



**Уральский
федеральный
университет**

имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина

**Институт государственного
управления
и предпринимательства**

**В. С. КАТАШИНСКИХ
А. В. КУЛЬМИНСКАЯ**

МЕТОДЫ СБОРА СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Практикум

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЬЦИНА

В. С. Каташинских, А. В. Кульминская

МЕТОДЫ СБОРА СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Практикум

Рекомендовано методическим советом УрФУ
для студентов, обучающихся по программе бакалавриата
по направлениям подготовки
38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»,
39.03.01 «Социология»

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2017

ББК С506я7
К292

Рецензенты:

кафедра социальной работы и социологии медицины
Уральского государственного медицинского университета
Министерства здравоохранения Российской Федерации
(заведующий кафедрой кандидат исторических наук,
доцент К. В. Кузьмин);

О. В. Санникова, доктор социологических наук, доцент,
профессор кафедры социологии
Удмуртского государственного университета

Научный редактор
доктор философских наук Ю. Р. Вишнеvский

Каташинских, В. С.

К292 Методы сбора социальной информации : практикум /
В. С. Каташинских, А. В. Кульминская ; [науч. ред. Ю. Р. Вишнеvский] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал.
федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 74 с.
ISBN 978-5-7996-2070-7

Практикум направлен на формирование профессиональных компетенций студентов в области сбора, обработки и анализа социальной информации. Даны краткий теоретический материал по курсу, задания для практических занятий, контрольные тестовые вопросы по каждой теме, список литературы. Выполнение заданий и тестов, представленных в данном практикуме, позволит студентам закрепить теоретические знания, полученные на лекционных занятиях, а также проверить степень усвоения теоретического материала, подготовиться к текущей и итоговой аттестации по дисциплине.

Для студентов всех форм обучения гуманитарных и управленческих специальностей, а также для преподавателей, читающих курс «Методы сбора социальной информации» и смежные дисциплины.

ББК С506я7

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	4
Раздел 1. Методология социологического исследования.....	5
Тема 1. Теоретические основы методов сбора социальной информации	5
Тема 2. Выборка в социологическом исследовании	12
Тема 3. Понятие измерения социологической информации.....	19
Раздел 2. Методика социологического исследования.....	24
Тема 4. Метод опроса.....	24
Тема 5. Качественные методы исследования: метод наблюдения и социологический эксперимент	31
Тема 6. Методы анализа документов	39
Тема 7. Обработка, обобщение и анализ данных.....	43
Список рекомендуемой литературы	52
<i>Приложение 1.</i> Программа социологического исследования «Изучение ориентаций студентов на обучение в магистратуре».....	55
<i>Приложение 2.</i> Таблица значений функции Гаусса — Лапласа	60
<i>Приложение 3.</i> Факторы и шкалы для выявления сенсорно-эмоциональной оценки текста методом семантического дифференциала	62
<i>Приложение 4.</i> Анкета «Ориентации студентов на получение высшего образования».....	64
<i>Приложение 5.</i> Шаблон карты наблюдения «Открытый урок по литературе школьников, обучающихся в 5 классе»	70
<i>Приложение 6.</i> Категории и параметры контент-анализа женской политической рекламы.....	71

ПРЕДИСЛОВИЕ

Работа с большими массивами данных уже давно перестала быть узким профилем деятельности экономистов, математиков или социологов. Современный специалист практически любой отрасли должен уметь грамотно собирать и обрабатывать статистическую информацию. Практикум по дисциплине «Методы сбора социальной информации» позволяет значительно расширить диапазон компетенций студентов. Он направлен как на формирование общих представлений о теории измерений и теории выборки, так и на освоение практических навыков работы с методами социологического исследования и анализа данных, что в конечном итоге способствует развитию проективного мышления.

Практикум состоит из двух разделов, каждый из которых поделен на темы. В каждую тему включены краткий теоретический материал, учебные задания с примерами, контрольные тестовые вопросы и задания, список рекомендуемой литературы для изучения данной темы. Издание содержит также приложения, в которых имеются примеры программы социологического исследования, основных инструментов исследования и другие материалы, необходимые для изучения данной дисциплины.

Практикум может быть использован преподавателями и студентами при изучении таких дисциплин, как «Методы сбора социальной информации», «Социология», «Статистика», «Теория и практика измерений», при подготовке семинарских занятий, а также для самостоятельной подготовки и проверки знаний и навыков студентов.

Раздел 1

МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Тема 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕТОДОВ СБОРА СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Существует огромное количество определений понятия «информация». Каждая наука дает собственное понимание данного феномена, предлагая диаметрально противоположные толкования. Сегодня существует три подхода к трактовке понятия «информация»:

- 1) биологический,
- 2) технический (математический),
- 3) социальный.

Биологический подход подразумевает, что информация — это некие образы, формируемые органами чувств; сигналы, которыми обмениваются животные в ходе зоокоммуникации; генетическая информация.

В математических науках под информацией понимается, с одной стороны, своего рода абстракция, фикция, созданная человеческим разумом. Это хорошо понятно из определения математика Норберта Винера (1894–1964), который в 1948 г. писал: «Информация есть информация, а не материя и не энергия»¹. С другой стороны, информация — это объективная действительность, естественное явление материального мира, неотъемлемая функция высокоорганизованных систем, включая человека.

¹ Цит. по: *Соколов А. В.* Общая теория социальной коммуникации // *Evartist.narod.ru* : [сайт]. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text16/079.htm> (дата обращения: 01.06.2016).

В современной литературе существует узкое и широкое понимание социальной информации. В узком смысле социальная информация — это информация, имеющая общественный интерес. В широком смысле, согласно Социологическому энциклопедическому словарю, «социальная информация — это отражение социальной действительности, жизнедеятельности общества в общениях, сведениях»².

Социальную информацию можно условно разделить на массовую и специальную.

Массовая социальная информация — это коммуникационные (информационные) сообщения о знаниях, эмоциональных настроениях, волевых воздействиях, которые необходимы или важны, полезны или интересны для всех членов общества. Массовая информация адресована и доступна любому человеку, поэтому она называется массовой³.

Специальная социальная информация всегда адресована каким-либо целевым группам. Соответственно видов специальной информации столько, сколько существует целевых групп в данном обществе. К специальной социальной информации относится экономическая, медицинская, политическая, научно-техническая, военная информация и др.

Социологическая информация — информация, полученная в ходе проведения социологического исследования. Социологическая информация делится на первичную и вторичную.

Социологическое исследование — «исследование социальных объектов, отношений, процессов, направленное на получение новой информации и выявление закономерностей общественной жизни на основе теорий, методов и процедур, принятых в социологии»⁴.

Программа социологического исследования — документ, в котором изложены общая концепция исследования, схема будущего исследования (прил. 1).

I. Методологический раздел программы социологического исследования включает постановку проблемы исследования,

² Социологический энциклопедический словарь / под ред. Г. В. Осипова. М., 2000. С. 113.

³ См.: Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации.

⁴ Социологический энциклопедический словарь. С. 115.

обоснование ее актуальности, формулировку объекта, предмета, целей и задач исследования, гипотез.

1. *Постановка проблемы исследования.* Социальная проблема — это проблемная ситуация, касающаяся тех или иных социальных групп или общностей. Постановка проблемы исследования включает в себя также описание актуальности темы, необходимости изучения данной проблемной ситуации в данное время в данных условиях.

2. *Формулировка объекта и предмета исследования.* Объект социологического исследования — носитель интересующей исследователя информации, участник проблемной ситуации. Предмет социологического исследования — свойства, характеристики, стороны объекта, которые подлежат изучению в исследовании.

3. *Формулировка целей и задач исследования.* Цель — прогнозируемый результат исследования, его предвосхищение. Задачи исследования — пути решения исследуемой проблемы, действия, которые необходимо произвести, чтобы достичь желаемой цели.

4. *Теоретическая интерпретация и операционализация понятий.* Предполагает определение и описание основных понятий, которые будут использованы в исследовании. На данном этапе необходимо описать элементы и свойства изучаемого явления, их суть.

5. *Постановка гипотез исследования.* Любое исследование начинается с формулировки предварительных предположений о результатах исследования. Гипотезы — основные положения, которые необходимо доказать или опровергнуть в процессе реализации исследования.

II. Методический блок программы включает расчет выборки, обоснование выбора тех или иных методов исследования, разработку инструментария, определение методов обработки и анализа данных, составление графика и сметы исследования.

1. *Расчет выборки* — расчет количества респондентов, подлежащих исследованию, для достижения максимальной репрезентативности исследования.

2. *Обоснование методов исследования* — производится с учетом специфики объекта, предмета, целей и задач исследования, достоинств и ограничений применения того или иного метода исследования. Необходимо учитывать также временные и материальные возможности данного проекта, так как различные методы требуют различных затрат.

3. *Разработка инструментария* — разработка анкеты, карты наблюдения, контент-анализа, гайда и т. п., то есть документа, с помощью которого информация будет собрана в процессе исследования.

4. *Определение методов обработки и анализа данных* — создание логической схемы обработки и анализа данных, определение как общетеоретических, так и специальных социологических методик анализа.

5. *Процедурная часть программы* — составление графика исследования, сметы, формирование и обучение группы сбора первичной информации, написание компьютерных программ обработки и анализа собранной информации.

Практические задания

Задание 1. Студентам предлагается в групповом режиме обсудить и решить следующую логическую задачу:

Среди специалистов по социологическим и маркетинговым исследованиям известны так называемые «Законы статистики Уолкапа»:

Закон № 1. «Все, что угодно, коррелируется с чем угодно, особенно когда подлежащие корреляции переменные определяет один и тот же индивидуум».

Закон № 2. «Очень мало проку в обнаружении хорошей корреляции между переменной, которая вас интересует, и какой-то другой переменной, которую вы не осмыслите в результате этого хотя бы немного лучше».

Закон № 3. «Пока вы не можете придумать логически здоровое объяснение тому, почему две переменные должны быть связаны как причина и следствие, мало проку в поиске корреляции между ними. В городе Колумбус, штат Огайо, количество дождливых дней по месяцам прекрасно коррелирует с числом букв в названии месяца».

Необходимо привести конкретные примеры, иллюстрирующие три данных закона в практической работе социолога. Для этого необходимо сначала обсудить с группой первый вопрос и сделать совместные заключительные выводы. После обсуждения первого закона нужно последовательно обсудить и проанализировать все предложенные в списке законы и также сделать заключительные выводы.

З а д а н и е 2. Напишите эссе на любую из предложенных тем:

1. Отличия социальной и социологической информации.
2. Суть биологического подхода к определению информации.
3. Роль массовой информации в обыденной жизни человека.
4. Роль специальной социологической информации и обыденной жизни человека.
5. Чем отличается суть понятия «информация» сейчас и 100 лет назад?
6. Почему средства массовой информации называют четвертой властью?

З а д а н и е 3. Разработайте программу социологического исследования. Тему исследования нужно выбрать самостоятельно, но она должна соответствовать специальности.

Работа выполняется в группах по 2–3 человека. Результат выполнения задания — презентация программы исследования. Программа должна содержать два раздела, все необходимые пункты плана. Презентация должна включать план, слайды, соответствующие пунктам плана программы исследования, список использованных источников. Пример программы социологического исследования приведен в прил. 1.

Примерные темы исследования:

1. Социальные проблемы города.
2. Социальное самочувствие населения города.
3. Государственный служащий глазами молодежи.
4. Отношение молодежи к муниципальной власти.
5. Электоральное поведение современного студенчества.
6. Актуальные проблемы управления недвижимостью в Российской Федерации (в целом и/или по отдельным регионам).
7. Государственное регулирование демографических процессов в Российской Федерации (в целом и/или по отдельным регионам).
8. Миграционные процессы в Российской Федерации (в целом и/или по отдельным регионам).
9. Проблемы регулирования социально-трудовых отношений.
10. Государственная политика в области образования.
11. Государственная служба: социальный портрет персонала.

12. Кадровая политика в государственной и муниципальной службе: проблемы и перспективы.

13. Мотивация и стимулирование персонала государственных (муниципальных) органов управления.

14. Анализ и оценка системы пенсионного обеспечения.

15. Управление системой образования в регионе.

16. Оценка качества и уровня жизни населения.

17. Формирование рынка рабочей силы и управление им.

Контрольные тестовые вопросы и задания по теме

1. Начальным этапом прикладного социологического исследования является:

- а) обработка и анализ данных;
- б) подготовка отчета о результатах;
- в) разработка программы исследования;
- г) согласование темы исследования?

2. Завершающим этапом прикладного социологического исследования является:

- а) обработка и анализ данных;
- б) подготовка отчета о результатах;
- в) разработка программы исследования;
- г) формулировка выводов и рекомендаций?

3. Примером качественного метода социологического исследования является:

- а) анкетирование;
- б) контент-анализ;
- в) стандартизированное интервью;
- г) фокус-группа?

4. Какой метод социологического исследования используется при изучении такого объекта, как мнение людей по поводу чего-либо:

- а) эксперимент;
- б) контент-анализ;
- в) опрос;
- г) анализ документов?

