** |
| Бухгалтер | Верхний-средний | 2 |
| Директор | Нижний-высший | 2 |
| студент | Нижний-средний | 2 |
| Водитель | Нижний-средний | 3 |
| Инженер | Верхний-средний | 2 |
| Экономист | Верхний-средний | 2 |
| Школьник | Верхний-низший | 2 |
| Индивидуальный предприниматель | Нижний-высший | 1 |

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в последнее время мобильный телефон является одним из основных и достоверных показателей социального статуса человека и ярко подчеркивает принадлежность владельца к той или иной социальной группе. Но по мере развития и распространения мобильной связи, данное свойство теряется.

Заключение

Собранный материал позволил сделать вывод о том, что для пользователей мобильных телефонов это средство коммуникации является стратификационно-маркировочным инструментом, определяющим их статус и показывающим их положение в обществе, влияющим на восприятие их статуса окружающими. Стратификационно-маркировочная роль мобильного телефона проявляется прежде всего в молодежных группах и группах с невысоким доходом, стремящихся в ходе своей жизни занять более высокое социальное положение.

В молодежных группах и группах с невысоким доходом проявляется феномен «престижного потребления» мобильных телефонов, когда покупка дорогого мобильного телефона осуществляется с целью повысить свой статус в глазах окружающих.

В настоящее время, проникнув в широкие слои общества, мобильный телефон стал общераспространенным атрибутом. Тем не менее, его роль в стратификационном процессе еще проявляется в некоторых группах, в которых индивиды считают его индикатором их собственного стратификационного положения.

Литература

1. Словарь-справочник менеджера / Под ред. М.Г. Лапусты.-М., 1996)
2. Мостовая И.В. «Социальное расслоение: символический мирметаигры»
3. Кон. И.С. «Социология личности» М 1967г.
4. 3.А.Г.Эфендиев "Основы социологии". Курс лекций. М.1994.
5. Доведов С. Н., Луков Вал. А. Владельцы мобильных телефонов: тезаурусный подход к их типологизации // Тезаурусный анализ мировой культуры. Вып. 10. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2007. С. 10–26 (1,0/0,5 п. л.)
6. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2000.
7. Как провести социологическое исследование. М., 1990
8. Методы сбора информации в социологических исследованиях. –М.: Наука, 1994.
9. Рабочая книга социолога. М.: Мысль, 1983.