Федеральное агентство по образованию Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
Ивановский государственный химико-технологический университет

Гуманитарный факультет

Кафедра истории и культурологии

"УТВЕРЖДАЮ"
Проректор по учебной работе

_____ Светцов В.И

"_____"_____200_ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

По дисциплине

«СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА КУЛЬТУРНОЙ СИТУАЦИИ РЕГИОНА»

Для специальности: культурология

Курс: пятый	Семестр: девятый
Всего часов по дисциплине (трудоемкость): 165 час.	
Аудиторные занятия: 72 час.	Лекционные занятия: 36 час.
Практические занятия (семинары): 36 час.	Лабораторные занятия: --
Самостоятельная работа: 93 час.	Курсовой проект (работа): --
Экзамен: девятый	Зачет: --

Рабочая программа составлена на основе авторской разработки курса с учетом общих положений Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования РФ по дисциплине «Социология»

Программу составил: доктор социологических наук, профессор **Мягков А.Ю.**

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН КУРСА

«Социологические методы анализа культурной ситуации региона»

№ п/п	Название темы	Количество часов		
		Лекции	Семинарские/ практические занятия	Самостоятельная работа
1	Методология социологических исследований как учебная и научная дисциплина: история становления, предмет и основные понятия	2	□	2
2	Типы и виды социологических исследований	2	1	4
3	Процесс и программа социологичес-кого исследования	2	1	6
4	Методы сбора информации в социологических исследованиях	2	4	4
5	Выборочный метод в социологии	4	6	8
6	Измерение социальных характерис-тик. Шкалирование в социологии	2	2	8
7	Социологическая анкета, ее струк-тура и правила составления	4	2	6
8	Обработка, анализ и обобщение социологической информации	□	2	6
9	Измерение предпочтений. Метод парных сравнений	2	2	4
10	Тестовые методики измерения социальных установок	2	2	4
11	Диагностика внутриколлективных отношений. Социометрия	2	2	4
12	Диагностика и измерение социального самочувствия населения	2	2	4
13	Методология измерения национальной и межкультурной толерантности	2	2	4
14	Методология исследования политической культуры общества	2	2	6
15	Социологический анализ теле- и радиоаудиторий	2	2	6
16	Социологические исследования чтения и читательских аудиторий	1	2	6
17	Методология измерения киноаудиторий	1	1	6
18	Измерение концертных аудиторий и аудиторий спортивных зрелищ	2	1	5
	Всего:	36	36	93

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСА. ЕГО МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1. ЦЕЛЬ ПРЕПОДАВАНИЯ КУРСА

Цель данного курса заключается в том, чтобы научить студентов-магистрантов самостоятельно анализировать культурную ситуацию, складывающуюся в регионе, прогнозировать ее динамику, проектировать, организовывать и проводить специальные социологические исследования по изучению различных социокультурных феноменов и процессов, добывать эмпирическую информацию и эффективно ее использовать в практике управления. Будущий специалист должен не просто знать, как проводится эмпирическое исследование, но и практически владеть всем арсеналом современных методов, технических приемов и процедур сбора первичной социологической информации, ее обработки, обобщения, интерпретации и анализа.

1.2. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ КУРСА

В результате изучения данной дисциплины студент-магистрант должен:

а) уметь формировать информационную базу исследования, анализировать источники информации для изучаемых социальных объектов;

б) уметь выбирать методологию анализа социокультурных явлений;

в) владеть навыками формирования выборочной совокупности и оценки ее репрезентативности;

г) освоить основные методы сбора эмпирической информации;

д) овладеть техникой измерения социальных характеристик;

е) уметь разрабатывать инструментарий социологического исследования.

ж) научиться работать с социологическими данными, характеризующими важнейшие социальные и культурные процессы, протекающие в городе, области, стране.

2. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

2.1. ЛЕКЦИИ

№ лекции	Содержание лекции	Число часов
	РАЗДЕЛ I. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ МЕТОДОЛОГИИ И МЕТОДИКИ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ	**18**
1	**ТЕМА 1. МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ КАК УЧЕБНАЯ И НАУЧНАЯ ДИСЦИПЛИНА: ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ, ПРЕДМЕТ И ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ**	2

Методология социологических исследований как специализированная отрасль эмпирической социологии. Основные социально-экономические, политические и социокультурные предпосылки ее возникновения. История массовых опросов в США и Западной Европе. «Соломенные («кукурузные») опросы» в США. Донаучный, протонаучный и научный этапы становления и развития дисциплины. Случай с еженедельником «Literary Digest». Деятельность «Американского Института по изучению общественного мнения». Дж. Гэллап и его вклад в разработку научной методологии социологических опросов.

Объект и предмет «методологии социологических исследований». Анализ и соотношение понятий: «Методология», «метод», «техника», процедура», «методика» применительно к науке о социологическом исследовании. Другие ключевые понятия курса.