5. Информация, полученная в процессе реализации заказного исследования, — это информация

- а) социальная;
- б) социологическая;
- в) массовая?

6. Расположите в правильном порядке пункты программы социологического исследования:

- а) постановка проблемы;
- б) постановка гипотез исследования;
- в) операционализация понятий;
- г) определение объекта, предмета, цели и задач исследования.

Тема 2

ВЫБОРКА В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Сплошное исследование — исследование всех без исключения элементов, входящих в заранее определенную совокупность.

Выборочное исследование — исследование, при котором непосредственному исследованию подвергается не вся совокупность, а только часть единиц совокупности, отобранная в определенном порядке, по определенным правилам и результаты которой находятся в пределах точности, удовлетворяющей исследователя.

Единицы наблюдения — элементы совокупности, которые являются носителями регистрируемых в исследовании признаков.

Генеральная совокупность — все единицы, обладающие необходимой исследователю информацией, теми или иными общими свойствами.

Выборочная совокупность — это часть генеральной совокупности, отобранная по специальной схеме, которая обладает всеми признаками и характеристиками генеральной совокупности.

Закон больших чисел: при достаточно большом числе наблюдений случайные отклонения от средней величины взаимопогашаются, уравниваются и в средних числах обнаруживаются порядок явлений, их закономерность.

Репрезентативность выборки — свойство выборки отражать основные параметры генеральной совокупности.

Типичность означает, что лица, включенные в выборку, обладают основными социальными признаками, присущими опрашиваемой группе респондентов.

Объективность — требование максимально исключить субъективные влияния на состав выборки.

Методы отбора:

1. Повторный отбор — отбор, при котором отобранная единица возвращается вновь в генеральную совокупность и может принять участие в дальнейших испытаниях.

2. **Бесповторный отбор** — отбор, при котором отобранная однажды единица в дальнейшей процедуре отбора не участвует. Бесповторный отбор более точен, чем повторный. Это обусловлено тем, что в бесповторном отборе границы генеральной совокупности закрыты.

Виды выборочного наблюдения:

I. **Вероятностная (случайная) выборка** — осуществляется по объективным правилам вероятностного отбора. Необходимое основание случайной выборки — полный перечень единиц генеральной совокупности. Генеральная совокупность должна быть однородна по составу. При применении данного вида выборки всем элементам генеральной совокупности гарантируются одинаковые шансы попадания в выборочную совокупность.

II. **Целевой отбор** — отбор единиц не по объективным законам вероятностного отбора, а по принципам доступности, типичности и т. п.

Ошибки выборки — отклонения в значениях характеристик генеральной и выборочной совокупности.

Виды ошибок выборки:

— *систематические* — ошибки, которые появляются в связи с погрешностью в отборе. Эти ошибки не подлежат расчету. Размер выборочной совокупности не влияет на величину такой ошибки;

— *случайные (ошибки репрезентативности)* — разница между выборочным показателем и значением данного показателя, которое было получено при сплошном наблюдении всех единиц генеральной совокупности⁵.

Разновидности ошибок репрезентативности:

1. **Средняя ошибка репрезентативности** — среднее квадратическое отклонение параметров генеральной и выборочной совокупности в случае реализации всех возможных вариантов выборки. Средняя ошибка (табл. 1) показывает, на сколько в среднем могут отличаться показатели выборочной совокупности от средней.

⁵ См.: Статистика : учеб. для вузов / под ред. И. И. Елисевой. СПб., 2010. С. 78.

Формулы для расчета средней ошибки репрезентативности

Признак	Повторный отбор	Бесповторный отбор
Количественный	$\mu = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}}$	$\mu = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n} \cdot \left(1 - \frac{n}{N}\right)}$
Качественный	$\mu = \sqrt{\frac{p \cdot (1-p)}{n}}$	$\mu = \sqrt{\frac{p \cdot (1-p)}{n} \cdot \left(1 - \frac{n}{N}\right)}$

2. *Предельная ошибка репрезентативности* — отклонение изучаемой характеристики в выборочной совокупности от той же характеристики в генеральной совокупности. Предельная ошибка репрезентативности — доля средней ошибки с заданной вероятностью t :

$$\Delta = t \cdot \mu,$$

где t — коэффициент доверия, который зависит от степени вероятности P , с которой определяется ошибка.

Значения коэффициента доверия t и степени вероятности P определяются по таблицам нормального распределения Гаусса — Лапласа (прил. 2).

Расчет предельной ошибки репрезентативности дает возможность сформировать доверительный интервал. *Доверительный интервал* — границы значений изучаемых показателей по генеральной совокупности при заданной доверительной вероятности. При изучении количественного признака доверительный интервал выражается как

$$(\tilde{X} - \Delta) \leq \bar{X} \leq (\tilde{X} + \Delta).$$

Доверительный интервал для качественного признака:

$$(w - \Delta) \leq p \leq (w + \Delta).$$

Объем выборочной совокупности рассчитывается разными способами в зависимости от метода отбора, характера признака, видов выборки (табл. 2).

Формулы для расчета необходимого объема выборки

Выборка	Признак	Бесповторный отбор	Повторный отбор
Простая случайная	Количественный	$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot \sigma^2}{N \cdot \Delta_x^2 + t^2 \cdot \sigma^2}$	$n = \frac{t^2 \cdot \sigma^2}{\Delta_x^2}$
	Качественный	$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot (1-p)}{N \cdot \Delta_p^2 + t^2 \cdot p \cdot (1-p)}$	$n = \frac{t^2 \cdot p \cdot (1-p)}{\Delta_p^2}$
Стратифицированная	Количественный	$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot \bar{\sigma}^2}{N \cdot \Delta_x^2 + t^2 \cdot \bar{\sigma}^2}$	$n = \frac{t^2 \cdot \bar{\sigma}^2}{\Delta_x^2}$
	Качественный	$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot (1-p)}{N \cdot \Delta_p^2 + t^2 \cdot p \cdot (1-p)}$	$n = \frac{t^2 \cdot p \cdot (1-p)}{\Delta_p^2}$

Практические задания

Задание 1. На каждый из изученных видов выборки необходимо найти в дополнительной литературе один-два примера социологического исследования, которые были проведены при помощи данного метода выборки. Результаты представить в письменном виде. Объем информации по каждому исследованию 0,5–1 с машинописного текста. Описание каждого исследования должно содержать следующие элементы: тема исследования, объект, предмет, краткая актуальность, основные выводы.

Задание 2. Решить следующие задачи (задача 2.1 дана с примером решения).

2.1. Рассчитать границы доверительного интервала возраста (для средней) при условии: выборочная средняя — 39 лет, средняя ошибка выборки — 1,5 года, степень вероятности (P) — 0,968.

Пример решения

Дано: $X_{\text{выб}} = 39$ лет, $\mu = 1,5$ года, $P = 0,968$.

Найти: $(\tilde{X} - \Delta) \leq \bar{X} \leq (\tilde{X} + \Delta)$.

Для решения задачи необходимо определить предельную ошибку выборки, которую можно найти как произведение средней ошибки и коэффициента доверия t . По таблицам нормального распределения

Гаусса — Лапласа, зная степень вероятности P , определим t : при $P = 0,968$ $t = 2,1$. По формуле $\Delta = t \cdot \mu$ находим предельную ошибку выборки: $\Delta = 2,1 \cdot 1,5 = 3,15$.

Подставим значение предельной ошибки в формулу доверительного интервала и получим ответ: $39 - 3,15 \leq \bar{X} \leq 39 + 3,15$ или $35,85 \leq \bar{X} \leq 42,15$.

2.2. Рассчитать величину объема выборочной совокупности по доле, если известно, что отбор бесповторный, объем генеральной совокупности — 10 000 человек, доля мужчин — 44 %, предельная ошибка выборки — 3 %, степень вероятности (P) — 0,960.

2.3. Рассчитать таблицу квотной выборки для опроса жителей города по проблеме пробок на дорогах. Дано: общая численность жителей города — 100 000 человек. Мужчин — 45 000. Всего в городе владельцев автомобилей — 60 000. Необходимый объем выборочной совокупности — 400 человек.

2.4. Рассчитать границы доверительного интервала для доли, если известно, что выборочная доля — 0,4, средняя ошибка выборки — 5 %, степень вероятности (P) — 0,988.

2.5. Рассчитать объем выборочной совокупности по средней, если известно, что отбор бесповторный, объем генеральной совокупности — 20 000 человек, среднее квадратическое отклонение — 1200, предельная ошибка выборки — 20, степень вероятности (P) — 0,978.

2.6. На предприятии в порядке случайной бесповторной выборки было опрошено 100 рабочих из 1000, получены следующие данные об их доходе за февраль текущего года:

Месячный доход, тыс. р.	10–14	14–18	18–22	22–26
Число рабочих	12	60	20	8

Определить:

1) среднемесячный размер дохода у работников данного предприятия, гарантируя результат с вероятностью 0,997;

2) долю рабочих предприятия, имеющих месячный доход 14 тыс. р. и более, гарантируя результат с вероятностью 0,954;

3) необходимую численность выборки при определении доли рабочих с размером месячного дохода 14 тыс. р. и выше, чтобы с вероятностью 0,954 предельная ошибка не превышала 4 %.

2.7. Выборочное обследование 10 школ города Первоуральска показало, что ученики каждой школы в среднем затрачивают на дорогу от дома до школы следующее количество времени, мин: 8,0; 5,0; 7,0; 12,0; 6,0; 8,0; 10,0; 15,0; 18,0; 14,0. Определите пределы затрат времени на дорогу от дома до школы школьников Первоуральска при заданной вероятности 0,954.

2.8. Планируется провести выборочное исследование населения Екатеринбурга методом случайного бесповторного отбора с целью определения времени, затрачиваемого жителями на дорогу от дома до работы. Численность трудоспособного населения города 869 тыс. человек. Каким должен быть объем выборочной совокупности, чтобы с вероятностью 0,954 ошибка выборки не превышала 3 мин при среднем квадратическом отклонении 20 мин?

Контрольные тестовые вопросы и задания по теме

1. Стихийная выборка — это
 - а) отбор единиц совокупности случайным образом;
 - б) отбор наиболее доступных респондентов;
 - в) деление выборочной совокупности на группы?
2. Выборочной совокупностью называют
 - а) совокупность всех единиц, входящих в объект исследования;
 - б) часть объекта, непосредственно участвующую в исследовании;
 - в) всех жителей России?
3. В случайной выборке отбор единиц наблюдения осуществляется
 - а) по субъективным критериям доступности, типичности и т. д.;
 - б) по объективным правилам вероятностного отбора;
 - в) по желанию исследователя?
4. Повторный отбор — это
 - а) отбор, при котором отобранная однажды единица в дальнейшей процедуре отбора не участвует;
 - б) отбор, при котором отобранная единица возвращается вновь в генеральную совокупность и может принять участие в дальнейших испытаниях;
 - в) отбор, который повторяется несколько раз?

5. К перечню единиц генеральной совокупности предъявляются следующие требования:

- а) полнота;
- б) репрезентативность;
- в) адекватность;
- г) точность?

6. Факторы, влияющие на величину ошибки репрезентативности:

- а) объем выборочной совокупности;
- б) однородность совокупности;
- в) метод отбора?

7. Как объем выборочной совокупности влияет на величину ошибки выборки:

- а) чем больше объем, тем меньше ошибка;
- б) чем больше объем, тем больше ошибка;
- в) не влияет?

8. Ошибка выборки, которая показывает, на сколько в среднем могут отличаться показатели выборочной совокупности от средней, — это

- а) систематическая ошибка;
- б) средняя ошибка репрезентативности;
- в) предельная ошибка репрезентативности?

9. Механическая выборка — это

а) выборка с использованием случайных методов отбора единиц;
б) отбор единиц генеральной совокупности с определенным шагом;

в) отбор единиц посредством деления генеральной совокупности на группы?

Тема 3

ПОНЯТИЕ ИЗМЕРЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Измерение — соотношение одной величины с другой, принятой за единицу; процедура, при помощи которой объекты исследования, рассматриваемые как носители определенных отношений между ними и как таковые составляющие эмпирическую систему, отображаются в некоторую математическую систему с соответствующими отношениями между ее элементами.

Категории анализа — эмпирические понятия, установленные в итоге операционализации теоретической категории и выражающие смысловые признаки объекта, поддающиеся социологическому измерению.

Единицы анализа — элементы (части, структуры, подсистемы) изучаемого объекта, которые будут измеряться.

Единицы счета — количественное выражение единиц анализа (численность людей, их определенных поступков, высказываний, мнений и т. п.), позволяющее фиксировать частоту проявления изучаемого признака объекта.

Индикатор — доступная непосредственному измерению характеристика эмпирического объекта, которая обнаруживает скрытые его свойства. Например, по высказываниям, поступкам человека можно судить о его социальных установках.

