

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Башкирский государственный педагогический университет
им. М. Акмуллы»

**Формирование общественного мнения
в теологии**

Учебно-методический комплекс

Рекомендуется для

направления 033400 Теология
квалификации (степени) выпускника Магистр

УДК
ББК
М

Формирование общественного мнения в теологии: учебно-методический комплекс/сост. Н. Н. Киреева. Уфа: Изд-во БГПУ, 2013. 58 с.

УМК построен по модульной системе и включает нормативные, методические, контрольно-диагностические материалы. Составлен в соответствии с ФГОС ВПО по направлению 033400 «Теология», утвержденного приказом Минобрнауки России от 11 января 2011 г. № 49.

В комплекс вошли рабочая программа, планы-конспекты лекций, вопросы семинарских занятий, списки литературы к темам, вопросы к зачету, тесты, технологическая карта дисциплины и др.

Составитель: Киреева Н. Н., ассистент кафедры философии, социологии и политологии БГПУ им. М. Акмуллы.

Рецензент:

© Киреева Н. Н. 2013
© БГПУ им. М.Акмуллы 2013

МОДУЛЬ 1.
НОРМАТИВНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Цель дисциплины: дать магистрантам представление о проблемах формирования общественного мнения в теологии, о методологии, методике и технике социологического исследования общественного мнения.

Целью дисциплины является:

1. Формирование общекультурных компетенций:

1. способности к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности, к изменению социокультурных и социальных условий деятельности (ОК-2);
2. способности использовать на практике навыки и умения в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-5);
3. готовности к принятию ответственности за свои решения в рамках профессиональной компетенции, способностью принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации (ОК-6);
4. способности пользоваться методами участия в совместной работе в составе коллектива над общими научными проектами, требующими углубленных профессиональных знаний (ОК-10);
5. способности представлять итоги в виде отчетов, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных средств редактирования и печати (ОК-11).

2. Формирование профессиональных компетенций

1. умение формулировать и решать задачи, возникающие в ходе научно-исследовательской деятельности и требующие углубленных профессиональных знаний (ПК-11);
2. умения выбирать необходимые методы исследования, модифицировать существующие и разрабатывать новые методы исходя из задач конкретного исследования (ПК-12);
3. умения обрабатывать полученные результаты, анализировать и осмысливать их с учетом имеющихся литературных данных (ПК-14).

Задачи дисциплины

изучить:

- современные теории общественного мнения;
- теоретические основы социологии общественного мнения;
- основные сферы формирования общественного мнения;
- социальную природу, характеристики и свойства общественного мнения как значимого духовно-практического феномена;
- ключевые методики прикладных исследований общественного мнения в теологии;
- главные проблемы методического обеспечения исследования общественного мнения.

2. Трудоемкость учебной дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72), из них 32 часа аудиторных занятий, 40 часов самостоятельной работы.

3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина «Формирование общественного мнения в теологии» Б 3. Профессиональный цикл. Базовая часть. ФГОС ВПО.

Преподавание курса основано на знаниях, полученных в рамках вузовских учебных дисциплин по «Философии», «Социологии», «Культурологии» и т. д.

Знания, полученные в процессе изучения учебной дисциплины «Формирование общественного мнения в теологии, впоследствии будут использованы при изучении учебных дисциплин педагогической и религиоведческой направленности.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины магистрант должен:

знать:

1. социологическое толкование общественного мнения, его сущность, структуру, динамику;
2. ключевые теоретические концепции, сложившиеся в ходе развития и становления общественного мнения;
3. главные методологические подходы анализа общественного мнения в теологии.

уметь:

1. использовать основные понятия в границах дисциплины;

2. ориентироваться в разных методологических подходах и методиках изучения общественного мнения в теологии;
3. использовать разные методики прикладной социологии при изучении общественного мнения в теологии.

Владеть:

1. основными методами теоретического знания в области прикладных исследований общественного мнения в теологии;
2. навыками подготовки и проведения социологического исследования общественного мнения в теологии;
3. навыками сравнения и интерпретации результатов социологических исследований общественного мнения.

5. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Трудоемкость в часах | Семестры |
|--|----------------------|----------|
| | | 1 |
| <i>Аудиторные занятия:</i> | 32 | 32 |
| Лекции (ЛК) | 16 | 16 |
| Практические занятия (ПЗ) Из них в интерактивной форме: | 16 | 16 |
| 1. Представление программы социологического исследования. (Социологическое исследование: программа и методы); | 2 | 2 |
| 3. Круглый стол (Религия как социальный стабилизатор); | 2 | 2 |
| 4. Круглый стол. (Особенности подходов к изучению аудиторий СМИ); | 2 | 2 |
| 5. Фокус-группа. (Ключевые функции религии); | 2 | 2 |
| 6. Круглый стол. (Роль общественного мнения в трансформации социальных подсистем). | 2 | 2 |
| Лабораторные работы (ЛБ) | | |
| Контроль самостоятельной работы студента (КСР) | | |
| <i>Самостоятельная работа:</i> | 40 | 40 |
| Анализ учебной литературы, научных статей. | 10 | 10 |

| | | |
|--|-------|----|
| Реферат/Доклад. | 10 | 10 |
| Социологическое исследование: контент-анализ материалов СМИ, касающихся религиозной тематики (см. Приложение 1, Приложение 2). | 10 | 10 |
| Работа с тестовыми заданиями. | 10 | 10 |
| Промежуточная аттестация: | Зачет | |
| ИТОГО: | 72 | 72 |

