

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

Кафедра философии и социальных коммуникаций

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБРАБОТКИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

**Учебно-методическое пособие
для студентов Гуманитарного факультета
Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Санкт - Петербург
2017**

Одобрено и рекомендовано к изданию
Учебно-методическим советом Университета

Мухортова В.Н. **Современные технологии обработки социологической информации:** учебно-методическое пособие [Текст] / В.Н. Мухортова – СПб.: Изд-во «КультИнформПресс», 2017. – 19 с.

Рецензент: А.В.Бирюкова, кандидат социологических наук, доцент

Учебно-методическое пособие издается в соответствии с программой курса «Базы и анализ данных в прикладных коммуникациях», ставит своей задачей оказание помощи студентам дневного обучения в организации их самостоятельной работы, а также содержит ряд требований, предъявляемых к студентам, изучающим данную дисциплину. Учебный процесс на дневном отделении включает лекции, практические занятия и сдачу дифференцированного зачета.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов дневной формы обучения ФГБОУ ВО СПбГУ ГА.

© Мухортова В.Н. текст, 2017

© Изд-во «КультИнформПресс», 2017

Цели и задачи дисциплины:

Главная цель курса – дать студентам системное представление о современном процессе и методах социологического исследования.

Дисциплина предполагает изучение основных количественных и качественных методов сбора, обработки и анализа информации. В рамках курса раскрываются взаимосвязь методологии, методики и техники социологических исследований; значение методики и техники для организации эффективного социологического исследования; сущность и функциональные возможности существующих методов социологических исследований.

Знание методов сбора и анализа социологической информации имеет большое практическое значение для специалистов в области рекламы и PR: правильно организованное и проведенное социологическое исследование позволяет выявить особенности взаимоотношений индивидов и групп с государством и организациями, охарактеризовать структуру и динамику социальных процессов, выявить и смоделировать влияние комплекса социально-экономических факторов в PR, оценить коммуникационные программы и рекламные кампании в средствах массовой информации. Кроме того, навыки количественного и качественного анализа данных будут способствовать формированию у студентов опыта построения прогнозов и подготовки рекомендаций для принятия оптимальных решений в сфере PR.

В практических заданиях основное внимание уделяется пониманию социологических методов, а также умению интерпретировать и анализировать полученные результаты. Текущий контроль предполагает выполнение заданий на практических занятиях.

Для достижения поставленных целей решаются следующие задачи:

- приобретение знаний о методах сбора и обработки первичной и вторичной информации;
- освоение техник прикладного социологического исследования;
- приобретение навыков применения полученных знаний в профессиональной деятельности.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- способность организовывать и проводить социологические исследования;

Подписано в печать 29.03.2017г. Формат 60x84/16
У.п.л. 1,5. Уч.-изд.л 1,5. Тир. 100экз.
Отпечатано в типографии ООО «Турусел»
197376, Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова д.38.
toroussel@mail.ru
Зак. № 13925 от 29.03.2017г.

- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы работы с социологической литературой;
- цели и задачи исследовательской работы отделов по связям с общественностью;
- методы сбора социологической информации;
- сферы применения методов социологических исследований;
- правила и процедуру составления программы социологического исследования.

Уметь:

- пользоваться справочной и научной литературой по социологии;
- составлять план исследовательского проекта;
- использовать функциональные возможности методов социологических исследований;
- обрабатывать полученные данные и составлять отчет по итогам исследования.

Владеть:

- социологической терминологией;
- навыками организации исследования в коммуникационной сфере;
- методиками и техниками эмпирических исследований;
- методами проведения опросов общественного мнения;
- техниками научного письма.

Обеспечение учебного процесса литературой осуществляется при посредстве учебных пособий:

1. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1 : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 280 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00063-4.
2. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 2 : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — М. : Издательство

- Юрайт, 2017. — 448 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00066-5.
3. Социология. Методика проведения социологических исследований : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 118 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01704-5.
 4. Могильчак, Е. Л. Методика социологического исследования. Выборочный метод : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. Л. Могильчак ; под науч. ред. А. В. Меренкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 117 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-02668-9.
 5. Толстова, Ю. Н. Математическая статистика для социологов : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. Н. Толстова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 258 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03244-4.