Качество эмпирических данных как важнейшая проблема социологической методологии. Факторы, влияющие на качество социологических данных: респондент, интервьюер, инструмент и метод. Когнитивно-мотивационная модель формирования ответа респондентами (Ч. Кэннел, П. Миллер и Л. Оксенберг). Интервьюер как источник смещений в социологической информации. Эффект интервьюера: понятие, основные формы и эмпирические проявления, объяснительные модели. Теории «социальной атрибуции» и «социальной дистанции».

2.	**ТЕМА 2. ТИПЫ И ВИДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**	2

Общая классификация социологических исследований. Основания и критерии классификации. Проблема выбора типа и вида исследования. Принцип адекватности типа и вида исследования целям и задачам, предмету и объекту исследования.

Информационные, измерительные и социоинженерные исследования: их специфика, цели, задачи и функции. Локальные, региональные и общенациональные исследования. Оперативные социологические исследования: особенности их организации, подготовки и проведения. Методы

сбора социологической информации и типология исследований. Содержательные и методические исследования. Разведывательные, описательные и аналитические исследования: специфика, назначение, цели и задачи. Виды социологического пилотажа. Виды зондажей. Экспресс-опросы и социологические омнибусы. Виды интервальных (повторных, сравнительных) исследований. Социологический мониторинг. Панельные, когортные и лонгитюдные исследования, их специфика и значение для изучения социокультурных процессов.

3	**ТЕМА 3. ПРОЦЕСС И ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**	2

Фазы и этапы развертывания исследовательского процесса, их содержание, функциональное назначение и специфика.

Подготовительный этап: задачи и основные процедуры. Стадии подготовительного этапа: организационно-подготовительная, программно-подготовительная, пилотажная.

Полевой этап исследования, его назначение, основные фазы развертывания.

Подготовка социологической информации к математической обработке и процесс обработки данных. Первичная и вторичная обработка данных.

Анализ, обобщение и интерпретация социологической информации. Оформление результатов исследования.

Программа как основной документ социологического исследования. Назначение и функции программы. Исходные принципы составления программы. Общие нормативные требования к социологическим программам.

Структура программы и ее основные разделы.

Выбор и обоснование темы исследования. Выявление и описание проблемной ситуации. Формулировка проблемы исследования.

Определение объекта и предмета исследования. Типы и специфика социальных объектов. Предмет как наиболее существенное и проблематичное в содержании объекта исследования. Определение цели и постановка задач исследования.

Логический анализ исходных понятий в социологическом исследовании. Теоретическая, операциональная и эмпирическая интерпретация понятий. Перевод «программных» вопросов в анкетные. Инструментарий (анкета) как логико-семантическая модель предмета исследования. Поиск и отбор индикаторов.

Формулирование гипотез. Типы гипотез в социологическом исследовании.

4.	**ТЕМА 4. МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**	2

Сущность и специфика опросных методов. Проблема надежности информации, получаемой методом опроса. Познавательные возможности и границы социологического опроса. Назначение и области применения опросного метода.

Общая классификация опросных методов. Анкетирование и интервью; очные и заочные опросы; индивидуальные и групповые; массовые и специализированные опросы и т. д.

Анкетный опрос: сфера применения, достоинства и недостатки. Виды анкетирования. Раздаточное очное анкетирование, его плюсы и минусы. Заочные анкетные опросы: случаи применения, сильные и слабые стороны. Почтовые опросы. Прессовые опросы. Теле- и радиоопросы. Интерактивные опросы.

Социологическое интервью: функциональные возможности и преимущества перед анкетированием. Трудности и недостатки интервьюирования. Общая классификация персональных интервью: ситуации и сферы их применения. Специфика телефонных интервью, их достоинства, недостатки, случаи применения.

Классические и постклассические методы опроса. Методология «рандомизированного ответа» (RRT). Применение моделей С. Уорнера, Б. Гринберга, Р. Боруха, Г. Бегина для сбора данных по сенситивной проблематике.

Назначение, достоинства и недостатки *метода наблюдения* в социологии, сфера применения. Процедуры проведения наблюдений. Эффекты наблюдателя.

Сущность *документального метода*, его место в системе методов сбора первичной социологической информации. Назначение и области применения метода. Виды и методы анализа документальных источников. Традиционный (качественный) и формализованный (количественный) анализ. Особенности анализа текстовой и количественной информации. Техника контент-анализа.

Метод эксперимента в социологическом исследовании: его назначение, сущность, решаемые задачи. Принципы формирования контрольной и экспериментальной групп.

5-6	**ТЕМА 5. ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД В СОЦИОЛОГИИ**	4

Понятия: "сплошные" и "несплошные" исследования. Типы несплошных исследований.

Основные понятия теории выборки: генеральная и выборочная совокупность; единица отбора и единица изучения; репрезентативность; степень репрезентативности, ошибка выборки; уровень репрезентации; уровень значимости; основа выборки; контрольные признаки и др.

Ошибка выборки. Теоретическая и фактическая ошибка. Типы ошибок выборки по величине в зависимости от цели и типа исследования. Типы ошибок выборки в зависимости от источника их возникновения.

Анализ типичных ошибок: при определении объема выборки в массовой социологической практике. Правило "7 нельзя".