Когда мы составляем программу исследования, описываем основные понятия, различные аспекты изучаемой проблемы, формулируем цель, задачи, гипотезы исследования, тем самым мы формируем ряд индикаторов, которые позволяют получить наиболее полную картину об исследуемом объекте и его характеристиках. Комбинация индикаторов называется индексом.

Индекс — это идеальный объект оперирования, заменяющий реальные объекты оперирования (индикаторы), фрагменты действительности, наделенные экспериментальными функциями приборов-измерителей и представляющие изучаемый объект в исследовательской ситуации.

Шкала — это инструмент измерения, который представляет собой числовую систему, предполагает определенные правила установления соответствия между ней и эмпирическими объектами.

Шкалирование — формирование шкал определенного типа:

1. **Номинальные шкалы** соответствуют номинальному уровню измерения. Они имеют качественные признаки. Не имеют нулевого значения. Отношения между эмпирическими объектами фиксируются по принципу «равно» — «неравно».

2. **Порядковые шкалы** имеют порядковый уровень измерения, имеют качественные признаки, не имеют единицы измерения и нулевого значения. Возможные отношения между эмпирическими объектами: «равно» — «неравно», «больше» — «меньше». Варианты ответов выстроены в строго определенном порядке, нарушение которого ведет к потере смысла.

3. **Интервальные шкалы** представлены количественными признаками, они имеют единицу измерения, нулевое значение, но 0 — условный, он может быть изменен. Возможные соотношения между эмпирическими объектами: «равно» — «неравно», «больше» — «меньше», «на сколько?».

4. **Шкала отношений** (пропорциональная шкала). Признаки, представленные данной шкалой, количественные, они имеют единицу измерения и абсолютный «0». Возможные соотношения между эмпирическими объектами: «равно» — «неравно», «больше» — «меньше», «на сколько?», «во сколько?».

Шкала Э. Богардуса — шкала социальной дистанции. В этой шкале необходимо разработать совокупность вопросов, отражающих различную степень близости отношений с определенной социальной или этнической группой.

Метод семантического дифференциала — метод количественно-качественного исследования проблемы с помощью набора биполярных шкал с определенным количеством делений на каждой, задаваемых парой антонимичных прилагательных или другими аналогичными оппозициями (прил. 3). Данный метод был разработан группой американских психологов под руководством Ч. Е. Осгуда и впервые описан в работе «Измерение значения» (1957).

Подсчет результатов производится путем расчета среднего арифметического сначала по каждой паре суждений, затем — по каждому фактору и, наконец, по проблеме в целом.

Практические задания

Задание 1. Заполнить табл. 3, используя знания о типах и свойствах шкал измерения. В первой строке приведен пример заполнения. В последней колонке «Пример» необходимо привести по 2–3 примера.

Таблица 3

Типы шкал

Тип шкалы	Отношения между значениями на шкале	Допустимые преобразования шкалы	Допустимые расчеты	Наличие нуля и единицы измерения	Пример (2–3 примера)
Номинальная	«Равно — неравно»	Установление взаимнооднозначных соответствий	Процент, доля, мода	Нет условного нуля, нет единиц измерения	Назовите марку вашего автомобиля: «Лада» «Тойота» «Ниссан» «Фольксваген» другая _____
Порядковая					
Интервальная					
Шкала отношений					

Задание 2. Предположим, что вы занимаетесь социологическими исследованиями и к вам обратился руководитель администрации города с просьбой оценить имидж чиновника среди населения. Спроектируйте семантическую дифференциальную шкалу для измерения соответствующих показателей имиджа чиновника.

Для успешного выполнения задания вам необходимо:

1. Определить, что именно входит в понятие «имидж чиновника».
2. Провести «мозговой штурм» для выяснения набора измеряемых показателей.
3. Найти соответствующие биполярные определения.
4. Определить число градаций на шкале.

З а д а н и е 3. Выделите индикаторы для следующих переменных:

- 1) политическая активность;
- 2) гражданская позиция;
- 3) отношение к учебе;
- 4) профессионализм чиновника.

З а д а н и е 4. Провести теоретическую интерпретацию и операционализацию следующих понятий:

- 1) качество образования;
- 2) имидж чиновника;
- 3) медицинская услуга;
- 4) электронные государственные услуги.

Контрольные тестовые вопросы и задания по теме

1. Назовите основные свойства индикаторов:
 - а) релевантность;
 - б) репрезентативность;
 - в) полнота;
 - г) доступность.
2. Что такое чувствительность шкалы:
 - а) число значений на шкале;
 - б) репрезентативность шкалы;
 - в) валидность шкалы?
3. Назовите свойства порядковой шкалы.
 - а) варианты ответов расположены в строго определенном порядке;

- б) данные, полученные в ходе оценки порядковой шкалы, подлежат ранжированию;
- в) шкала имеет нулевое значение;
- г) шкала не имеет единиц измерения.

4. Какая шкала подойдет для переменной «Число детей в семье»:

- а) порядковая;
- б) интервальная;
- в) номинальная;
- г) шкала Богардуса?

5. Какие три фактора измеряются с помощью метода семантического дифференциала:

- а) сила;
- б) репрезентативность;
- в) оценка;
- г) активность?

Раздел 2

МЕТОДИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Тема 4

МЕТОД ОПРОСА

Опрос — самый распространенный метод сбора социальной и маркетинговой информации. В то же время этот метод используется практически во всех областях жизни человека. И юристы, и врачи, и учителя ежедневно в своей практике обращаются к опросу.

Анкета — объединенный единым исследовательским замыслом перечень вопросов, направленный на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета анализа (прил. 4).

Виды вопросов в анкете:

1. По структуре:

1) *закрытый вопрос* — вопрос, в котором предлагаются варианты ответов. Закрытые вопросы бывают нескольких видов:

а) *альтернативный вопрос* — вопрос, на который респондент может дать один вариант ответа;

б) *поливариантный вопрос* — вопрос, на который респондент может выбрать несколько вариантов ответа;

2) *полузакрытый/полуоткрытый вопрос* — вопрос, на который даны определенные варианты ответов, но респонденту дается возможность добавить какой-то вариант самостоятельно, если ни один из предложенных не подходит либо их количество недостаточно.

2. По функциям:

1) *программно-тематические* — вопросы, направленные на решение целей и задач исследования;

2) *служебные вопросы*:

— *скрининговые* — вопросы, которые отбирают целевую группу респондентов перед началом опроса;

— *контактные* — вопросы, направленные на установление контакта с респондентом (с целью заинтересовать его). Обычно это несколько первых вопросов анкеты;

— *контрольные* — вопросы, которые позволяют проверить достоверность и искренность ответов респондента;

— *вопросы-фильтры* — вопросы, которые задаются для выделения из совокупности какой-либо более узкой группы респондентов.

3. По форме:

1) *прямые вопросы* — вопросы, предполагающие получение конкретного ответа на прямой вопрос;

2) *косвенные вопросы* — вопросы, дающие респонденту возможность высказаться о какой-либо проблеме, например, от третьего лица или от имени коллектива, группы, после чего исследователь может сделать вывод о скрытых установках респондента.

4. По оформлению:

1) *текстовые вопросы* — вопросы, которые оформляются в виде текста;

2) *вопросы-рисунки* — вопросы, которые оформляются в виде рисунка;

3) *табличные вопросы* — вопросы, которые оформляются в виде таблицы;

4) *графические вопросы* — вопросы, которые оформляются в виде графика, схемы.

Глубинное интервью. Данный метод качественного опроса представляет собой личную беседу интервьюера с респондентом по заранее намеченному плану. Целью глубинного интервью является получение мнений, оценок, ценностных ориентаций респондента, другими словами, развернутых ответов на вопросы. Глубинное интервью предполагает развернутые ответы на открытые вопросы («почему?», «зачем?», «каким образом?» и т. д.).

Фокус-группа — метод качественных социологических исследований, одна из форм глубинного интервью, которое проводится в группе. Метод получил широкое распространение при изучении мнения целевых групп респондентов.

В процессе реализации фокус-группы участники свободно высказывают свои мнения по исследуемой проблеме. Руководит фокус-группой *модератор* — специально подготовленный исследователь, социолог, психолог. Современные исследователи все чаще

сходятся на числе участников 6–8–10 в зависимости от предмета и задач исследования.

Фокус-группы проводятся в специально оборудованных помещениях: комната с круглым столом, чтобы все участники могли видеть друг друга. Помещение должно быть оснащено аудио- и видеоаппаратурой как для записи происходящего, так и для демонстрации каких-либо материалов в случае необходимости. В классическом варианте одна стена должна быть оснащена двухсторонним зеркалом, чтобы участники видели зеркальное изображение, а за стеной, в клиентской комнате, заказчик или аналитик мог наблюдать за происходящим.

План обсуждения (вопросник, гайд) формируется в зависимости от целей и задач исследования. Основная функция гайда — перевести на доступный для респондентов язык исследовательские задачи.

Практические задания

З а д а н и е 1. Изучить предложенный вариант анкеты, найти в нем ошибки: логические, лингвистические, методические и т. п. Обратите внимание на оформление анкеты, правильность формулировки вопросов, вариантов ответов, правильность применения шкал. Какие-то вопросы могут показаться вам лишними и т. д. Затем в групповой дискуссии необходимо провести сравнение и обсуждение результатов. Итогом работы является исправленный вариант анкеты, который должен содержать оригинальную версию вопроса, письменные пояснения (в чем были ошибки) и новый, корректный, вариант вопроса.

АНКЕТА

Отношение преподавателей к успеваемости современных студентов

1. Как вы думаете, какими мотивами руководствуются абитуриенты при поступлении в университет? (укажите не более 6 вариантов ответа)

- 1) Престиж высшего образования
- 2) Семейные традиции, желание родителей
- 3) Желание иметь высокооплачиваемую работу
- 4) Интерес к выбранной специальности, желание овладеть профессией

- 5) Ориентируются на знание определенных предметов
- 6) Нежелание идти в армию (для юношей)
- 7) Жажда познания
- 8) Получение диплома
- 9) Возможность заниматься научно-исследовательской деятельностью
- 10) Мнения друзей
- 11) Мнения учителей в школе
- 12) Другое (*впишите*)

2. Какими причинами, по вашему мнению, обусловлена итоговая оценка студента по дисциплине? (укажите не более 5 вариантов ответа)

- 1) Дружеские отношения в группе
- 2) Доверительные отношения с преподавателем
- 3) Большое количество свободного времени, которое студент уделяет учебе
- 4) Регулярное выполнение заданий в рамках самостоятельной работы
- 5) Уверенность в своих силах
- 6) Высокий уровень преподавания
- 7) Посещение лекционных занятий
- 8) Посещение семинарских занятий
- 9) Активная работа на семинарских занятиях
- 10) Тщательная подготовка к экзаменам/зачетам

3. По вашему мнению, студенты заинтересованы в получении знаний?

- 1) Студенты слабо мотивированы к учебе, плохо представляют, что им нужно
- 2) Студенты заинтересованы в получении знаний, проявляют активность в учебной деятельности
- 3) Студенты заинтересованы, но им трудно освоить материал
- 4) Студенты ленивы и не заинтересованы в получении знаний

4. Как вы думаете, на что студенты ориентированы в большей степени?

- 1) На получение знаний
- 2) На сдачу предмета

5. Какие новаторские методы обучения вы используете?

- 1) Гиперметод
- 2) Активные формы проведения учебных занятий (диалоговые лекции, деловые игры, дискуссии и др.)

3) Технические средства обучения (учебные аудио-, видеосредства, Интернет и др.)

4) Другие формы (*впишите*)

6. Как вы думаете, какие занятия чаще пропускают студенты?

1) Лекционные

2) Семинарские (*переходите к вопросу*)

7. По вашему мнению, чем обусловлена частота пропусков занятий? (укажите не более 3 вариантов ответа)

1) Студенты считают, что посещение лекций не является обязательным (не имеет смысла)

2) Студенты пренебрегают лекциям работой

3) Студенты пренебрегают лекциям другими видами деятельности

4) Студенты считают, что семинарские занятия интереснее лекций

5) Студенты считают, что семинарские занятия дают больше знаний, чем лекции

6) Другой вариант ответа (*впишите*)

За д а н и е 2. Студентам предлагается составить анкету из 20–25 вопросов по своему исследованию. Необходимо применить все известные виды вопросов. Обязательно нужно помнить о правилах оформления анкеты, формулировки вопросов, применения разного вида шкал.

Оценка результатов выполнения работы осуществляется в группе. Студенты обмениваются анкетами и проверяют анкеты своих коллег.

За д а н и е 3. Задача студентов — провести глубинное интервью. Необходимо разбиться на группы по 3 человека, совместно составить план глубинного интервью по любой актуальной для современного студента теме. Двое участников рабочей группы проводят глубинное интервью: один — интервьюер, второй — респондент, третий участник — наблюдатель.

По итогам работы в группе необходимо представить аналитическую записку по результатам исследования, сделать выводы о правильности реализации метода.