ПРОГРАММА ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

Раздел 1. Теоретико-методологические основы социологического исследования

Тема 1. Организация социологического исследования

Общее представление о методологии социологического исследования. Основные характеристики социологического исследования, его структура, функции и виды. Организационные части социологического исследования: методология, метод, методика, техника и процедура. Этапы и процедуры социологического исследования, количественный и качественный подходы. Виды социологического исследования. Типичные ошибки, трудности, проблемы организации прикладного социологического исследования.

Классификация методов сбора первичной социологической информации. Характеристика основных методов сбора социологической информации. Количественные и качественные методы сбора социологической информации. Выбор оптимальных методов социологического исследования в зависимости от поставленных целей и задач. Методологический и процедурный блок программы исследования. Основные функции программы в социологическом исследовании: методологическая, методическая, прогнозная, организационно-технологическая. Проблема, объект и предмет исследования, определение цели и задач исследования. Планирование и проведение комплекса организационно-подготовительных мероприятий исследования. Элементы программы социологических процедур на всех этапах исследования. Этапы исследования: пилотажный, полевой. Обработка первичной информа-

ции, анализ вторичных данных, подготовка и обработка информации, формулирование выводов и рекомендаций. Подготовка отчета о результатах исследования и прогнозирование. Основные документы социологического исследования.

Тема 2. Основы построения выборки и первичное измерение (квантификация) социальных характеристик

Понятие выборочного исследования. Понятие генеральной и выборочной совокупности. Выборочный метод: основные характеристики (назначение, область применения, основные нормативные требования, программа применения выборочного метода). Способы формирования обследуемой совокупности и виды выборок. Проектирование выборки. Этапы и основные процедуры выборочного метода. Понятие репрезентативности выборки. Ошибки выборки: случайные и систематические ошибки. Типичные систематические ошибки и способы отбора единиц. Характеристика основных схем отбора: достоинства и недостатки. Способы определения объема выборочной совокупности.

Интерпретация и операционализация основных понятий. Структура операциональных определений. Понятия, признаки и переменные. Измерение в социологии, конструирование эталона измерения - шкалы. Общая характеристика шкал. Виды шкал: номинальные, порядковые, интервальные, отношений. Этапы процедуры шкалирования. Шкалы сумматорного типа. Индикаторы качества шкалы: надежность, устойчивость, точность, валидность. Типы шкал и допустимые для них операции с числами.

Раздел 2. Методы сбора данных в социологическом исследовании

Тема 3. Метод опроса в социологических исследованиях

Понятие опроса в социологической литературе. Виды и разновидности опросов (анкетные опросы и интервью). Опросные методы в PR. Этапы и процедуры опроса. Методика и техника проведения опроса. Основные преимущества и недостатки метода опроса. Особенности организации и сложности проведения массового опроса. Проблемы достоверности информации. Типичные ошибки и трудности в проведении опроса. Специфика использования анкетирования в социологических исследованиях, его возможности и преимущества. Необходимые условия организации и успешного проведения анкетирования. Общая оценка возможностей опросных методов. Специфика анкетного опроса. Виды анкетных опросов. Логическая и организационная структура анкеты. Классификация вопросов анкеты. Основные функции вопроса (индикаторная, коммуникативная и измерительная). Виды и профилактика ошибок, связанных с нарушением логической структуры вопроса (эффект внушения, несоот-

дурных основ ее выполнения, выдвигаемых гипотез и логически последовательных операций для их проверки.

Репрезентативность - свойство выборочной совокупности представлять параметры генеральной совокупности, значимые с точки зрения задач исследования.

Репрезентативная выборка - выборка, в которой все основные признаки генеральной совокупности, из которой извлечена данная выборка, представлены приблизительно в той же пропорции или с той же частотой, с которой данный признак выступает в этой генеральной совокупности.

Респондент - лицо, участвующее в опросе в качестве источника или коммуникатора социальной информации.

Техника социологического исследования - сценарий развертывания основных способов сбора, обработки и анализа (посредством использования компьютеров) эмпирической социологической информации.

Фокус-группа - качественный метод сбора социологической информации, способ выявить различие в понимании некоторой проблемы, события, явлений жизни определенными группами людей.