Предварительная стратегия определения объема выборки: сущность и назначение. Опытный путь определения объема: основные нормативы и их практическое применение. Опытно-расчетные методы, определения объема выборки. Расчетные методы определения n.

Последовательная стратегия определения объема выборки: сущность, исторический опыт, технология.

Методы комбинированной стратегии. Способы оптимизации объема выборки.

Понятие случайной (вероятностной) модели выборки. Достоинства и недостатки случайных выборок. Типология случайных выборок.

Простая случайная (повторная и бесповторная) выборка. Способы отбора единиц изучения. Систематическая выборка и способы интервального отбора респондентов. Методы элиминации псевдослучайности.

Стратифицированная выборка: достоинства, недостатки, случаи применения. Гнездовая выборка; сущность и основные методы.

Выборка по методу, "основного массива". "Стихийная" выборка: сущность и основные разновидности. Ограничения "стихийных" выборок. Выборка по методу «снежного кома».

Квотная выборка. Понятия: "квота", "параметры квот". Алгоритм построения квотных выборок. Правила реализации квотных выборок.

7	**ТЕМА 6. ИЗМЕРЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК. ШКАЛИРОВАНИЕ В СОЦИОЛОГИИ**	2

Специфика социальных измерений. Репрезентационная теория измерений. Измерение как приписывание чисел значениям измеряемого признака. Измерение как моделирование объекта.

Понятие социологической шкалы. Основные типы социологических шкал. Классификация шкал по С. Стивенсу.

Номинальные шкалы, их особенности и основные свойства. Признаки, измеряемые с помощью номинальных шкал. Операции с числами в номинальных шкалах.

Ранговые шкалы и их метрологическая специфика. Понятие ранжирования. Операции с числами, полученными в результате измерения посредством ранговых шкал. Коэффициенты ранговой корреляции.

Интервальные шкалы как разновидность метрических. Операции с числами в интервальных шкалах. Методы построения равноинтервальных шкал.

Общие и частные требования к социологическим шкалам.

Качество социологических измерений: основные критерии и методы оценки. Валидность, устойчивость, чувствительность, точность и правильность измерений.

8-9	**ТЕМА 7. СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ АНКЕТА, ЕЕ СТРУКТУРА И ПРАВИЛА СОСТАВЛЕНИЯ**	4

Понятие вопроса в социологическом исследовании. Классификация анкетных вопросов. Вопросы открытые, закрытые, комбинированные: ситуации использования. Достоинства и недостатки открытых и закрытых вопросов. Типы закрытых вопросов. Вопросы прямые и косвенные, личные и безличные, ситуативные и проективные.

Содержательные и функциональные вопросы, их место и роль в социологической анкете. Контрольная и фильтрующая техника в анкете. Контактные и буферные вопросы: назначение и особенности формулировки.

Правила формулирования социологических вопросов. Понятие социологической анкеты. Анкета как посредник (коммуникатор) в процессе общения социолога и респондента. Общая структура анкеты. Адаптация социологической анкеты к семантике культуры и социальных коммуникаций.

Композиция и "драматургия" анкеты. Правила ее конструирования. Последовательность вопросов в анкете. Расположение табличных вопросов. Контактные и буферные вопросы. Графическое оформление анкеты.

Организация и проведение опроса. Проблема анонимности и способы ее обеспечения. Условия, место и время проведения опроса. Обязанности анкетера (интервьюера) в ходе опроса.

Кодировка социологической информации, способы кодирования. Кодирование ответов на открытые вопросы анкеты. Подготовки социологической информации к машинной обработке. Выбраковка негодной информации: правила и критерии.

	РАЗДЕЛ II. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ МЕТОДИКИ В СОЦИОЛОГИИ	**6**
10	**ТЕМА 8. ИЗМЕРЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ. МЕТОД ПАРНЫХ СРАВНЕНИЙ**	2

"Одновопросная" техника измерения предпочтений, ее возможности и границы. Метод ранжирования объектов, его достоинства и недостатки. Метод парных сравнений Л. Терстоуна, его сущность и преимущества перед традиционными методами измерения предпочтений. История метода. Основные этапы и процедуры реализации метода парных сравнений. Требования к отбору и предъявлению пар объектов. Техника работы с первичными данными. Составление “доминантной” матрицы. Преобразование ее в процентную. Способы подсчета процентов голосов. Ранжирование объектов. Составление матрицы расстояний. Оценка статистической значимости субъективной дистанции между объектами. Статистический критерий для одного особого объекта. Критерий эквивалентности двух любых объектов. Нахождение шкальных оценок для объектов (суждений). Ограничения метода и его прогностические возможности.

11	**ТЕМА 9. ТЕСТОВЫЕ МЕТОДИКИ ИЗМЕРЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСТАНОВОК**	2

Понятия латентной и наблюдаемой переменной. Проблема измерения латентной переменной в социологии. Соотношение наблюдаемого поведения респондента с его латентными характеристиками.

Понятие социальной установки в социологии и психологии: неоднозначность определения. Основные компоненты установок: когнитивный, аффективный, кона-тивный. Модель М. Фишбайна. Особенности социальных установок. Взаимосвязь между намерением и поведением. Эффект Ла Пьера.