За д а н и е 4. Проведение фокус-группы. Задание выполняется в группах по 15–20 человек. Коллективно выбирается модератор — ведущий фокус-группы; группа аналитиков 4–6 человек: двое

студентов будут разрабатывать гайд фокус-группы, один — набирать транскрипт, двое — анализировать результаты исследования и разрабатывать презентацию. Оставшиеся члены группы будут являться участниками фокус-группы. Каждому из них должна быть присвоена роль согласно характеристикам целевой аудитории группы, которую участник должен играть на протяжении всего исследования.

Определение темы исследования, а также целевой аудитории осуществляется совместно всеми участниками рабочей группы.

Примерные темы исследования:

1. Электоральное поведение студентов.
2. Оценка предвыборной кампании кандидата в депутаты N.
3. Социальные проблемы города N.
4. Запуск новой государственной электронной услуги.
5. Оценка качества работы электронных порталов государственных услуг.

Контрольные тестовые вопросы и задания по теме

1. Вопрос социологической анкеты, на который респондент должен самостоятельно сформулировать содержание своего ответа, называется:

- а) закрытым;
- б) контактным;
- в) открытым;
- г) сложным?

2. Вопрос-фильтр в анкете — это

- а) проверочный вопрос;
- б) вопрос для установки контакта;
- в) вопрос для отбора части респондентов, которой задаются специальные вопросы;
- г) вопрос, проверяющий достоверность ответов?

3. Анкетирование — это разновидность

- а) наблюдения;
- б) анализа документов;
- в) опроса;
- г) теста?

4. Что такое скрининговый вопрос:

- а) вопрос для отбора целевой группы респондентов;
- б) проверочный вопрос;
- в) контактный вопрос;
- г) вопрос, отбирающий группу респондентов, которой задаются специальные (уточняющие) вопросы?

5. Какая шкала применяется для поливариантных вопросов:

- а) номинальная;
- б) порядковая;
- в) интервальная;
- г) шкала отношений?

6. Что такое дихотомический вопрос:

- а) вопрос, ответ на который предполагает только два варианта;
- б) вопрос, отвечая на который респондент может выбрать несколько вариантов ответов;
- в) открытый вопрос?

Тема 5

КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: МЕТОД НАБЛЮДЕНИЯ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

Социологическое наблюдение — «метод сбора первичной информации путем непосредственной регистрации исследователем событий, явлений и процессов, происходящих в определенных условиях»⁶.

Специфика метода социологического наблюдения:

- дает ретроспективную и перспективную информацию;
- дает возможность наблюдать актуальное поведение людей в момент осуществления каких-либо действий;
- позволяет оценить процесс взаимодействия людей;
- позволяет наблюдать, как разворачиваются отношения в группе.

Виды наблюдения:

1. По степени стандартизации процедуры наблюдения:

1) *структурированное наблюдение* — сбор информации осуществляется на основе заранее разработанной формализованной картины наблюдаемой ситуации. Результаты такого наблюдения фиксируются в специальных бланках (прил. 5). Предварительная разработка программы структурированного наблюдения, помимо традиционных этапов для любого другого социологического исследования, предполагает разработку *кодификатора* и *карты наблюдения*;

2) *неструктурированное наблюдение* — позволяет уточнить исследовательские задачи и структуру исследовательской деятельности, сформулировать гипотезу исследования. Данный метод реализуется в форме регистрации сведений в протоколе наблюдения по заранее разработанному плану.

2. В зависимости от наблюдателя:

1) *невключенное наблюдение* — техника на основе невмешательства наблюдателя, где исследователь является сторонним наблюдателем, ему доступно только визуальное наблюдение, он

⁶ Социологический энциклопедический словарь. С. 190.

не вступает в вербальный контакт, в выводах основывается только на собственных впечатлениях;

2) *включенное наблюдение* предполагает возможность комплексного исследования поведения социальной группы людей на протяжении длительного времени в естественной среде. Эта техника предполагает, что наблюдатель погружается в мир наблюдаемых и становится частью ситуации, следовательно, подвергается значительному давлению со стороны ситуации. Включенное наблюдение предполагает разную степень погружения: закрытое наблюдение и открытое наблюдение.

3. В зависимости от условий проведения наблюдения:

1) *полевое наблюдение* — процедура сбора информации, которая осуществляется в естественных условиях, когда наблюдатель не вмешивается в естественный ход событий;

2) *лабораторное наблюдение* — наблюдатель вмешивается в ситуацию и ожидает реакцию среды.

4. В зависимости от масштабов объекта наблюдения:

1) *массовое наблюдение* — техника структурированного наблюдения совокупности типичных ситуаций по стандартизированной форме;

2) *исследование уникального случая* — изучение ситуации, которое осуществляется единожды. Информация представляется в виде «полевых заметок». Исследователь проводит наблюдение сам;

3) *самонаблюдение* — наблюдателем является сам информант. Часто используется для анализа свободного и трудового времени.

Эксперимент — способ получения информации, в процессе которого мы создаем (изыскиваем) условия, необходимые для проявления и измерения причинно-следственных связей между явлениями.

Эксперимент является методом углубленного аналитического исследования, который позволяет исследовать не только факторы воздействия на объект, но и степень и эффективность этого воздействия. Суть социологического эксперимента заключается в том, чтобы проследить как изменяются некоторые *контрольные характеристики* под воздействием тех или иных обстоятельств в экспериментальной группе.

Факторные характеристики группы — характеристики, которые вводятся или изменяются в процессе эксперимента.

Нейтральные характеристики — характеристики, которые не участвуют в эксперименте.

Виды социологического эксперимента:

1. По характеру экспериментальной ситуации:

1) *лабораторный эксперимент (истинный эксперимент)* предполагает проведение в специально, часто искусственно, созданных условиях. Экспериментальные группы также являются искусственными образованиями и осведомлены о проведении эксперимента. Цель лабораторного эксперимента — проверка научной гипотезы;

2) *полевой эксперимент* проводится в естественных условиях. Целью его, как правило, выступает оценка степени эффективности тех или иных программ, методов воздействия, методик и т. п. Экспериментальная группа находится в естественных для себя условиях и может быть не осведомлена о том, что участвует в социологическом эксперименте.

2. По логической структуре доказательства гипотез:

1) *линейный эксперимент* предполагает, что и экспериментальной, и контрольной является одна и та же группа. В качестве контрольного состояния фиксируется первоначальное состояние группы;

2) *параллельный эксперимент* предусматривает участие двух разных, но идентичных по своим характеристикам групп.

3. По характеру ситуации:

1) *контролируемый эксперимент* предполагает выравнивание всех условий в экспериментальной и контрольной группах, кроме экспериментального фактора;

2) *неконтролируемый эксперимент* — эксперимент, на результаты которого могут оказывать воздействие нейтральные факторы.

Практические задания

З а д а н и е 1. Студентам предлагается провести наблюдение под легендой «тайного покупателя». Данное задание состоит из нескольких этапов.

1. Определение объекта исследования. Это может быть торговое предприятие, организация, предоставляющая какие-либо услуги (в том числе и государственные), и т. п.

2. Составление краткой программы исследования (объект, предмет, цель, задачи, гипотезы, интерпретация и операционализация понятий, легенда «тайного покупателя»).

3. Составление карты наблюдения, включающей основные параметры, которые будут изучаться в ходе исследования (различные аспекты работы персонала, организация работы персонала, интерьер помещения, дополнительные услуги и т. п.).

4. Практическая реализация исследования.

5. Составление презентации по результатам исследования.

З а д а н и е 2. На основе операционализации понятий, приведенной ниже, составить карту наблюдения.

**Операционализация понятий для наблюдения
за психоэмоциональным состоянием ребенка в коллективе⁷**
(авторство методики не установлено)

1. НД — недоверие к людям, вещам, ситуациям

Недоверие ведет к тому, что достижение любого успеха стоит ребенку огромных усилий. От 1 до 11 — менее явные симптомы, от 12 до 16 — симптомы явного нарушения.

1. Разговаривает с учителем только тогда, когда находится с ним наедине.

2. Плачет, когда ему делают замечания.

3. Никогда сам не предлагает никому никакой помощи, но охотно оказывает ее, если его об этом попросят.

4. Ребенок «подчиненный» (соглашается на «невыигрышные» роли, например, во время игры бежит за мячом, в то время как другие спокойно на это смотрят).

5. Слишком тревожен, чтобы быть непослушным.

6. Лжет из боязни.

7. Любит, если к нему проявляют симпатию, но не просит о ней.

8. Никогда не приносит учителю цветов или других подарков, хотя его товарищи часто это делают.

9. Никогда не приносит и не показывает учителю найденные им вещи или какие-либо модели, хотя его товарищи часто это делают.

10. Имеет только одного хорошего друга и, как правило, игнорирует остальных мальчиков и девочек в классе.

11. Здоровается с учителем только тогда, когда тот обратит на него внимание. Хочет быть замеченным.

⁷ См.: Клейберг Ю. А. Социальная психология девиантного поведения. М., 2004. С. 138–140.

12. Не подходит к учителю по собственной инициативе.
13. Слишком застенчив, чтобы попросить о чем-то (например, о помощи).
14. Легко становится «нервным», плачет, краснеет, если ему задают вопрос.
15. Легко устраняется от активного участия в игре.
16. Говорит невыразительно, бормочет, особенно когда с ним здороваются.

П. Д – депрессия (угнетенность)

В более легкой форме (симптомы 1–6) время от времени наблюдаются разного рода перепады активности, смена настроения. Наличие симптомов 7 и 8 свидетельствует о склонности к раздражению и физиологическом истощении. Симптомы 9–20 отражают более острые формы депрессии.

Случаи, когда пунктам Д соответствуют ВВ и ТВ, отмечаются с левой стороны страницы. Однако это ни в коем случае не относится к остальным пунктам.

1. Во время ответа на уроке иногда старателен, иногда ни о чем не заботится.
2. В зависимости от самочувствия либо просит о помощи в выполнении школьных заданий, либо нет.
3. Ведет себя по-разному. Старательность в учебной работе меняется почти ежедневно.
4. В играх иногда активен, иногда апатичен.
5. В свободное время иногда проявляет полное отсутствие интереса к чему бы то ни было.
6. Выполняя ручную работу, иногда очень старателен, иногда нет.
7. Теряет интерес к работе по мере ее выполнения.
8. Рассерженный, впадает в бешенство.
9. Может работать в одиночестве, но быстро устает.
10. Для ручной работы не хватает физических сил.
11. Вял, безынициативен (в классе).
12. Апатичен, пассивен, невнимателен.
13. Часто наблюдаются внезапные и резкие спады энергичности.
14. Движения замедлены.
15. Слишком апатичен, чтобы из-за чего-нибудь расстраиваться (и следовательно, ни к кому не обращается за помощью).
16. Взгляд тупой и равнодушный.
17. Всегда ленив и апатичен в играх.
18. Часто грезит наяву.
19. Говорит невыразительно, бормочет.
20. Вызывает жалость (угнетенный, несчастный), редко смеется.

III. У — уход в себя

Избегание контактов с людьми, самоустранение. Защитная установка по отношению к любым контактам с людьми, неприятие проявляемого к нему чувства любви.

1. Никогда ни с кем не здоровается.
2. Не реагирует на приветствия.
3. Не проявляет дружелюбия и доброжелательности к другим людям.
4. Избегает разговоров («замкнут в себе»).
5. Мечтает и занимается чем-то иным вместо школьных занятий (живет в другом мире).
6. Совершенно не проявляет интереса к ручной работе.
7. Не проявляет интереса к коллективным играм.
8. Избегает других людей.
9. Держится вдали от взрослых, даже тогда, когда чем-то задет или в чем-то подозревается.
10. Совершенно изолируется от других детей (к нему невозможно приблизиться).
11. Производит такое впечатление, как будто совершенно не замечает других людей.
12. В разговоре беспокоен, сбивается с темы разговора.
13. Ведет себя подобно настороженному животному.

З а д а н и е 3. Провести самонаблюдение на тему «День современного студента». Выполнение данного задания предполагает ряд этапов:

1. Определение объекта, предмета, цели и задач исследования.
2. Операционализация основных понятий. В качестве категорий анализа предлагается использовать режим дня, режим питания, досуг и т. п.
3. Составление карты структурированного наблюдения (прил. 5).
4. Самонаблюдение на протяжении недели.
5. Подведение итогов, составление методического и аналитического отчетов по проведенному исследованию.
6. Составление презентации своего исследования.

З а д а н и е 4. В открытых источниках найти примеры социологических экспериментов. Сделать сообщение по изученному материалу. Сообщение должно включать постановку проблемы, описание объекта, предмета, целей и задач исследования; гипотезы

исследования; методику исследования; ход эксперимента; основные результаты.

Также необходимо дать методические комментарии по данному эксперименту: указать возможные ошибки, недочеты, варианты их корректировки. В заключение сообщения нужно предложить свои варианты будущих исследований по данной тематике.