Фокусированное интервью - вид интервью, сконцентрированного на определенной проблеме. Предметом изучения являются субъективные переживания, восприятия респондента. Чаще всего бывает нестандартизированным или полустандартизированным.

Гайд (синонимы: сценарий, путеводитель, план обсуждения) - исследовательский документ, в котором описаны все существенные элементы предстоящей фокус-группы.

Интервью (от англ. interview - беседа с глазу на глаз) - один из основных методов опроса, использующий в качестве источника информации непосредственное вербальное взаимодействие исследователя с респондентом в соответствии с исследовательской программой.

Исследование - вид систематизированной познавательной деятельности, направленной на получение новых знаний, информации и т.д., на изучение определенных проблем и взаимозависимостей посредством применения стандартизированных методов: наблюдения, эксперимента, контент-анализа документов, анкетирования и т.п.

Качественные методы - методы, которые предполагают получение глубинных ответов. Они нацелены не столько на фиксацию количественных параметров изучаемых явлений, сколько на познание их качества. Часто эти методы определяют как «мягкие» в отличие от «жестких» - количественных.

Кейс-стади (case study) - качественный метод, направленный на изучение отдельной общности, уникального объекта в совокупности его взаимосвязей.

Метод (греч. methodos - путь к чему-либо) - способ исследования явлений или планомерный путь научного познания и установления истины. Метод в социологии - это способ теоретического или эмпирического получения информации в процессе исследования; совокупность приемов, процедур, операций познания социальной реальности, а также социального моделирования.

Мониторинг - один из наиболее эффективных способов повторного социологического исследования, представляющий собой целостную систему отслеживания происходящих в обществе или в его отдельных структурах и общностях (группах) изменений на основе изучения и анализа массовых представлений о них. Мониторингом называют исследование, повторяющееся через небольшие (квартал, год) промежутки времени.

Опрос - метод сбора первичной социологической информации посредством устного или письменного обращения исследователя к определенной совокупности людей (респондентов) с вопросами, содержание которых освещает изучаемую проблему на уровне эмпирических показателей, последующей регистрации и статистической обработки полученных ответов, а также их теоретической интерпретации.

Переменная - статистическое название измеряемого показателя, признака.

Программа социологического исследования - это систематизированное изложение теоретико-методологических предпосылок, общей концепции исследовательского проекта в соответствии с основными целями и задачами предпринимаемой работы, методических и проце-

ветствие информированности респондента, неадекватность обозначения адресата). Требования, предъявляемые к анкетным вопросам. Проблемы, возникающие при проведении опроса (пропущенные вопросы, проблема неискренности респондентов, этические проблемы).

Композиция и техническое оформление анкеты. Графическое оформление. Пилотаж вопросника. Особенности интервью как метода сбора информации. Виды интервью. Функциональное и общее отличие интервью от анкетного опроса. Преимущества и недостатки метода. Этапы подготовки и проведения интервью. Конструкция вопроса и интерпретация ответа. Подготовка и подбор интервьюеров. Качества, знания и умения интервьюера. Методы минимизации «эффекта интервьюера».

Тема 4. Качественные методы в социологии

Специфические особенности качественных социологических исследований. Этапы качественного исследования. Виды качественных исследований. Кейс-стади (case-study). Этнографические исследования. Исторические исследования. Биографический метод. Метод наблюдения. Этапы и процедуры метода наблюдения. Виды наблюдения: прямое, включенное. Сферы применения метода. Этапы подготовки наблюдателей. Качества, знания, умения наблюдателя. Типичные ошибки в применении метода наблюдения в социологическом исследовании. Опрос экспертов как метод сбора социологической информации. Условия применения метода экспертных оценок. Цели, реализуемые с помощью экспертного опроса. Основные стадии проведения экспертных опросов. Подбор экспертов: поиск потенциальных экспертов, оценки компетентности экспертов, определение численности и состава экспертных групп. Модели поведения экспертов. Проблемы экспертных опросов. Достоинства и ограничения метода экспертных оценок. Дельфи-метод. Мозговой штурм. Креативные группы. Методы обработки экспертных суждений.