"Одновопросная" техника измерения установок, ее возможности и границы. Использование шкальных методов измерения установок: шкалы оценок и самооценок. Методы ранжирования оцениваемых (измеряемых) объектов.

Тестовые методы измерения установок. Построение индекса как способ измерения латентной переменной. *Методика суммарных итоговых оценок Р. Лайкерта*. Шкала суммарных оценок: основные этапы и процедуры построения. Методы отбора суждений. Требования к суждениям. "Кафетерий" Лайкерта. Оценка интенсивности измеряемой установки. Способы интерпретации результатов измерений.

Шкалограммный анализ Л. Гуттмана. Основные характеристики и свойства шкалы гуттмановского типа. Правила конструирования установочной шкалы. Требования к суждениям (пунктам шкалы). Формулировка и отбор суждений. Идеальная шкалограмма. Принципы удаления суждений. Поиск одномерного континуума в шкале. Расчет коэффициента репродуктивности шкалы. Измерение социальной установки.

Методика Л. Терстоуна. Техника построения оценочной и установочной шкалы. Принципы отбора суждений. Метод судейства. Измерение установки.

Ф-шкала Т. Адорно. История возникновения. Назначение шкалы. Характерис-тика базовых личностных переменных. Методика работы с эмпирическими данными. Процедуры обобщения и интерпретации результатов.

12	**ТЕМА 10. ДИАГНОСТИКА ВНУТРИКОЛЛЕКТИВЫХ ОТНОШЕНИЙ. СОЦИОМЕТРИЯ**	2

Назначение и сферы применения социометрического метода. Социометрия как метод изучения социальной напряженности, конфликтности и типа субкультуры.

Сущность и особенности социометрии. Возможности метода. История возникновения метода. Трудности и недостатки применения социометрии в социологических исследованиях. Понятие "малой группы". Критерии "малых групп": Методологические, методические, организационные и этические ограничения в применении метода.

Процедура социометрического исследования, его основные этапы. Программа социометрического опроса и её специфика. Разработка социометрической карточки. Понятие "социометрического критерия". Типы критериев: коммуникативные и гнос-тические; сильные и слабые; производственные, бытовые, досуговые; дихотомические и др. Определение числа социометрических критериев. Требования к формулировке социометрических критериев. Параметрическая и непараметрическая процедура исследования. Лимитация выборов. Формула Морено-Дженнингса.

Методика проведения социометрического опроса. Обобщение, анализ и интерпретация результатов социометрического теста. Построение социоматриц и социограмм. Расчет персональных и групповых, индексов (социометрический статус индивид: индекс эмоциональной эскпансивности; объема взаимодействия; индекс сплоченности группы: индекс взаимности: индекс разобщенности и др.). Смысловая интерпретация индексов. Разработка выводов и рекомендаций по результатам исследования.

	РАЗДЕЛ III. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФЕНОМЕНОВ И ПРОЦЕССОВ	**12**
13	**ТЕМА 11. ДИАГНОСТИКА И ИЗМЕРЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ НАСЕЛЕНИЯ**	2

Теоретико-методологические и методические проблемы изучения социального самочувствия (СС). Определение понятия "социальное самочувствие": анализ основных подходов. Структура социального самочувствия. Когнитивная и аффективная составляющие СС. Внутренние и внешние компоненты СС. Виды социального самочувствия.

Методики измерения СС. Шкалы общего вопроса ("Д-Т" шкала, шкала Кантрила, шкала Фодак и др.). Одномерные шкалы. (MS-шкала, AIM-шкала, SWLS-шкала и др.). Многомерные шкалы. Шкала удовлетворенности жизнью (LSI). Моральная шкала (PGC). Аффективная балансовая шкала (ABC).

Шкала социального самочувствия молодежи Е. Давыдовой (ШССМ): основные принципы построения, индикаторы, процедуры измерения. Авторский опыт измерения социального самочувствия различных социальных групп (населения г. Иваново, студенческой молодежи и т.д.).

14	**ТЕМА 12. МЕТОДОЛОГИЯ ИЗМЕРЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ**	2

Шкала "социальной дистанции" Э. Богардуса, ее назначение и методические особенности. История проекта: Р. Парк и Э. Богардус. Социокультурные предпосылки проекта. Модификации шкалы «социальной дистанции»: шкала расовой, образовательной, религиозной, этнической, про-

фессиональной, политической дистанцированности. Метрологические свойства шкалы. Вопрос и позиции шкалы: проблема формулировок. Методика измерения национально-этнической толерантности. Построение социологических индексов. «Индекс национальной дистанцированности» (ИНД) и «Интегральный индекс национальной дистанцированности» (ИИНД). Способы интерпретации данных. Интерпретативный подход Н.В. Паниной. Результаты социологических исследований национально-этнической и межкультурной толерантности в г. Иваново.

15	**ТЕМА 13. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕСТВА**	2

Понятие политической культуры общества. Неоднозначность определения. Основные подходы. Концепция гражданской политической культуры Алмонда и Вербы. Типология политических культур. Содержание и структурные компоненты политической культуры. Политическое сознание и политическое поведение.