Контрольные тестовые вопросы и задания по теме

1. Структурированное наблюдение — это
 - а) метод, при котором сбор информации осуществляется на основе заранее разработанной формализованной картины наблюдаемой ситуации;
 - б) метод, который позволяет уточнить исследовательские задачи и структуру исследовательской деятельности, сформулировать гипотезу исследования;
 - в) метод наблюдения, который осуществляется на основе анкеты?
2. Данные, получаемые в процессе неструктурированного наблюдения, заносят
 - а) в протокол наблюдения;
 - б) карту наблюдения;
 - в) бланк наблюдения;
 - г) кодификатор?
3. Какие виды наблюдения в зависимости от позиции наблюдателя вы знаете:
 - а) включенное;
 - б) невключенное;
 - в) выключенное?
4. Значимыми достоинствами метода наблюдения в социологическом исследовании выступают:
 - а) активное продуцирование гипотез;
 - б) локальность изучаемой ситуации;
 - в) оперативность получения информации;
 - г) совместимость с другими методами?

5. Какие характеристики объекта исследования могут изучаться в социологическом эксперименте:

- а) нейтральные;
- б) контрольные;
- в) факторные;
- г) все вышеперечисленные?

6. Параллельный эксперимент — это

а) эксперимент с участием двух разных, но идентичных по своим характеристикам групп;

- б) эксперимент с участием одной группы;
- в) эксперимент с участием множества групп?

7. Какие виды кейс-стади вы знаете:

- а) комплексный кейс;
- б) мини-кейс;
- в) макси-кейс;
- г) множественный?

8. Источником информации при сборе социологических данных методом наблюдения выступает:

- а) внешнее проявление социального явления;
- б) документ;
- в) организованная социальная ситуация;
- г) человек?

9. Одним из недостатков метода наблюдения в социологическом исследовании выступает:

- а) активное продуцирование гипотез;
- б) локальность изучаемой ситуации;
- в) оперативность получения информации;
- г) совместимость с другими методами?

10. Примером качественного метода социологического исследования является:

- а) анкетирование;
- б) контент-анализ;
- в) стандартизированное интервью;
- г) фокус-группа?

Тема 6

МЕТОДЫ АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ

Документ в социологии — это информация, зафиксированная на любом материальном носителе. Эта информация обладает знаковой и семантической природой: информация о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека.

Проблема достоверности документальной информации актуальна в рамках реализации данного метода в двух аспектах:

- достоверность документа;
- достоверность информации.

И если достоверность документа определяется специальными экспертизами, то проблема достоверности информации лежит в поле зрения социолога.

Критерии достоверности информации:

- статус документального источника информации. Все источники обладают заведомой степенью достоверности (например, официальные источники информации более надежны, чем неофициальные, в силу своего статуса);

- наличие процедур контроля достоверности информации: информация более надежна, если ее можно проверить другими источниками;

- отсутствие фактуальной информации, о которой автор высказывает свое мнение, снижает достоверность информации (например, автор дает информацию со слов очевидцев);

- мотивы создания документов влияют на степень достоверности: менее достоверны документы, содержащие сведения, в которых автор лично заинтересован;

- обстановка создания документа.

Традиционный анализ документов — это набор умственных операций, которые направлены на изучение информации, содержащейся в документе, с определенной точки зрения, принятой исследователем в каждом конкретном случае. Традиционный анализ документов дает возможность исследователю изучить суть явлений, выявить логические связи и противоречия между ними, оценить

эти явления и факты с определенных нравственных, политических, эстетических и иных позиций. Недостатком традиционного анализа документов является его субъективизм.

Контент-анализ документов — «1. Метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления имеющихся тенденций развития социальных факторов. 2. Формализованный метод исследования содержания социальной информации посредством выявления устойчиво повторяющихся смысловых единиц текста (названий, понятий, имен, суждений и т. д.)»⁸.

Документ с точки зрения контент-анализа — это набор определенных элементов содержания, вне зависимости от связи друг с другом.

Бланк контент-анализа (прил. 6) составляется в соответствии со схемой операциональных понятий, содержит единицы анализа и все элементы описания проблемной ситуации, устанавливает однозначное соответствие между лексикой текста и кодами, над которыми производятся вычислительные операции.

Операциональные понятия (категории) разрабатываются на основе задач исследования в процессе теоретической интерпретации и операционализации понятий. Индикаторы категорий представляют собой элементы содержания текста, конкретные термины, слова, которые непосредственно имеют смысловое значение.

Бланк контент-анализа строится по следующему принципу:

- номер, дата проекта, код проекта, данные кодировщика, источник информации, время обработки документа;
- таблица, в которой указываются категории контент-анализа, единицы счета, примечания;
- подробная инструкция, в которой указаны требования и правила работы кодировщика: порядок работы с бланком (посчитать, указать и т. п.), порядок отбора документов (выборка).

Практические задания

З а д а н и е 1. Дайте определение традиционному анализу документов и контент-анализу. Опишите, в чем их сходство и различие. Обоснуйте, в чем достоинства и ограничения каждого из этих методов.

⁸ Социологический энциклопедический словарь. С. 139.

Задание 2. В открытых источниках найти предвыборные программы любых кандидатов в депутаты Екатеринбургской городской думы любого созыва. Провести внешний и внутренний анализ документа. Сделать выводы по каждому пункту.

Задание 3. Разработать карту контент-анализа. Студентам необходимо выбрать какое-либо периодическое печатное СМИ — газету, журнал. Сформировать программу социологического исследования: методологический блок, методический блок, в том числе карту контент-анализа (шапка, кодификатор, таблица, инструкция). Выборка должна включать 10–15 единиц. Карта контент-анализа — не менее 20 категорий.

Задание 4. По заранее разработанной карте контент-анализа (см. задание 2) провести исследование. Результатом работы является пакет бланков контент-анализа, количество которых должно соответствовать количеству изучаемых источников информации. Бланки контент-анализа должны быть корректно заполнены. Также составляется методический отчет по проведенному исследованию, который включает анализ ошибок, допущенных в бланке, наличие лишних категорий, единиц счета, отсутствие необходимых категорий, единиц счета, оценку правильности кодировки категорий анализа и единиц счета.

Контрольные тестовые вопросы и задания по теме

1. Какие виды анализа документов вы знаете:
 - а) контент-анализ документов;
 - б) традиционный анализ документов;
 - в) нетрадиционный анализ документов?
2. Какие виды документов в зависимости от носителя информации вы знаете:
 - а) тестовые;
 - б) аудиографические;
 - в) иконографические;
 - г) письменные?

3. Какие процедуры составляют традиционный анализ документов:

- а) внешний анализ;
- б) иконографический анализ;
- в) внутренний анализ;
- г) экономический анализ?

4. Основной задачей какого вида контент-анализа является выявление явных и скрытых тем текста:

- а) тематического;
- б) количественного;
- в) структурного?

5. Что не может быть единицей счета в контент-анализе:

- а) тема;
- б) временные характеристики;
- в) номер документа;
- г) количество знаков?

Тема 7

ОБРАБОТКА, ОБОБЩЕНИЕ И АНАЛИЗ ДАННЫХ

Подготовка к обработке социологической информации, полученной в ходе исследования, начинается еще на этапе разработки инструмента исследования. Особенно это касается количественных исследований, где необходимо при формировании анкеты произвести процедуру *кодирования* вариантов ответов. В процессе кодирования каждому варианту ответа присваиваются числовые коды.

Для закрытых и полукрытых вопросов кодирование производится до начала исследования, для открытых вопросов — после сбора информации. Ответы на открытые вопросы предварительно группируются по смыслу, а затем кодируются.

Контроль качества социологической информации включает в себя визуальный контроль, телефонный контроль, адресный контроль. Все эти мероприятия позволяют оценить полноту и точность социологической информации.

Ввод данных осуществляется в специальные компьютерные программы: Vortex, Excel, SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Среди критериев выбора программного обеспечения выделяются специфика данных (количественные или качественные); наличие необходимых процедур анализа; материальные возможности; возможности доступа к программному обеспечению; удобство, привычка; совместимость данных.

Анализ данных начинается с построения таблиц распределения. Специфика распределения зависит от шкалы. Если переменная является альтернативной, то число ответов и ответивших должно совпасть, так как один респондент мог дать только один ответ на вопрос.

После формирования таблицы для номинальных шкал производится ранжирование вариантов ответов, исходя из частот. Для порядковых шкал ранжирование не производится, так как при изменении порядка шкала перестанет иметь смысл.

Помимо числа ответивших (абсолютных чисел) указывается процент от ответивших. Допустимо также указывать процент от опрошенных, но в данном случае необходимо учитывать, что

число опрошенных и ответивших на данный конкретный вопрос может не совпадать.

В случае с поливариантной переменной число ответов превышает число ответивших, так как один респондент может дать несколько вариантов ответов.

Двухмерное распределение статистических данных осуществляется сразу по двум переменным, основной целью его является проверка гипотезы о взаимосвязи между переменными. При построении таблиц двухмерного распределения проценты могут быть рассчитаны как от общего числа, так и по зависимой либо независимой переменной.

Таблица процентов от общего числа ответивших позволяет исследователю сделать глубокие описательные выводы.

Таблица процентов по зависимой переменной является описательной, сделать заключение о влиянии одной переменной на другую по такой таблице не представляется возможным. Выводы по такой таблице будут иметь описательный характер. Например, можно охарактеризовать состав группы.

Аналитической является двухмерная таблица, построенная по независимой переменной. Эта таблица позволяет делать выводы о взаимосвязи переменных, так как значения независимой переменной сравниваются между собой по любому значению из значений зависимой переменной.

Функциональная связь между переменными предполагает, что изменение одного параметра на единицу приводит к изменению другого параметра на какую-либо величину.

Корреляционная связь проявляется в случае, когда одному значению переменной соответствует сразу несколько значений другой переменной. Причем разные значения второй переменной могут возникать под воздействием массы различных факторов — как явных, так и латентных. Следовательно, взаимосвязь между переменными проявляется в средних значениях.

Методический отчет, как правило, формируется по итогам пилотажного исследования, когда необходимо сделать выводы о методических аспектах исследования: откорректировать инструмент исследования, отработать механизм сбора информации и т. п.

Статистический отчет имеет описательный характер и представляет собой общее описание текущего состояния изучаемого

явления, при наличии вторичных данных — выявление общих тенденций развития явления во времени, установление различий между различными объектами.

Аналитический отчет представляет собой комплексное описание результатов социологического исследования, выявление причинно-следственных связей, разработку прогнозов.

Практические задания

З а д а н и е 1. Изучите отчет о состоянии радиорынка Екатеринбурга, отдельное внимание уделите глоссарию. Ответьте на вопросы, используя данные табл. 4 и рис. 1–3.

1. Чем отличаются показатели ReachDly и ReachWly (охваты) от AQHShare (доли)?

2. Почему не всегда убывание суточного охвата сопровождается убыванием доли?

3. Что такое показатель TimeSpentListening? С каким показателем он связан?

4. По какому столбцу отсортирована табл. 4?

5. Как определить процент женщин в аудитории радиостанции на пузырьковых диаграммах на рис. 1 и 2?

6. Каким показателем определяется размер пузырька (рис. 1–3)? Почему на этих диаграммах не нужны подписи данных?

7. Каким графиком можно перепроверить средний возраст аудитории на диаграмме на рис. 1?

8. Почему слушатели молодежных станций имеют более высокий доход (рис. 3)?

Глоссарий⁹

Reach Daily (суточная аудитория, суточный охват) — накопленное суточное количество слушателей радиостанции в процентах от заданной целевой группы (может указываться в процентах и в тысячах человек).

Reach Weekly (недельная аудитория, недельный охват) — накопленное недельное количество слушателей радиостанции в процентах

⁹ См.: Исследование радиорынка г. Екатеринбурга // Radioc.ru : [сайт]. URL: <http://www.radioc.ru/advertisement/media.php> (дата обращения: 01.05.2016).

от заданной целевой группы (может указываться в процентах и в тысячах человек).

TSL (Time Spent Listening) Daily (min) — продолжительность прослушивания радиостанции в минутах за день, в среднем.

AQH — Average Quarter Hour (%) — среднее количество слушателей в усредненном 15-минутном интервале в процентах от заданной целевой группы. Иными словами, какое в среднем количество людей (в %) в рассматриваемой группе слушают радиостанцию в каждые 15 мин.

AQH Share (доля в радиослушании) — отношение общего времени прослушивания радиостанции к общему времени прослушивания всех радиостанций.

Индекс соответствия позволяет сравнить уровень интереса к радиостанции в группе и среди жителей города в целом. Значение индекса соответствия меньше 100 говорит о том, что уровень интереса к радиостанции в рассматриваемой группе ниже, чем в целом по населению.

Значение индекса соответствия больше 100 говорит о том, что уровень интереса к радиостанции в рассматриваемой группе выше, чем в целом по населению.