Понятие фокусированного группового интервью, становление метода, сферы применения. Применение метода в сфере PR и рекламы. Техническое обеспечение, организация группы и рекрутинг участников. Практические рекомендации к написанию гайда (сценария) фокус-группы.

Требования к модератору, стили проведения фокус-группы. Типы участников фокус-групп. Приемы нейтрализации деструктивных участников. Проективные техники при проведении фокус-групп: незаконченные предложения, ассоциации, bubbles и т.д. Методика анализа материалов. Подготовка отчета.

Тема 5. Прикладные методы анализа документов. Метод контент-анализа

Документ как объект анализа. Виды анализа. Виды документов. Источники документальной информации. Приемы качественно-количественного анализа документов. Прикладные методы анализа текстов СМИ. Метод контент-анализа – определение и виды. Процедура проведения контент-анализа. Понятия «смысловая единица», «единица наблюдения», «единица измерения» (счета). Приемы проектирования смысловых единиц. Приемы построения матриц контент-анализа. Особенности анализа текстов СМИ (мониторинг СМИ) в сфере PR.

Раздел 3. Анализ обобщение и представление данных в социологическом исследовании

Тема 6. Анализ данных, обобщение и представление результатов исследования

Виды анализа данных. Одномерный анализ (табулирование и представление данных). Статистические показатели (меры средней тенденции, коэффициенты корреляции и т.д.). Понятие корреляции, принципы анализа связи между переменными. Анализ эмпирических данных: группировка и типологизация, поиск взаимосвязей между переменными, анализ данных повторных и сравнительных исследований. Анализ эмпирических данных: последовательность действий при качественно-количественном анализе данных, стратегия качественного анализа данных. Построение кодировочной таблицы. Границы и возможности использования современных статистических пакетов при обработке и анализе социологической информации. Общая их характеристика.

Тема 7. Представление результатов исследования

Составление отчета по результатам исследования. Виды отчетов. Требования к языку и стилю отчетов, формулирование выводов и рекомендаций. Прогнозирование на основе результатов исследования. Структура научного отчета по итогам социологического исследования. Представление, использование и хранение отчетов.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Предлагаются типовые планы практических занятий по трем разделам программы курса. После каждого раздела дается список литературы.

Раздел 1.

Практическое задание 1. Прикладное и эмпирическое социологическое исследование.

Практическое задание 2. Виды социологического исследования.

Практическое задание 3. Расчет выборки.

4. функциональной зависимостью
5. положительной корреляцией

17. Опрос – это

1. метод сбора первичной информации
2. метод сбора вторичной информации

18. Является ли верной следующая формулировка вопроса в анкете: «Нравится ли вам студенческая жизнь и учеба в университете?»

1. вопрос сформулирован верно
2. вопрос сформулирован неверно

Обоснуйте свой ответ

19. Исследование, в задачи которого входит изучение факторов, обосновывающих то или иное явление, называется

1. пилотажным
2. описательным
3. аналитическим

СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ

Анализ данных - совокупность действий, осуществляемых исследователем в процессе изучения данных, полученных тем или иным образом, с целью формирования определенных представлений о характере явления, описываемого этими данными.

Анализ документов - совокупность методических приемов, применяемых для извлечения из документальных источников социологической информации, необходимой для решения исследовательских задач. Выделяются два основных метода анализа документов: неформализованный (традиционный) и формализованный (контент-анализ, от английского content analysis - анализ содержания).

Анкета (от франц. Enquete - расследование) - упорядоченный по последовательности, содержанию, содержанию и форме набор вопросительных суждений, воплощенный в виде опросного листа и предназначенный для сбора эмпирической социологической информации в форме письменных ответов опрашиваемых (респондентов) по сформулированной исследовательской проблеме.

Выборочная совокупность (n) - это пропорциональная модель генеральной совокупности (N), результат определенным образом извлеченных из нее элементов, выступающих в качестве объекта непосредственного изучения. Выборочная совокупность (n) - часть элементов генеральной совокупности, отобранная при помощи специальных методов для эмпирического исследования. Выборочная совокупность должна являться микромоделью генеральной совокупности.