Эмпирическое исследование политической культуры общества. Особенности программы социологического исследования. Теоретическая, операциональная и эмпирическая интерпретация базовых понятий. Поиск и подбор эмпирических индикаторов политической культуры. Формирование перечня переменных, подлежа-щих измерению. Разработка социологического инструментария. Вопросы и шкалы. Особенности сбора информации по политико-культурной проблематике. Выбор релевантного метода сбора данных. Обработка, анализ и интерпретация результатов исследования. Описание данных. Подготовка информационно-аналити-ческого отчета. Возможности прикладного использования результатов исследования. Опыт социологического изучения политической культуры в Ивановском регионе.

16	**ТЕМА 14. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕЛЕ- И РАДИОАУДИТОРИЙ**	2

Телеаудитория: структура и общая характеристика. Механизмы взаимодействия телевидения со зрителями. Типология телезрителей. Социальный портрет телезрителя. Понятие «средний зритель». Вкусы и предпочтения потребителей телеинформации Проблема «телечеловека» в современном обществе. Методологические и методические проблемы исследования телеаудиторий.

Радиоаудитория: ее структура, основные черты и особенности. Слушатель и неслушатель: сравнительная характеристика. Радиослушатель: социальный портрет и личностные характеристики. Радиоаудитория: информационные потребности и интересы, ценности и оценки. Типология радиослушателей (постоянная, временная, разовая). Процесс взаимодействия радио и его аудитории. Типы радиоаудиторий. Информационные ожидания населения. Проблемные и тематические интересы слушателей.

Методологические и методические проблемы изучения радиоаудиторий. Определение объемов аудиторий и неаудиторий. Выявление структуры радиоаудитории. Мотивационные характеристики слушателей и неслушателей.

Определение рейтингов узнаваемости, известности и популярности теле- радиоканалов, программ, передач, журналистов и ведущих.

17	**ТЕМА 15. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЧТЕНИЯ И ЧИТАТЕЛЬСКИХ АУДИТОРИЙ**	1

Прикладные исследования в библиотеке. Проблемное поле социологии чтения. Изучение круга чтения, интересов, потребностей и запросов читателей. Общие и специальные методы сбора данных.

Газета и ее аудитория: специфика взаимодействия. «Средний» читатель: социальные характеристики, мнения, потребности, запросы. Типы ориентации читателей на газету как средство массовой информации.

Влияние прессы на формирование личности читателя. Анализ результатов конкретных социологических исследований.

Методологические и методические проблемы изучения читательских аудиторий. Разработка программы и инструментария исследования. Специфика выборки, методы сбора данных. Рейтинги узнаваемости, известности и популярности печатных изданий и журналистов.

17	**ТЕМА 16. МЕТОДОЛОГИЯ ИЗМЕРЕНИЯ КИНОАУДИТОРИЙ**	1

Киноаудитория: понятие и структура. Разновидности киноаудиторий. Влияние социальных факторов на формирование киноаудиторий.

Кинопосещаемость как разновидность массового социокультурного поведения людей: качественный и количественный аспекты проблемы. Динамика кинопосещаемости.

Кинопотребности поколений. Особенности детско-подростковой и молодежной киноаудитории. Современные проблемы кино. Результаты конкретных социологических исследований изучаемой проблематики.

Методология, методика и организация социологического исследования киноаудиторий.

18	**ТЕМА 17. ИЗМЕРЕНИЕ КОНЦЕРТНЫХ АУДИТОРИЙ И АУДИТОРИЙ СПОРТИВНЫХ ЗРЕЛИЩ**	2

Структура концертной аудитории. Слушатели концертов: социальный портрет и основные типы. Мотивы посещения концертов. Проблемы формирования концертных аудиторий в современном обществе.

Формирование аудитории болельщиков. Влияние спортивных зрелищ на личность болельщика. Социальный портрет болельщика. Типы болельщиков. Поведение болельщиков во время

спортивных зрелищ. Активный и агрессивный болельщик. Феномен спортивных фанатов. Особенности подготовки, организации и проведения социологического исследования зрелищных аудиторий.

2.2. СЕМИНАРСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

№ семинара	Содержание семинара	Число часов
1.	**1. Типы и виды социологических исследований. Процесс и программа исследования**	2

Идентификация типов и видов социологических исследований (работа с индивидуальными пакетами заданий).

Выбор типа и вида исследования для решения поставленных задач (выполнение практических заданий).

Упорядочение основных процедур в соответствии с этапами реализации исследования (выполнение практических заданий).

2-3	**2. Методы сбора информации в социологических исследова-ниях**	4

Соотнесение объекта и метода исследования (*выполнение практических заданий).*

Сравнение функциональных возможностей основных разновидностей опросных методов по различным критериям (*выполнение практических заданий*).

Методы «рандомизированного ответа» (RRT): модели С. Уорнера, Б. Гринберга, Р. Боруха, Г. Бегина. Статистическая оценка доли лиц с сенситивной характеристикой (*решение задач, статистические расчеты*).