6. Содержание дисциплины

6.1. Содержание разделов дисциплины

| № | Название темы | Содержание темы |
|---|--|--|
| 1 | Общественное мнение в истории философской и социологической мысли | Представления об общественном мнении (античная философия, представители итальянского гуманизма, французский материализм). Осмысление категорий публичной сферы и общественного мнения XX века. |
| 2 | Структура общественного мнения. Функции общественного мнения | Структура общественного мнения. Составляющие общественного мнения. Формирование общественного мнения, динамическая структура и стадии. Различные подходы к структуризации общественного мнения. Ключевые функции. Каналы его выражения. |
| 3 | Религия как социокультурный феномен | Определение, происхождение понятия «религия». Истоки изучения религии. Распространённые в религиоведческой литературе определения религии. Религиозное сознание: религиозная идеология (теология, или богословие) и религиозная психология. Религиозная потребность и религиозное сознание. Религиозные убеждения. Религия и богословие. Социологический аспект религии. Ключевые функции религии. |
| 4 | Индивид и общественное мнение | Субъект, объект общественного мнения. Общественное сознание, общественное мнение. Общественное мнение, уровни общественного сознания. Общественное мнение, формы общественного сознания. PR и общественное мнение. |
| 5 | Общественное мнение и различные сферы социальной жизни | Социальная, духовно-идеологическая, культурная, политическая сферы жизни. Каналы и их специфика. Стереотипы и общественное мнение. Общественное мнение и объекты контроля. |
| 6 | Власть и общественное мнение | Система факторов социальных изменений и общественное мнение. Взаимодействие власти и общественности. Власть и общественное мнение: типы, режимы, общая характеристика взаимодействия. |
| 7 | Технологии воздействия и общественное мнение | Формы, методы воздействия на общественное мнение. СМИ и общественное мнение. Агитация, пропаганда и контрпропаганда. Общественное мнение и манипуляция: методы манипулирования. |

| | | |
|----|---|--|
| 8 | Общественное мнение и методология изучения. Общественное мнение: принципы изучения | Общественное мнение: особенности социологических методов изучения. Количественные и качественные методы. Основные источники информации. |
| 9 | Программа социологического исследования. Общая характеристика, сравнительный анализ методов социологического изучения общественного мнения | Программа эмпирического социологического исследования. Основные правила построения, основные этапы разработки программы. Методы изучения общественного мнения и их характеристика. |
| 10 | Применение наблюдения и анализа документов в изучении общественного мнения. Массовый опрос. Анкетирование и интервьюирование. Прессовый, почтовый телефонный опрос в изучении общественного мнения | Области использования анализа документов и анкетирования в исследовании общественного мнения. Особенности анкетирования и интервьюирования. Подготовка, организация, область применения прессового опроса. Достоинства, недостатки, условия, технология применения телефонного опроса. |
| 11 | Онлайн опрос общественного мнения. Мониторинг изучения общественного мнения | Выборка и сфера применения метода. Планирование и организация проведения исследования. Характерные черты социологического мониторинга. Принципы организации, технологии, задачи, этапы мониторинга. |
| 12 | Контент-анализ. Фокус-группа | Контент-анализ и изучение общественного мнения. Этапы проведения контент-анализа. Фокус-группа и глубинное интервью. Методика проведения. Определение метода, достоинства и недостатки. |
| 13 | Особенности методики и техники обработки результатов исследования общественного мнения | Методика и техника обработки результатов исследования общественного мнения. Анализ данных. Методы и приемы, обеспечивающие достоверность данных. Формы представления результатов исследования. Источники ошибок и погрешностей в исследовании. |

6.2. Разделы дисциплины и виды учебных занятий

| № | Наименование раздела дисциплины | Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебных занятий | | | | |
|----|--|---|----|----|-----|-------|
| | | ЛК | ПЗ | ЛБ | СРС | Всего |
| 1. | Общественное мнение в истории философской и социологической мысли | 2 | | | 4 | 6 |
| 2. | Структура общественного мнения. Функции общественного мнения | 2 | 2 | | 2 | 6 |
| 3. | Религия как социокультурный феномен | 2 | 2 | | 4 | 8 |
| 4. | Индивид и общественное мнение | | 2 | | 2 | 4 |
| 5. | Общественное мнение и различные сферы социальной жизни | | 2 | | 2 | 4 |