5. имена исторических личностей, политиков, выдающихся ученых и деятелей искусства, организаторов производства, лидеров движений и партий, наименования общественных институтов, организаций и учреждений

9. Формализованное интервью – это

1. направляемый интервьюером свободный рассказ, повествование о жизни
2. это длительная беседа (несколько часов) без строгой детализации вопросов, но по общей программе
3. опрос, предполагающий детальную разработку всей процедуры, включая общий план беседы, последовательность и конструкцию вопросов, варианты возможных ответов

10. Лонгитюдными называют опросы

1. позволяющие анализировать данные во временной перспективе
2. опросы респондентов по телефону
3. включающие в себя только закрытые вопросы
4. проводимые в ходе пилотажного исследования

11. Закрытый вопрос – это

1. вопрос, ответ на который респондент дает в свободной форме
2. вопрос с жестко фиксированными альтернативами ответа
3. вопрос с альтернативами ответа и возможностью добавить свой вариант

12. Сензитивными называют

1. вопросы, направленные на получение сведений, которые люди обычно предпочитают утаивать
2. вопросы, располагающиеся в заключительной части анкеты
3. вопросы, на которые предлагают варианты ответа
4. все вопросы, которые задают интервьюеры

13. Ранжирование, как формат ответа, подразумевает

1. что респондент выбирает один или несколько ответов из представленного списка
2. что респондент упорядочивает весь представленный ему список—пунктов, суждений, объектов и т. п.— вдоль одномерного континуума какого-то качества
3. что респондент оценивает степень своего согласия с некоторым мнением или высказыванием
4. что респондент оценивает свое положение на континуумах удовлетворенности чем-либо, значимости какого-то мнения, интенсивности установки

14. Вопросы о демографических данных располагают

1. в начале анкеты
2. в середине анкеты
3. в заключительной части анкеты

15. Фокус-группа относится к

1. количественным методам исследования
2. качественным методам исследования

16. Связь, при которой увеличение одной переменной связано с увеличением другой переменной называется

1. отрицательной корреляцией
2. сильной корреляцией
3. слабой корреляцией

Практическое задание 4. Процедура шкалирования.

Вопросы:

1. Социологическое исследование: организация, основное назначение, нормативные требования. Этапы и процедуры социологического исследования.
2. Виды социологического исследования.
3. Программа социологического исследования. Элементы программы исследования.
4. Выборочный метод: основное назначение, область применения. Понятия генеральной и выборочной совокупности.
5. Способы формирования обследуемой совокупности и виды выборок.
6. Случайная (вероятностная) выборка.
7. Виды целенаправленной выборки.
8. Квотная выборка (основы построения квотной выборки)
9. Типы шкал и способы их применения.

Основная литература

1. Кравченко, А. И. **Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1** : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 280 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00063-4.
2. Кравченко, А. И. **Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 2** : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 448 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00066-5.
3. Социология. **Методика проведения социологических исследований** : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. Е. Тиммерманиса, А. Г. Тановой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 118 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01704-5.

Дополнительная литература

4. Могильчак, Е. Л. **Методика социологического исследования. Выборочный метод** : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. Л. Могильчак ; под науч. ред. А. В. Меренкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 117 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-02668-9.

- 5 Оганян, К. М. **Методология и методы социологического исследования** : учебник для академического бакалавриата / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 288 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01276-7.
- 6 Зерчанинова, Т. Е. **Социология: методы прикладных исследований** : учебное пособие для СПО / Т. Е. Зерчанинова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 207 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00108-2.

Раздел 2.

Практическое занятие № 5 Анкетный опрос.

Практическое занятие № 6 Интервью.

Практическое занятие № 7 Качественные методы.

Практическое занятие № 8 Фокус-группы.

Практическое занятие № 9 Контент-анализ.