4-6	**3. Выборочный метод в социологии. Определение объема выборки**	6

Основные понятия теории выборки. Интерпретация результатов исследования в терминах теории выборки.

Предварительная стратегия определения объема выборки: опытный и опытно-расчетный пути. Выполнение *практических заданий*:

1. Определение *n* для разных случаев опытным путем.

2. Определение *n* по таблицам статистических отклонений

3. Определение *n* по таблицам достаточно больших чисел.

4. Определение *n* по коэффициенту вариации (V). Работа с номограммами.

5. Определение объема на основе теории "малых выборок".

Расчетные методы определения *n*. (*Решение задач*).

Построение квотных выборок по предложенным статистическим данным (*выполнение практических заданий*).

7.	**4. Измерение социальных характеристик. Шкалирование в социологии**	2

Выполнение *индивидуальных практических заданий*:

1. Методическая экспертиза шкал и исправление ошибок.

2. Определение в предложенных вопросах анкеты типа используемой шкалы. Идентификация уровня измерения.

3. Выбор типа шкалы и составление шкалы для предложенных признаков.

4. Определение оптимального размера интервала для равноинтервальных шкал (*решение задач*).

8.	**5. Типы социологических вопросов и правила работы с ними**	2

Выполнение практических заданий:

1. Перевод предложенных «лобовых» вопросов в косвенные, личных в безличные, ситуативных в проективные.
2. Выявление в предложенных анкетах «трудных» вопросов.
3. Поиск в предложенных анкетах функционально-психологичес-ких вопросов.
4. Методическая экспертиза вопросных формулировок.

9.	**6. Обработка, анализ и обобщение социологической информации**	2

Знакомство с программно-аналитическим комплексом SPSS. Особенности его применения в сфере культуры и культурных коммуникаций. Банки социологической информации.

Основа анализа социологических данных. Частотное распределение: табличные представления, виды частот, графическое распределение. Числовые характеристики массива данных: средние значения, меры рассеяния, меры ассиметрии, эксцесса распределения и др. Измерение взаимосвязей между признаками. Таблицы сопряженности. Обобщение и объяснение результатов социологического исследования. Подготовка аналитического отчета.

10.	**7. Измерение предпочтений. Метод парных сравнений**	2

Работа с базами данных (выполнение *индивидуальных практических заданий*):

1. Составление доминантной матрицы по эмпирическим данным.
2. Расчет статистических критериев (a_c и m_c).
3. Сравнение данных, полученных посредством методов простого ранжирования и парных сравнений.
4. Интерпретация результатов исследования.

11.	**8. Тестовые методики измерения социальных установок**	2

Методика суммарных итоговых оценок Р. Лайкерта. *Обсуждение результатов студенческих исследований.*

Шкалограммный анализ Гутмана. *Обсуждение результатов студенческих исследований*.

12.	**9. Диагностика внутриколлективных оношений. Социометрия**	2

Анализ межличностных и внутригрупповых отношений в трудовом коллективе. Подготовка и проведение социометрического исследования. Анализ и интерпретация полученных результатов. *Обсуждение результатов студенческих исследований*.

13.	**10. Диагностика и измерение социального самочувствия населения**	2

Практическая апробция методик: работа со шкалами общего вопроса ("Д-Т"-шкалой, шкалой Кантрила, шкалой Фодак-I и II).

Отработка методики ШССМ Е. Давыдовой (составление релевантного перечня эмпирических переменных для шкалы социального самочувствия).

14.	**11. Методология измерения национальной и межкультурной толерантности**	2

Шкала "социальной дистанции" Э. Богардуса. Метрологические свойства шкалы. Методика измерения национально-этнической толерантности. Построение социологических индексов. Способы интерпретации данных. *Обсуждение результатов студенческих исследований по изучению культуры межнационального общения в г. Иванове.*

15.	**12. Методология исследования политической культуры общества**	2

Составление перечня основных эмпирических переменных для исследования политической культуры населения города (области в целом, больших социальных групп). *Подбор* конкретных эмпирических индикаторов политической культуры. *Формирование* «вселенной индикаторов». *Написание* проекта исследовательского инструментария. *Проектирование* исследования в формате методики «суммарных оценок» Р. Лайкерта.

16.	**13. Социологический анализ теле- и радиоаудиторий**	2

Работа с базами данных по результатам медиаопросов населения города и области. Вычисление рейтингов узнаваемости, известности и популярности теле- радиоканалов, программ, передач. «Активный» и «пассивный» рейтинг теле- радиожурналистов и ведущих.

17.	**14. Изучение читательских аудиторий**	2

Работа с базами данных по результатам медиаопросов населения города и области. Вычисление рейтингов узнаваемости, известности и популярности печатных изданий области. «Активный» и «пассивный» рейтинг журналистов печатных СМИ.