Таблица 4

Основные медиапоказатели

Радиостанция	AQH %	Reach % Dly	Reach % Wly	TSL Dly	AQH Share
<i>Все радио в целом</i>	7,9	34,6	63,6	286	100,0
Радио СИ	1,0	6,0	14,2	203	12,2
Пилот	0,7	4,9	10,0	179	8,9
Европа плюс	0,4	3,6	10,1	140	5,1
Эхо Москвы	0,6	3,4	6,2	209	7,2
Русское радио	0,4	2,9	8,0	166	5,0
Радио Дача	0,5	2,8	8,1	204	5,8
Юмор FM	0,4	2,6	5,5	170	4,5
Шансон	0,4	2,3	6,6	204	4,8
Хит FM	0,3	2,2	5,6	163	3,6

Окончание табл. 4

Радиостанция	AQH %	Reach % Dly	Reach % Wly	TSL Dly	AQH Share
Радио Джем	0,4	2,0	5,0	237	4,8
Ретро FM	0,2	1,9	4,7	136	2,7
Максимум	0,2	1,9	4,0	152	3,0
Радио Спутник	0,3	1,7	3,6	239	4,1
Бизнес FM	0,2	1,6	2,6	165	2,6
Рок Арсенал	0,2	1,5	3,7	174	2,7
Дорожное радио	0,2	1,5	2,8	152	2,3
Радио СК	0,2	1,4	3,2	144	2,0
NRJ	0,2	1,1	2,0	177	2,0
Авторадио	0,2	1,0	3,4	211	2,1
Наше радио	0,2	1,0	2,9	201	2,0
Радио Романтика	0,1	1,0	1,9	141	1,5
Комсомольская правда	0,1	0,8	1,5	206	1,6
Детское радио	0,1	0,7	1,6	109	0,7
Город FM	0,1	0,6	1,2	148	0,8
Серебряный дождь	0,1	0,6	1,0	158	1,0
Семейное радио	*	0,2	0,4	281	0,5
Народная волна	*	0,1	0,4	252	0,3
Радио России	0,3	2,5	5,2	176	4,4
Маяк	0,1	0,6	2,2	207	1,3

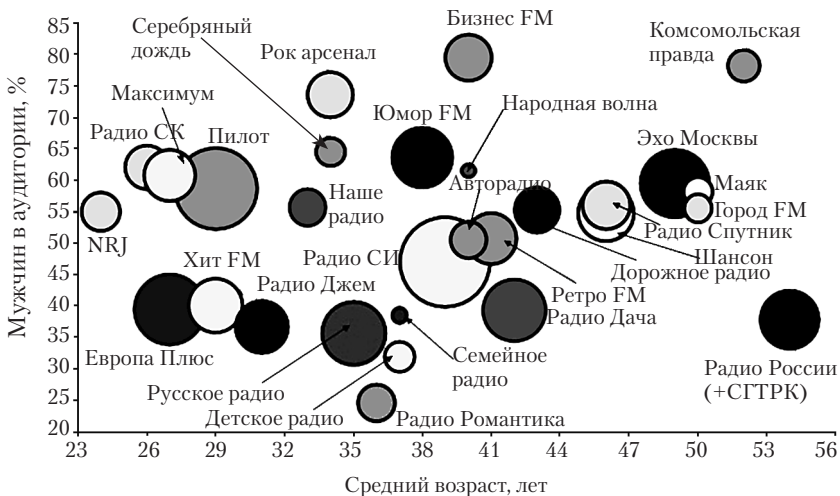


Рис. 1. Демографическая карта (пол, возраст, объем суточной аудитории)

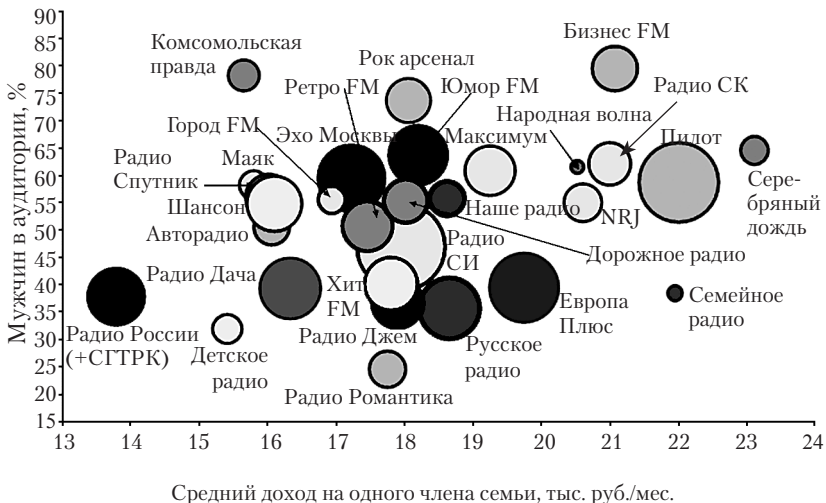


Рис. 2. Демографическая карта (пол, доход на одного члена семьи, объем суточной аудитории)

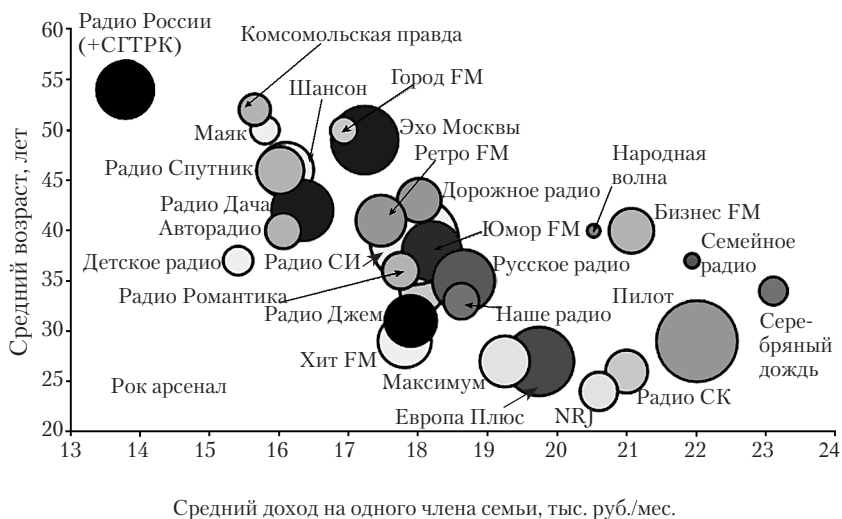


Рис. 3. Демографическая карта (возраст, доход на одного члена семьи, объем суточной аудитории)

З а д а н и е 2. По приведенной ниже табл. 5 рассчитайте абсолютный прирост и темп роста для каждой станции. Сделайте вывод, есть ли взаимосвязь между этими показателями и особенностями аудитории радиостанций.

Таблица 5

Динамика суточного охвата¹⁰

Радиостанция	Ноябрь 2011–январь 2012	Декабрь 2011–февраль 2012	Январь 2011–март 2012	Февраль–апрель 2012	Март–май 2012
DFM	2,6	2,1	2,2	2,4	3,3
Максимум	2,1	2,0	2,0	2,1	2,2
Пилот	5,1	4,2	4,4	4,4	5,0
Радио Джем	1,2	1,3	1,4	1,9	2,3

¹⁰ См.: Исследование радиорынка г. Екатеринбурга // Radioc.ru : [сайт]. URL: <http://www.radioc.ru/advertisement/media.php> (дата обращения: 01.05.2016).

Радиостанция	Ноябрь 2011– январь 2012	Декабрь 2011– февраль 2012	Январь 2011– март 2012	Фев- раль– апрель 2012	Март– май 2012
Радио Романтика	2,0	1,5	1,1	0,8	0,9
Радио СК	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8
Хит FM	2,4	2,4	2,4	2,1	2,0
Европа плюс	5,8	5,6	5,1	5,2	5,4
Радио Дача	3,2	3,6	4,0	3,9	4,2
Радио СИ	7,2	6,5	6,6	6,1	6,7
Ретро FM	1,2	0,9	1,3	1,5	1,6
Русское радио	4,3	4,1	4,2	3,1	3,0
Шансон	2,9	2,8	3,2	3,1	3,5
Юмор FM	2,8	2,9	2,6	3,2	3,2
Бизнес FM	1,4	1,6	1,1	1,1	1,0
Комсомольская правда	0,8	0,6	0,5	0,5	0,7
Маяк	0,7	0,8	0,8	0,8	1,1
Радио России (+СГРТК)	2,3	2,4	2,0	2,4	2,5

Контрольные тестовые вопросы и задания по теме

1. Как называется присвоение числовых кодов вариантам переменной:

- а) кодирование;
- б) корреляция;
- в) репрезентация;
- г) табуляция?

2. Какие виды контроля качества социологической информации вы знаете:

- а) визуальный;
- б) телефонный;

- в) лабораторный;
- г) количественный?

3. Как принято называть в процессе анализа данных вопрос анкеты:

- а) код;
- б) переменная;
- в) единица счета;
- г) единица анализа?

4. Можно ли ранжировать распределение данных по порядковым переменным:

- а) да;
- б) нет;
- в) зависит от переменной?

5. Какие виды связи между переменными вы знаете:

- а) репрезентативная;
- б) корреляционная;
- в) операциональная;
- г) функциональная?

6. Вид отчета, в котором делаются выводы о необходимости откорректировать инструмент исследования, отработать механизм сбора информации и т. п.:

- а) аналитический;
- б) методический;
- в) статистический?

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Андюсев Б. Е. Кейс-метод как инструмент формирования компетентностей / Б. Е. Андюсев // Директор школы. — 2010. — С. 61–69.

Артамонова О. Е. Разработка программы прикладного социологического исследования : учеб.-метод. пособие // Novsu.ru : [сайт]. — URL: <http://www.novsu.ru/cms/docs/r.406.cb.tinyMceSetUrl/i.406/?id=1000355> (дата обращения: 25.04.2016).

Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований / Г. С. Батыгин. — М. : Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2008.

Белановский С. А. Метод фокус-групп / С. А. Белановский. — М. : Никколо-Медиа, 2001.

Горшков М. Н. Прикладная социология: методология и методы : учеб. пособие / М. Н. Горшков, Ф. Э. Шереги. — М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2012.

Девятко И. Ф. Методы социологического исследования / И. Ф. Девятко. — М. : КДУ, 2010.

Добренков В. И. Методы социологического исследования / В. И. Добренков, А. И. Кравченко. — М. : Инфра-М, 2010.

Докторов Б. З. Лекции по истории изучения общественного мнения: США и Россия : учеб. пособие / Б. З. Докторов. — Екатеринбург : УрФУ, 2013.

Елисеева И. И. Общая теория статистики : учеб. / И. И. Елисеева, М. М. Юзбашев. — М. : Финансы и статистика, 2013.

Зборовский Г. Е. Общая социология : курс лекций / Г. Е. Зборовский. — М. : Градарики, 2004.

Зборовский Г. Е. Прикладная социология : учеб. пособие для вузов / Г. Е. Зборовский, Е. А. Шуклина. — М. : Градарики, 2006.

Иванов В. Ф. Социальная информация и ее свойства / В. Ф. Иванов // Изв. Юж. федер. ун-та. — 2008. — № 4. — С. 96–107.

Исследование радиорынка г. Екатеринбурга // Radioc.ru: [сайт]. — URL: <http://www.radioc.ru/advertisement/media.php> (дата обращения: 01.05.2016).

Клейберг Ю. А. Социальная психология девиантного поведения / Ю. А. Клейберг. — М. : Сфера, 2004.

Климантова Г. И. Методология и методы социологического исследования : учеб. для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. — М. : Дашков и Ко, 2014.

Култыгин В. П. Количественный и качественный анализ: органическое единство или автономия / В. П. Култыгин // Социол. исслед. — 2004. — № 9. — С. 3–14.

Кульков В. В. Актуальные проблемы современной системы образования в России и экономического образования в частности / В. В. Кульков // Кадры предприятия. — 2012. — № 2.

Лаборатория социолога: из опыта полевых исследований : учеб. пособие / под ред. В. А. Ядова. — М. : Таус, 2008.

Логвинов А. М. Социология рекламной деятельности : учеб. пособие / А. М. Логвинов. — Красноярск : Поликом, 2005.

Мельникова О. Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: методология и техники качественных исследований в социальной психологии : учеб. пособие для вузов / О. Т. Мельникова. — М. : Изд. центр «Академия», 2003.

Морено Я. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе / Я. Л. Морено. — М. : Академ. проект, 2004.

Мусина-Мазнова, Г. Х. Инновационные методы практики социальной работы : учеб. пособие для магистров / Г. Х. Мусина-Мазнова, И. А. Потапова, О. М. Коробкова и др. — М. : Дашков и К, 2014.

Ноель-Нойман Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии / Э. Ноель-Нойман. — М. : Прогресс, 1978.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. — М. : Либроком, 2015.

Салин В. Н. Статистика : учеб. пособие / В. Н. Салин. — М. : КноРус, 2011.

Семенова В. В. Качественные методы: введение в гуманитарную социологию / В. В. Семенова. — М. : Добросвет, 1998.

Соколов А. В. Введение в теорию социальной коммуникации : учеб. пособие // Bugabooks.ru: [сайт]. — URL: <http://bugabooks.com/book/35-vvedenie-i-teoriyu-socialnoj-kommunikacii/2-annotaciya.html> (дата обращения: 10.04.2016).

Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации // Evartist.narod.ru : [сайт]. — URL: <http://bugabooks.com/book/35-vvedenie-i-teoriyu-socialnoj-kommunikacii/2-annotaciya.html> (дата обращения: 10.03.2016).

Социологический энциклопедический словарь / под ред. Г. В. Осипова. — М. : Инфра-М-Норма, 2000.

Статистика : учеб. для вузов / под ред. И. И. Елисейевой. — СПб. : Питер, 2010.

Тезаурус социологии: Тематический словарь-справочник / под ред. Ж. Т. Тощенко. — М. : Юнити-Дана, 2013.

Темницкий А. Л. Учебное исследование по эмпирической социологии : учеб. пособие. — 2-е изд., доп. и перераб. / А. Л. Темницкий. — М. : Изд-во МГИМО-Университет, 2015.

Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» // Consultant.ru : [сайт]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 10.08.2016).

Флиeberg Б. Кейс-стади в контексте качественно-количественной проблематики / Б. Флиeberg // Социол. исслед. — 2004. — № 9. — С. 16.

Шляпентох В. Э. Проблемы качества социологической информации: достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал / В. Э. Шляпентох. — М. : ЦСП, 2006.

Шмелев А. Г. Психодиагностика личностных черт / А. Г. Шмелев. — СПб. : Речь, 2002.

Ядов В. А. Социологическое исследование: Методология, программа, методы. — Изд. 2-е / под ред. В. А. Ядова. — М. : Наука, 2011.

Ядов В. А. Стратегия социологического исследования: Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. — М. : Омега-Л, 2007.

Программа социологического исследования «Изучение ориентаций студентов на обучение в магистратуре»

I. Методологический раздел

1. *Постановка проблемы.* Современная реальность характеризуется процессами интеграции, глобализации, происходящими во всех областях жизнедеятельности человека. Общество, стремящееся к унификации различных сфер своей жизни, требует понимания участниками друг друга, разговора на «одном языке». Россия как важный игрок на международной арене активно участвует в данных процессах.

Интеграция коснулась и института высшего образования, играющего значимую роль в профессиональной подготовке и социализации личности. В период обучения в вузе молодой человек складывается и как профессионал, и как личность, способная эффективно существовать в едином общемировом пространстве, в котором высшее образование является важнейшим конкурентным преимуществом на рынке труда.

В то же время существовавшая до недавнего времени российская (советская) пятилетняя система высшего образования уже не отвечает тем требованиям, которые предъявляет к ней современное общество. Необходима новая четкая модель высшего образования, конвертируемая в разных странах.

Объективные условия социального развития породили изменения в российском высшем образовании, его структуре, а именно переход на двухуровневую модель: бакалавриат — магистратура. Предполагается, что данная система должна обеспечить определенную иерархию выпускников вузов, создать новые условия на рынке труда. Дипломы об образовании будут конвертируемы во всех странах единого образовательного пространства, что позволит поддерживать высокий уровень академической и трудовой мобильности, будет способствовать обмену образовательным, профессиональным опытом.

2. *Объектом исследования* являются институциональные основы магистратуры как ступени современного отечественного высшего профессионального образования.

Предмет исследования — особенности и основные противоречия выбора студентами обучения в магистратуре.

3. *Целью работы* является анализ особенностей и противоречий, определяющих формирование ориентаций студентов на обучение в магистратуре.

Цель исследования определила следующие *задачи*:

1) анализ основных теоретико-методологических подходов к изучению изменения структуры высшего профессионального образования как социального института;

2) изучение противоречия функционирования магистратуры в современной России;

3) изучение содержания противоречий в ориентациях студентов на обучение в магистратуре;

4) выявление характера влияния конкретных факторов на формирование ориентаций студентов на обучение в магистратуре;

5) разработка типологии студентов, ориентированных на обучение в магистратуре.

4. *Теоретическая интерпретация и операционализация понятий.* Теоретико-методологической основой исследования послужили идеи структурно-функционального анализа общества, институционального подхода к образованию; положения о специфике высшего образования, раскрывающие его функции; современные концепции развития личности; междисциплинарный подход, позволяющий привлечь данные философии, педагогики, психологии при социологическом анализе ориентаций студентов на обучение в магистратуре.

Под образованием будем понимать устойчивую форму организации общественной жизни и совместной деятельности людей, включающую в себя совокупность лиц и учреждений, наделенных властью и материальными средствами (на основе действующих определенных норм и принципов) для реализации социальных функций и ролей, управления и социального контроля, в процессе которых осуществляется обучение, воспитание, развитие и социализация личности с последующим овладением ею профессией, специальностью, квалификацией

Социальный институт — это форма организации и регулирования общественной жизни, обеспечивающая выполнение важных для общества функций, включающая совокупность норм, ролей, предписаний, образцов поведения, взаимодействий, специальных учреждений, систему контроля.

Высшее профессиональное образование — это форма организации общественной жизни и отдельных индивидов, включающая в себя совокупность лиц и учреждений, управление, систему контроля, осуществляющих социальные функции и роли, взаимодействующих между собой в процессе обучения, в результате которого происходит овладение профессией, специальностью, квалификацией.

Феномен высшего профессионального образования изучается самыми различными отраслями научного знания. Его исследование носит междисциплинарный характер. Существует множество подходов к изучению высшего образования. Профессор Г. Е. Зборовский условно делит их на две группы: общенаучные (методологические) и научные (дисциплинарные)¹¹. К первой группе относятся деятельный, социокультурный, коммуникативный, аксиологический, системный, институциональный подходы. Вторая группа подходов — философский, педагогический, социологический, экономический, правовой, психологический, антропологический, культурологический.

Студенчество — это социально-демографическая группа, состоящая из молодежи, обучающейся в высших учебных заведениях.

Студенты — специфическая страта молодежи, поскольку обладает высоким уровнем профессиональной и личностной культуры, активным интересом к участию в практическом преобразовании России.

Бакалавриат, магистратура — ступени высшего образования.

Факторы формирования ориентаций на обучение в магистратуре делятся на объективные:

- успеваемость;
- международная мобильность;
- вторичная занятость;
- пол;
- материальное положение;
- специальность;
- курс;
- референтная группа;
- научная деятельность

и субъективные:

- удовлетворенность учебной;
- интерес к освоению нового знания;
- удовлетворенность качеством обучения;
- удовлетворенность своими успехами в учебе.

¹¹ См.: Зборовский Г. Е. Общая социология : курс лекций. М., 2004. С. 207.

5. *Постановка гипотез исследования.*

1. Студенты планируют обучаться в магистратуре.
2. Студентам нравится учиться.
3. Процесс институционализации магистратуры в России является незавершенным.
4. Ориентации студентов на обучение в магистратуре являются мифологизированными и неустойчивыми.

II. Методический раздел программы

1. *Расчет выборки.* Исследуемая совокупность — студенты. Генеральная совокупность — студенты-бакалавры Екатеринбурга. Так как студенческое сообщество изначально поделено на небольшие группы (академические группы), то уместно применить гнездовую выборку. Объем выборочной совокупности рассчитан исходя из объема генеральной совокупности и составляет 400 человек.

2. *Обоснование методов.* Исследование будет проведено методом очного анкетирования, также будет проведена серия глубинных интервью. Для массового опроса выбран метод очного анкетирования, так как отсутствие контакта с интервьюером нивелирует влияние личности интервьюера на респондента. Поэтому мы получим большую вероятность того, что респондент даст более правдивые ответы. У респондентов будет время, чтобы сосредоточиться: одним вопросам выделить большее время, другим — меньшее. Также данный метод достаточно экономичен как в финансовом, так и во временном плане, что очень важно для нас. Таким образом, все это позволяет получить достоверные распределения мнений респондентов.

Глубинные интервью с выпускниками позволили включить в инструмент большое количество открытых вопросов, позволяющих получить качественную информацию, развернутые подробные мнения и оценки по интересующим нас проблемам.

3. *Разработка инструментария* — структурированная анкета и гайд глубинного интервью. Инструкция по заполнению анкеты для респондентов.

4. *Определение методов обработки и анализа данных.* Данные, полученные в ходе исследования, будут сведены, сгруппированы и проанализированы с помощью компьютерной программы обработки статистических данных SPSS.

5. График проведения исследования, смета затрат.

График проведения исследования

Вид мероприятия	Срок проведения
Разработка программы исследования	01–07.04.2016
Согласование с заказчиком	08–12.04.2016
Пилотажное исследование	13–20.04.2016
Корректировка программы исследования	21–24.04.2016
Полевое исследование	25.04–24.05.2016
Ввод, обработка, анализ данных	25.05–01.06.2016
Формирование отчета	02–09.06.2016
Представление результатов исследования заказчику	10.06.2016

Смета затрат

Товары (работы, услуги)	Количество	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Работа аналитиков, чел./день	4	10 000	40 000
Проведение интервью, анкет	430	80	34 400
Вознаграждение респондентов, чел.	430	50	21 500
Копировальные услуги, анкет	430	10	4 300
...			
<i>Всего</i>			

Таблица значений функции Гаусса – Лапласа

$P(t)$	0,00	0,01	0,03	0,05	0,07	0,09
0,0	0,5000	0,5040	0,5120	0,5199	0,5279	0,5359
0,1	0,5398	0,5438	0,5517	0,5596	0,5675	0,5753
0,2	0,5793	0,5832	0,5910	0,5987	0,6064	0,6141
0,3	0,6179	0,6217	0,6293	0,6368	0,6443	0,6517
0,4	0,6554	0,6591	0,6664	0,6736	0,6808	0,6879
0,5	0,6915	0,6950	0,7019	0,7088	0,7157	0,7224
0,6	0,7257	0,7291	0,7357	0,7422	0,7486	0,7549
0,7	0,7580	0,7611	0,7673	0,7734	0,7794	0,7852
0,8	0,7881	0,7910	0,7967	0,8023	0,8078	0,8133
0,9	0,8159	0,8186	0,8238	0,8289	0,8340	0,8389
1,0	0,8413	0,8438	0,8485	0,8531	0,8577	0,8621
1,1	0,8643	0,8665	0,8708	0,8749	0,8790	0,8830
1,2	0,8849	0,8869	0,8907	0,8944	0,8980	0,9015
1,3	0,9032	0,9049	0,9082	0,9115	0,9147	0,9177
1,4	0,9192	0,9207	0,9236	0,9265	0,9292	0,9319
1,5	0,9332	0,9345	0,9370	0,9394	0,9418	0,9441
1,6	0,9452	0,9463	0,9484	0,9505	0,9525	0,9545
1,7	0,9554	0,9564	0,9582	0,9599	0,9616	0,9633
1,8	0,9641	0,9649	0,9664	0,9678	0,9693	0,9706
1,9	0,9713	0,9719	0,9732	0,9744	0,9756	0,9767
2,0	0,9772	0,9778	0,9788	0,9798	0,9808	0,9817
2,1	0,9821	0,9826	0,9834	0,9842	0,9850	0,9857
2,2	0,9861	0,9864	0,9871	0,9878	0,9884	0,9890
2,3	0,9893	0,9896	0,9901	0,9906	0,9911	0,9916
2,4	0,9918	0,9920	0,9925	0,9929	0,9932	0,9936
2,5	0,9938	0,9940	0,9943	0,9946	0,9949	0,9952
2,6	0,9953	0,9955	0,9957	0,9960	0,9962	0,9964

Окончание таблицы

$P(t)$	0,00	0,01	0,03	0,05	0,07	0,09
2,7	0,9965	0,9966	0,9968	0,9970	0,9972	0,9974
2,8	0,9974	0,9975	0,9977	0,9978	0,9979	0,9981
2,9	0,9981	0,9982	0,9983	0,9984	0,9985	0,9986
3,0	0,9987	0,9987	0,9988	0,9989	0,9989	0,9990
3,1	0,9990	0,9991	0,9991	0,9992	0,9992	0,9993
3,2	0,9993	0,9993	0,9994	0,9994	0,9995	0,9995
3,3	0,9995	0,9995	0,9996	0,9996	0,9996	0,9997
3,4	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997	0,9998
3,5	0,9998	0,9998	0,9998	0,9998	0,9998	0,9998
3,6	0,9998	0,9998	0,9999	0,9999	0,9999	0,9999
3,7	0,9999	0,9999	0,9999	0,9999	0,9999	0,9999

Факторы и шкалы для выявления сенсорно-эмоциональной оценки текста методом семантического дифференциала¹²

Фактор Оценка (Отношение)

Название шкалы	Подвид фактора Оценка
Хороший – плохой	Общая
Добрый – злой Светлый – темный Чистый – грязный	Моральная Перцептивная (синестезический перенос на моральную оценку)
Красивый – отталкивающий Величественный – низменный Противный – приятный Гладкий – шероховатый Округлый – угловатый Горький – сладкий	Эстетическая Перцептивная (синестезический перенос на эстетическую оценку)
Простой – сложный Глупый – умный	Интеллектуальная
Безопасный – страшный	Эмоциональная (индуцируемые текстом эмоции)

Фактор Сила (интенсивность, потенциальная энергия)

Название шкалы	Подвид фактора Сила
Сильный – слабый Могучий – хилый Большой – маленький Твердый – мягкий Легкий – тяжелый	Физические характеристики (синестезический перенос на оценку экспрессивности текста): а) общая б) мощь в) величина г) твердость д) тяжесть

¹² См.: Шмелев А. Г. Психодиагностика личностных черт. СПб., 2002.