Вопросы:

1. Количественные методы в социологических исследованиях: основное назначение, область применения. Виды количественных методов.
2. Опрос как основной метод сбора социологической информации. Преимущества и недостатки метода.
3. Массовые опросы и опрос экспертов. Краткая характеристика и сравнение.
4. Виды социологических опросов.
5. Требования, предъявляемые к анкетным вопросам. Типичные ошибки при формулировании вопросов.
6. Классификация вопросов, используемых в анкете (вопроснике).
7. Форматы ответов при закрытом типе вопроса (оценочная шкала, список-меню, выбор между суждениями, выражающими установку или мнение, ранжирование).
8. Правила составления анкеты (части анкеты)
9. Требования к оформлению анкеты (оформление страницы и разворота, шрифты, техническое и графическое оформление).
10. Основные требования к ситуации проведения интервью.
11. Основные черты качественного социологического исследования. Виды качественных методов.
12. Метод наблюдения: особенности, достоинства, недостатки, область применения. Ви-

4. совокупность технических приемов, их последовательность и взаимосвязь

2. Программа исследования – это:

1. изложение теоретико-методологических предпосылок исследования (общей концепции) в соответствии с основными целями предпринимаемой работы и гипотез исследования с указанием правил процедуры;
2. логическая последовательность операций для проверки гипотез
3. общая направленность исследования
4. главная цель исследования

3. Процедурный раздел программы включает:

1. формулировку проблемы, определение объекта и предмета исследования
2. предварительный системный анализ объекта исследования
3. принципиальный (стратегический) план исследования
4. обоснование системы выборки единиц наблюдения
5. набросок основных процедур сбора и анализа исходных данных

4. Требования к репрезентативности выборки означают, что

1. по выделенным параметрам (критериям) состав обследуемых должен приближаться к соответствующим пропорциям в генеральной совокупности
2. выборка должна быть отобрана случайным способом
3. выборка должна быть стратифицированной
4. погрешность выборки не должна превышать 5%

5. Качество выборки зависит:

1. от меры однородности социальных объектов по наиболее существенным для исследования характеристикам
2. от степени дробности группировок анализа, планируемых по задачам исследования
3. от целесообразного уровня надежности выводов из предпринимаемого исследования

6. Критерий надежности шкалы «обоснованность» можно определить как:

1. уверенность в том, что фиксируется запланированное свойство, а не какое-либо другое
2. однозначность, повторяемость результатов измерения с минимальной ошибкой
3. достаточная чувствительность шкалы как оптимальная дробность, дающая устойчивое измерение без систематических погрешностей

7. Простая номинальная шкала -

1. устанавливает отношения равенства между явлениями, которые включены в один класс
2. служит для установления отношений равенства между явлениями в каждом классе и отношений последовательности в терминах > или < между несколькими, но не всеми классами
3. устанавливает отношения равенства между явлениями в каждом классе и отношения последовательности в понятиях > и < между всеми без исключения классами
4. устанавливает отношение между пунктами не просто в понятиях больше-меньше, но позволяет фиксировать величину интервала

8. «Смысловыми единицами» контент-анализа могут быть

1. понятия, выраженные в отдельных терминах
2. тема, выраженная в целых смысловых абзацах, частях текстов, статьях, радиопередачах и т. п.
3. число строк, абзацев, квадратных миллиметров, знаков, колонок — в печатных текстах
4. длительность трансляции по радио или телевидению

15. Понятие, достоинства и недостатки открытых и закрытых вопросов.
16. Особенности конструирования сенситивных вопросов.
17. Специфика проведения интервью в социологии. Ситуация интервью, эффект интервьюера.
18. Виды интервью.
19. Основные требования к ситуации проведения интервью.
20. Основные черты качественного социологического исследования. Виды качественных методов.
21. Фокус-группа как метод социологического исследования (общее определение, история возникновения метода, сферы применения).
22. Процедура организации фокус-группы: организация группы, принципы отбора и рекрутинг участников, необходимые документы, техническое обеспечение.
23. Основные правила проведения фокус-группы и функции модератора.
24. Структура гайда фокус-группы.
25. Проективные техники на фокус-группах.
26. Метод контент-анализа: понятие, назначение, подвиды.
27. Правила проведения контент-анализа. Особенности анализа текстов СМИ.
28. Представление и анализ данных. Типы таблиц: таблицы распределения и кросс-таблицы.
29. Статистические показатели, используемые при анализе данных. Меры средней тенденции.
30. Понятие корреляции. Анализ связи между двумя переменными.
31. Анализ эмпирических данных: группировка и типологизация, поиск взаимосвязей между переменными, анализ данных повторных и сравнительных исследований.
32. Последовательность действий при качественно-количественном анализе данных, стратегия качественного анализа данных.
33. Составление отчета по итогам исследования: научное, практическое значение, методологические и методические требования.
34. Виды итоговых отчетов.

КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ

1. Метод – это:

1. совокупность специальных приемов для эффективной организации исследования
2. основной способ сбора, обработки и анализа данных
3. последовательность всех операций, общая система действий и способов организации исследования

ды наблюдения.

13. Этапы и процедура метода наблюдения.
14. Фокус-группа как метод социологического исследования (общее определение, история возникновения метода, сферы применения).
15. Анализ документов: особенности, достоинства, недостатки метода. Текст как объект анализа.
16. Правила проведения контент-анализа. Особенности анализа текстов СМИ.

Основная литература

- 1 Кравченко, А. И. **Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1** : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 280 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00063-4.
- 2 Кравченко, А. И. **Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 2** : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 448 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00066-5.
- 3 Социология. **Методика проведения социологических исследований** : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 118 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01704-5.

Дополнительная литература

- 4 Могильчак, Е. Л. **Методика социологического исследования. Выборочный метод** : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. Л. Могильчак ; под науч. ред. А. В. Меренкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 117 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-02668-9.
- 5 Оганян, К. М. **Методология и методы социологического исследования** : учебник для академического бакалавриата / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 288 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01276-7.
- 6 Зерчанинова, Т. Е. **Социология: методы прикладных исследований** : учебное пособие для СПО / Т. Е. Зерчанинова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 207 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00108-2.

Раздел 3.

Практическое занятие № 10 Одномерный анализ.

Практическое занятие № 11 Анализ сопряженности.

Практическое занятие № 12 Обзор статистических пакетов.

Практическое занятие № 13 Графическое представление данных.

Практическое занятие № 14 Структура отчета по итогам исследования.

Вопросы:

1. Виды анализа данных.
2. Представление и анализ данных. Типы таблиц: таблицы распределения и кросс-таблицы.
3. Статистические показатели, используемые при анализе данных. Меры средней тенденции.
4. Понятие корреляции. Анализ связи между двумя переменными.
5. Анализ эмпирических данных: группировка и типологизация, поиск взаимосвязей между переменными.
6. Составление отчета по итогам исследования: научное, практическое значение, методологические и методические требования.

Основная литература

- 1 Кравченко, А. И. **Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1** : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 280 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00063-4.
- 2 Кравченко, А. И. **Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 2** : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 448 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00066-5.
- 3 Социология. **Методика проведения социологических исследований** : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 118 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01704-5.

Дополнительная литература

- 4 Могильчак, Е. Л. **Методика социологического исследования. Выборочный метод** : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. Л. Могильчак ; под науч. ред. А. В. Меренкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 117 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-02668-9.
- 5 Оганян, К. М. **Методология и методы социологического исследования** : учебник для академического бакалавриата / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 288 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01276-7.
- 6 Зерчанинова, Т. Е. **Социология: методы прикладных исследований** : учебное пособие для СПО / Т. Е. Зерчанинова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 207 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00108-2.

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации

1. Социологическое исследование: организация, основное назначение, нормативные требования. Этапы и процедуры социологического исследования.
2. Виды соц. исследования.
3. Выборочный метод: основное назначение, область применения. Понятия генеральной и выборочной совокупности.
4. Способы формирования обследуемой совокупности и виды выборок.
5. Случайная (вероятностная) выборка.
6. Виды целенаправленной выборки.
7. Квотная выборка (основы построения квотной выборки).
8. Количественные методы в социологических исследованиях: основное назначение, область применения. Виды количественных методов.
9. Опрос как основной метод сбора соц. информации. Преимущества и недостатки метода.
10. Виды социологических опросов.
11. Требования, предъявляемые к анкетным вопросам. Типичные ошибки при формулировании вопросов.
12. Типы вопросов, используемых в анкете (вопроснике)
13. Форматы ответов при закрытом типе вопроса (оценочная шкала, список-меню, выбор между суждениями, выражающими установку или мнение, ранжирование)
14. Правила составления и оформления анкеты.