18.	**15. Методология измерения зрелищных аудиторий**	2

Особенности подготовки, организации и проведения социологических исследований различных зрелищных мероприятий. Специфика программирования исследований по этой проблематике. Методы изучения вкусов, потребностей и интересов населения города и области в данных сферах. *Работа с образцами методического инструментария и базами опросных данных.*

2.3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине установлена в объеме 93 часов и предполагает *следующие виды деятельности*:

1. Работа по усвоению лекционного материала.
2. Выполнение заданий, задач и упражнений, заданных на дом.
3. Изучение специальной научной литературы, рекомендуемой к семинарским и практическим занятиям.

Кроме того, в ходе самостоятельной подготовки студенты должны готовиться к семинарским и практическим занятиям. *Эта подготовка предполагает:*

1. Составление вопросов для социологической анкеты.
2. Составление рабочей программы исследования по выбранной теме.
3. Разработка социологических шкал для измерения заданных признаков.

4. Работа со статистико-математическими таблицами и расчетными формулами для подготовки к теме «Выборочный метод в социологии».

5. Решение задач и выполнение учебных упражнений.

6. Проведение мини-исследований по проблематике курса.

2. 4. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ

1. Контрольный опрос по изучаемым темам.

2. Текущий и промежуточный контроль знаний (тесты № 1, 2 и 3).

3. Выполнение индивидуальных и групповых заданий на практических занятиях.

4. Экзамен по курсу, включающий итоговое тестирование, решение задачи (выполнение практического задания) и устный ответ на вопрос экзаменационного билета.

3. ЛИТЕРАТУРА

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: Учебник для вузов. М.: Добросвет, Кн. дом "Университет", 2008 (основной учебник).

Петрова З.А. Методология и методика социологических исследований культурно-досуговой деятельности: Учеб. пособие. М.: МГУК, 1990 (базовое учебное пособие).

3.1. Основная литература

1. *Аверьянов Л.Я.* Контент-анализ: Учеб. пособие. М.: Кнорус, 2009.

2. *Батыгин Г.С*. Лекции по методологии социологических исследований: Учебное пособие для вузов. 2-е изд. М.: Изд-во РУДН, 2008.

3. *Бутенко И.А*. Организация прикладного социологического исследования. М.: Тривола, 1998.

4. *Бутенко И.А*. Как провести прикладное исследование? Пособие для библиотекаря. М.: РИК, РГДБ, 1994.

5. *Горшков М.К., Шереги Ф.Э.* Прикладная социология: Учебное пособие для вузов. М.: ИКСИ РАН, 2003.

6. *Ермичева В.А.* Социология искусства: Теория, методы, понятия. М.: Институт социально-политических исследований, 2004.

7. Как провести социологическое исследование: В помощь идеологическому акти / Под ред. М.К. Горшкова, Ф.Э. Шереги. 2-е изд. М.: Политиздат, 1990.

8. *Лукина М*. Технология интервью: Учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2008.

9. *Мягков А.Ю.* Искренность респондентов в массовых опросах: Методы диагностики и стимулирования / Иван. гос. энерг. ун-т. Иваново, 2007.

10. *Мягков А.Ю., Журавлева И.В.* Эффект интервьюера в персональном интервью: Методология анализа и методы оценки / Иван. гос. энерг. ун-т. Иваново, 2006.

11. Основы прикладной социологии: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.К. Горшкова, Ф.Э. Шереги. М.: Интерпракс, 1996.

12. Рабочая книга социолога / Под ред. Г.В. Осипова, В.Н. Иванова. М.: Наука, 2004.

13. *Тавокин Е.П.* Основы методики социологического исследования. М.: Инфра-М, 2009.

14. *Толстова Ю.Н.* Измерение в социологии. Курс лекций. М.: Инфра М, 2008.

15. *Толстова Ю.Н.* Анализ социологических данных. Методология, дескриптивная статистика, изучение связей между номинальными признаками: Учебное пособие для ун-тов. М.: Научный мир, 2000.

16. *Ядов В.А.* Социологическое исследование. Методология, программа, методы: Учебное пособие для вузов. Самара: Изд-во Самарского университета, 1995.

3.2. Дополнительная литература

1. *Бессолицына Н.А., Донской В.Г.* Московские театры: Состояние и тенденции развития // Поиск (Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура). 2006. № 13.

2. *Бутенко И.А.* Анкетный опрос как общение социолога с респондентами: Учеб. пособие для студентов и аспирантов. М.: Высш. школа, 1989.

3. *Горностаева М.В.* Художник как социальный актор: Современный научный дискурс // Социол. исслед. 2008. № 1.

4. *Готлиб А.С.* Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики. Самара: Изд-во "Самарский университет", 2002.

5. *Гречихин В.Г.* Лекции по методике и технике социологических исследований: Учеб. пособие. М.: Изд-во МГУ, 1988.

6. *Давыдова Е.В.* Измерение социального самочувствия молодежи. М.: ИС РАН, 1992.

7. *Девятко И.Ф.* Методы социологического исследования: Учеб. пособие. 3-е изд. М.: КДУ, 2003.

8. *Козиев В.Н. Петрунина Л.Я.* Динамика посещаемости художественных музеев (1985-2006) // Социол. исслед. 2008. №10.