Окончание таблицы

Название шкалы	Подвид фактора Сила
Грубый – нежный Мужественный – женственный	Эмотивность: а) выражаемые текстом эмоции б) гендерно-стереотипные эмоции
Храбрый – трусливый Счастливый – несчастный	Выражаемые текстом эмоциональная устойчивость и уверенность в себе
Сытый – голодный	Выражаемая текстом удовлетворенность

Фактор Активность (актуальная энергия)

Название шкалы	Подвид фактора Активность
Активный – пассивный Громкий – тихий Быстрый – медленный Холодный – горячий Молодой – старый Веселый – грустный Печальный – радостный Яркий – тусклый	Общая активность Физические характеристики (синестези- ческий перенос на оценку динамичности текста): а) громкость б) быстрота в) теплота г) молодость

Уральский федеральный университет

Анкета

«Ориентации студентов на получение высшего образования»

Здравствуйте, уважаемый студент!

Ответьте, пожалуйста, на предложенные вам вопросы.

Вам необходимо внимательно прочитать вопрос, условия ответа на него, ознакомиться с предложенными вариантами ответа (если они есть) и обвести те ответы, которые наиболее близки вам.

Анкета анонимная. Все ответы будут использоваться только в обобщенном виде.

1. Что дает бакалавриат? (выберите не более 2 вариантов ответа)

1. Неполное (неоконченное высшее образование)
2. Высшее образование с неполным набором знаний, умений, навыков
3. Высшее образование с недостаточным набором знаний, умений, навыков
4. Полноценное высшее профессиональное образование
5. Первый уровень высшего образования

2. Что дает магистратура? (выберите не более 2 вариантов ответа)

1. Ученую степень
2. Уровень высшего образования, необходимый для руководителей
3. Уровень высшего образования, необходимый для ученых
4. Углубленное высшее образование в области управления, исследований, аналитики в изучаемой области
5. Еще одну ничего не гарантирующую на рынке труда «корочку»

3. Знаете ли вы, что такое Болонский процесс?

1. Да
2. Нет (*переход к вопросу № 5*)

4. Как вы относитесь к введению двухуровневой системы образования в России?

1. Полностью одобряю
2. Частично одобряю

3. Частично не одобряю
4. Совершенно не одобряю, лучше бы не вводили никаких новшеств

5. Какие основные цели Болонского процесса вы знаете? (выберите не более 4 вариантов ответа)

1. Введение общепонятных квалификаций в области высшего образования
2. Переход на двухступенчатую систему высшего образования. Введение оценки трудоемкости в терминах зачетных единиц (кредитов)
3. Повышение мобильности студентов, преподавателей и административно-управленческого персонала
4. Создание небольшого количества крупных вузов взамен большого количества существующих небольших
5. Обеспечение необходимого качества высшего образования
6. Взаимное признание квалификаций в области высшего образования, обеспечение автономности вузов
7. Введение аспирантуры в общую систему высшего образования (в качестве третьего уровня)
8. Придание «европейского измерения» высшему образованию
9. Реализация социальной роли высшего образования, развитие системы «образование в течение всей жизни»
10. Создание общеевропейского образовательного пространства
11. Другое (впишите, что именно) _____

6. В чем, на ваш взгляд, основные достоинства двухуровневой системы? (выберите не более 2 вариантов ответа)

1. Возможность получать практическое образование по укороченной программе
2. Возможность углублять свои знания и навыки в магистратуре
3. Возможность продолжить образование за рубежом
4. Возможность трудоустроиться за рубежом
5. Унификация системы высшего образования с европейской
6. Возможность выбирать срок обучения в вузе
7. Другое (впишите, что именно) _____

7. В чем, на ваш взгляд, основные недостатки двухуровневой системы? (выберите не более 2 вариантов ответа)

1. Бакалавр — неоконченное высшее образование
2. Бакалавров плохо берут на работу
3. Магистратура продлевает обучение еще на 1 год

4. Приходится защищать два диплома и два раза сдавать госэкзамены
5. Другое (*впишите, что именно*) _____

8. Если бы вы могли выбирать — получить степень бакалавра или специалиста, что бы вы предпочли?

1. Бакалавр
2. Специалист

9. После окончания бакалавриата вы будете:

1. Работать по специальности
2. Работать по любой другой специальности, кроме той, которую получаете сейчас
3. Работать по любой специальности, лишь бы была достойная заработная плата
4. Вообще не будете работать
5. Продолжать обучение в магистратуре по своей специальности
6. Продолжать обучение в магистратуре по другой специальности
7. Будете получать второе высшее образование
8. Затрудняюсь ответить

10. Будете ли вы получать степень магистра?

1. Да (*переход к вопросу № 12*)
2. Нет (*переход к вопросу № 11*)

11. Почему вы не планируете продолжать обучение в магистратуре? (*выберите не более 3 вариантов ответа*)

1. Считаю лишней тратой времени, для работы вполне хватит степени бакалавра
2. Магистратура — для будущих ученых. Я же буду практиковать
3. Не имею средств для оплаты обучения еще 2 года, хотя хотел(а) бы обучаться в магистратуре
4. Не советуют родители
5. Друзья не планируют, и я тоже
6. Другое (*впишите, что именно*) _____

Переход к вопросу № 13

12. Почему вы будете продолжать обучение в магистратуре? (*выберите не более 3 вариантов ответа*)

1. Это престижно
2. С дипломом магистра легче найти хорошую работу в России

3. Обучение в магистратуре дает дополнительные знания и навыки, которые будут способствовать профессиональному и карьерному росту

4. С дипломом магистра больше возможностей для продолжения обучения за границей

5. С дипломом магистра больше возможностей для трудоустройства за границей

6. Два года обучения, еще два года отсрочки от армии

7. Меня вынуждают родители (родители, супруг/супруга и т. п.)

8. Для саморазвития

9. Другое (*впишите, что именно*) _____

Насколько вы удовлетворены:

	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее неудовлетворен	Неудовлетворен
13. Вашими оценками	1	2	3	4
14. Вашими знаниями	1	2	3	4
15. Вашими практическими навыками	1	2	3	4

16. Вам нравится учиться?

1. Очень нравится

2. Скорее нравится, чем не нравится

3. Скорее не нравится, чем нравится

4. Совершенно не нравится

17. Собираетесь ли вы получать послевузовское образование?

1. Да

2. Нет (*переход к вопросу № 19*)

18. Какое именно?

1. Курсы переподготовки специалистов

2. Аспирантура

3. Высшее образование по другой специальности

19. Работаете ли вы?

1. Да

2. Нет (*переход к вопросу № 22*)

20. Специальность, по которой вы работаете, связана с вашей будущей профессией?

1. Да (*переход к вопросу № 22*)
2. Нет

21. Почему специальность, по которой вы работаете, не связана с вашей будущей профессией?

1. Мне неинтересна моя будущая профессия
2. Я работаю, чтобы зарабатывать деньги
3. По специальности, по которой я обучаюсь, невозможно трудоустроиться
4. Другое (*укажите, что именно*) _____

22. Как вы относитесь к введению балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов?

1. Полностью одобряю
2. Скорее одобряю, чем нет
3. Мне все равно
4. Скорее не одобряю
5. Совершенно не одобряю

23. Что вы считаете достоинством балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов?

1. Объективность итоговой оценки
2. Наглядность и ясность критериев оценки
3. Зависимость итоговой оценки от работы в течение семестра
4. Возможность увидеть все свои баллы онлайн
5. Возможность непрерывного контроля за учебным процессом студента

24. Что вы считаете слабыми сторонами балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов?

1. Объективность итоговой оценки
2. Наглядность и ясность критериев оценки
3. Зависимость итоговой оценки от работы в течение семестра
4. Возможность увидеть все свои баллы онлайн
5. Возможность непрерывного контроля за учебным процессом студента

25. Откуда вы получаете информацию о введении двухступенчатой системы высшего образования в России, введении БРС и других нововведениях?

1. Газеты, журналы
2. Телевидение
3. Интернет
4. Радио
5. Друзья, знакомые, сокурсники
6. Преподаватели
7. В нашем вузе такая система
8. Другое (*впишите, что именно*) _____

26. Есть ли у вас друзья (знакомые, родственники и т. п.), обучающиеся/окончившие магистратуру?

1. Да
2. Нет

27. Какой у вас средний балл за весь период обучения в вузе?

1. 3–3,99
2. 4–4,99

28. Ваш пол:

1. Мужской
2. Женский

29. Оцените, пожалуйста, материальное положение вашей семьи:

1. Нам не хватает денег даже на еду
2. Нам хватает денег на самое необходимое (еда, одежда), но купить какую-либо бытовую технику (телевизор, холодильник) для нас затруднительно
3. Покупка телевизора или холодильника для нас не проблема, но покупка автомобиля или квартиры затруднительна
4. Мы не отказываем себе ни в чем, можем позволить себе все, что угодно

30. Назовите вашу специальность (*впишите*) _____

31. На каком курсе вы учитесь? (*впишите*) _____

Спасибо за участие в опросе!

**Шаблон карты наблюдения
«Открытый урок по литературе школьников,
обучающихся в 5 классе»**

Дата

Номер наблюдения

Наблюдатель

Легенда:

Номер категории	Категория	Единицы наблюдения/ коды	Примечания
1	Внешний вид	1.1. Специальная форма 1.2. Деловой стиль одежды 1.3. Стиль одежды casual 1.4. ...	
2	Личные качества	2.1. Вежливый 2.2. Внимательный 2.3. Тактичный 2.4.	
3	Полнота ответа на вопрос	1 2 3 4 5	
4	Адекватность ответа вопросу	1 2 3 4 5	
5	Наличие примеров	5.1. Есть 5.2. Нет	
...			

Категории и параметры контент-анализа женской политической рекламы¹³

Дата
Номер ролика
Кодировщик

Категория анализа	Единица счета	Примечания
1. Формат рекламного ролика	<ol style="list-style-type: none"> 1. Документальный 2. Торжествующий 3. Доказательный 4. Основанный на самоанализе 5. Сфокусирован на конкурентах 6. Драматизирующий социальную проблему 	
2. Риторический стиль	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наставительный 2. Официальный 3. Эмоциональный информирующий 	
3. Прием воплощения рекламной идеи — документальные съемки	<ol style="list-style-type: none"> 1. Слайды, текст, голос за кадром 2. Лицо кандидата крупным планом 3. Лицо другого человека крупным планом 4. Сочетание вышеперечисленных приемов 	
4. Место действия	<ol style="list-style-type: none"> 1. В помещении — общий план 2. В помещении — дома или в кругу семьи 3. В помещении — в учебном заведении 4. В помещении — в офисе 5. Вне помещения — общий план 	

¹³ См.: *Логвинов А. М.* Социология рекламной деятельности : учеб. пособие. Красноярск, 2005. С. 301.

Окончание таблицы

Категория анализа	Единица счета	Примечания
	6. Вне помещения — в кругу семьи 7. Вне помещения — рабочая обстановка 8. Сочетание вышеперечисленных приемов 9. Другое	
5. Выступающий	1. Сам кандидат 2. Государственный деятель 3. Анонимное лицо 4. Сочетание нескольких лиц 5. Другое	
6. Голос за кадром	1. Сам кандидат 2. Государственный деятель 3. Анонимное лицо 4. Сочетание нескольких лиц 5. Другое	
7. Одежда	1. Деловой костюм 2. Женский костюм в романтическом стиле 3. Платье 4. Повседневная одежда 5. Комбинирование стилей одежды	

Учебное издание

Каташинских Варвара Сергеевна
Кульминская Алина Владимировна

МЕТОДЫ СБОРА СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Практикум

Заведующий редакцией
Редактор
Корректор
Оригинал-макет

*М. А. Овечкина
Т. А. Федорова
Т. А. Федорова
Л. А. Хухаревой*

План выпуска 2017 г. Подписано в печать 31.05.17.
Формат $60 \times 84 \frac{1}{16}$. Бумага офсетная. Гарнитура Times.
Уч.-изд. л. 4,0. Усл. печ. л. 4,4. Тираж 50 экз. Заказ 116.

Издательство Уральского университета
620000, Екатеринбург-83, ул. Тургенева, 4.

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ
620000, Екатеринбург-83, ул. Тургенева, 4.

Тел.: +7 (343) 350-56-64, 358-93-22

Факс: +7 (343) 358-93-06

E-mail: press-urfu@mail.ru

<http://print.urfu.ru>

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