9. Методы сбора информации в социологических исследованиях / Под ред. В.Г. Андреенкова, О.М. Масловой. М.: Наука, 1990. Кн. 1: Социологический опрос. Кн. 2: Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент.

10. *Мягков А.Ю.* Социально-демографические переменные в социологическом исследовании: Проблемы достоверности самоотчетов респондентов. М.: Флинта, Наука, 2002.

11. *Мягков А.Ю.* Правда и ложь в социологических опросах: Методы измерения и контроля: Учеб. пособие / Иван. гос. энерг. ун-т, 2008.

12. *Носорев Ю.А*. Предпочтения студентов-музыкантов. О возможности формирования музыкального вкуса // Социол. исслед. 2008. № 1. С. 86□93.

13. *Ноэль Э.* Массовые опросы: Введение в методику демоскопии. М.: Ава-эстра, 1993.

14. *Панина Н.Н., Головаха Е.Н.* Национальная толерантность в Украине: опыт применения шкалы социальной дистанции в мониторинговом социологическом исследовании // Социологический журнал. 2006. № 3/4. С. 102 – 126.

15. *Садмен С., Брэдберн Н.* Как правильно задавать вопросы: Введение в проектирование опросного инструмента. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002.

16. *Садмен С., Брэдберн Н., Шварц Н.* Как люди отвечают на вопросы: Применение когнитивного анализа в массовых обследованиях. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002.

17. *Сикевич З.В.* Социологическое исследование: Практическое руководство. СПб: Питер, 2005.

18. *Сладкова О.Б.* Количественные методы в исследовании социокультурногопространства // Личность. Культура. Общество. 2007. Вып. 3 (37).

4. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Типы и виды социологических исследований: общая классификация.
2. Разведывательные, описательные и аналитические исследования: их специфика, цели и задачи.
3. Информационные, измерительные и социоинженерные исследования: назначение, специфика, функции.
4. Социологический пилотаж, его назначение и особенности. Поисковые и апробационные исследования в социологии.
5. Зондажные исследования в социологии: их назначение, специфические особенности и виды.
6. Трендовые (мониторинговые) и когортные исследования: назначение, особенности, случаи применения.
7. Панельные и лонгитюдные исследования: назначение, специфика, достоинства и недостатки.
8. Процесс социологического исследования: основные этапы и процедуры.
9. Структура программы социологического исследования. Нормативные требования к программам.
10. Описание проблемной ситуации и формулировка проблемы исследования.
11. Определение объекта и предмета исследования. Взаимосвязь проблемы, объекта и предмета в социологическом исследовании.
12. Определение цели и постановка задач исследования.

13. Назначение и функции логического анализа исходных понятий (теоретическая, операциональная и эмпирическая интерпретация исходных понятий).

14. Роль гипотезы в социологическом исследовании. Виды гипотез, правила их формулирования и верификации.

15. Сущность выборочного метода. Основные понятия теории выборки.

16. Предварительная стратегия определения объема выборочной совокупности.

17. Последовательная и комбинированная стратегии определения объема выборки: сущность и сравнительная характеристика.

18. Случайная (вероятностная) модель выборки.

19. Целенаправленные выборки. Квотная модель выборки.

20. Понятие измерения в социологии. Специфика социальных измерений.

21. Номинальные шкалы, их особенности и основные свойства.

22. Ранговые шкалы, их особенности и основные свойства.

23. Интервальные шкалы, их особенности и основные свойства.

24. Общие требования к шкалам и правила их составления.

25. Качество социологических измерений: основные критерии и методы оценки.

26. Анкетный опрос: сфера применения, специфика и функциональные возможности. Виды анкетных опросов.

27. Понятие вопроса в социологии. Типы вопросов в анкете.

28. Назначение и разновидности функционально-психологических вопросов.

29. Общая структура анкеты.

30. Случаи применения открытых и закрытых вопросов.

31. Правила формулирования социологических вопросов.

32. Социологическое интервью: виды и особенности. Эффект интервьюера.

33. Социологическое наблюдение: назначение и разновидности.

34. Документальный метод: общая характеристика. Контент-анализ в социологии.

35. Обработка, анализ и обобщение социологичесеих данных.

36. Измерение социальных установок. Методика “суммарных оценок” Р. Лайкерта.

37. Измерение социальных установок. Шкалограммный анализ Л. Гуттмана.

38. Разработка программы и инструментария социометрического исследования.

39. Методика и процедура социометрического опроса.

40. Персональные и групповые социометрические индексы: их назначение, способы расчета и смысловая интерпретация. Составление социоматриц и социограмм.

41. Методы измерения социального самочувствия населения.

42. Использование шкалы «социальной дистанции» Э. Богардуса для измерения национально-этнической толерантности в регионе.

43. Измерение предпочтений. Метод парных сравнений.

44. Методологические проблемы исследования политической культуры общества.

45. Методология измерения теле- и радиоаудиторий.
46. Методология и методы исследования чтения и читательских аудиторий.
47. Методология и методы измерения киноаудиторий.
48. Методические особенности исследования зрелищных аудиторий.