| | | | | | | |
|-----|---|---|---|--|---|---|
| 6. | Власть и общественное мнение | | 2 | | 2 | 4 |
| 7. | Технологии воздействия и общественное мнение | | 2 | | 4 | 6 |
| 8. | Общественное мнение и методология изучения. Общественное мнение: принципы изучения | 2 | 2 | | 2 | 6 |
| 9. | Программа социологического исследования. Общая характеристика, сравнительный анализ методов социологического изучения общественного мнения | 2 | | | 4 | 6 |
| 10. | Применение наблюдения и анализа документов в изучении общественного мнения. Массовый опрос. Анкетирование и интервьюирование. Прессовый, почтовый телефонный опрос в изучении общественного мнения | 2 | 1 | | 4 | 7 |
| 11. | Онлайн опрос общественного мнения. Мониторинг изучения общественного мнения | | 1 | | 2 | 3 |
| 12. | Контент-анализ. Фокус-группа | 2 | | | 4 | 6 |
| 13. | Особенности методики и техники обработки результатов исследования общественного мнения | 2 | | | 4 | 6 |

6.3. Лабораторный практикум не предусмотрен

6.4. Междисциплинарные связи дисциплины

| № | Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин | № разделов дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|--|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | |
| 1. | История | + | | + | + | | | | | | | | | | |
| 2. | Религиоведение | + | | + | + | + | | | | | | | | | |
| 4. | Педагогика | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | |
| 5. | Культурология | + | + | + | + | + | + | + | | | | | | | |
| 6. | Теология | + | | + | + | | | | | | | | | | |

6.5. Требования к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа студентов: методические рекомендации

ФГОС ВПО предусматривает выделение времени, в учебных планах высшей школы, для организации внеаудиторной (самостоятельной) работы студентов, такой как: изучение лекционного материала, монографий, научной периодики, учебной литературы; подготовка к семинарам; подготовка рефератов; подготовка к экзаменам, зачетам и т.д.

Некоторые принципы самостоятельной работы слушателя (студента):

- *Регламентация обучения.* Определение стратегии обучения и планирование организации самостоятельной работы обучающегося;
- *Интерактивность.* Сотрудничество в процессе обучения и обмен информацией не только с преподавателем, но и с другими обучающимися;
- *Идентификация.* Контроль самостоятельной работы с использованием технических средств;
- *Индивидуализация обучения.* В процессе педагогического сопровождения самостоятельной работы обучающегося, преподавателем учитываются индивидуальные особенности студента;
- *Опора на ключевые знания и умения.* Предусматривает владение навыками работы с использованием технических средств и рационального использования свободного времени для самостоятельной работы;
- *Принцип обратной связи.* Свободное обсуждение и корректировка проблемных вопросов по дисциплине или курсу участниками самостоятельной работы;
- *Опережающее обучение.* Направляет самостоятельную работу на развитие мышления, прогнозирования, решения дидактических задач, приобретение знаний в процессе взаимодействия с другими обучаемыми;
- *Принцип научности.* Предусматривает решение поставленных задач, участниками самостоятельной работы, на современном научном уровне;
- *Принцип взаимодействия теории с практикой.* Грамотное решение ситуационных задач.

Задания по всем видам СРС

| № | Виды СРС | Распределение трудоемкости (в часах) |
|----|--|--------------------------------------|
| 1. | Анализ учебной литературы, хрестоматий, словарей, научных статей | 10 |
| 2. | Реферат/Доклад | 10 |
| 3. | Социологическое исследование: контент-анализ содержания материалов СМИ, касающихся религиозной тематики (см. пример контент-анализа Приложение 1). | 10 |
| 4. | Работа с тестовыми заданиями | 10 |

Темы рефератов и контрольных работ по курсу «Формирование общественного мнения в теологии»

1. Ключевые функции общественного мнения в современном социуме.
2. Стабилизирующий фактор религии в развитии социума.
3. Мировоззренческая функция религии.
4. Регулирующая функция религии.
5. Религия как фактор социальных изменений.
6. Гуманистическая функция религии.
7. Субъект, объект общественного мнения.
8. Общественное мнение, уровни общественного сознания.
9. Социальная, духовно-идеологическая, культурная, политическая сферы жизни.
10. Стереотипы и общественное мнение.
11. Взаимодействие власти и общественности: определение, критерии выделения.
12. Программа эмпирического социологического исследования.
13. Области использования анализа документов и анкетирования в исследовании общественного мнения, достоинства и недостатки.
14. Особенности анкетирования и интервьюирования.
15. Особенности анкетирования и интервьюирования.
16. Подготовка, организация, область применения прессового опроса.
17. Онлайн опрос общественного мнения.
18. Характерные черты социологического мониторинга.
19. Контент-анализ и изучение общественного мнения.
20. Фокус-группа и глубинное интервью.
21. Методика и техника обработки результатов исследования общественного мнения.
22. Формы представления результатов исследования.
23. Анализ данных и представление результатов.
24. Представления об общественном мнении (античная философия, представители итальянского гуманизма, французский материализм).

25. Осмысление категорий публичной сферы и общественного мнения XX века.
26. Структура общественного мнения и его структурный анализ.
27. Формирование общественного мнения и его динамическая структура и стадии: зарождение, формирование, функционирование, спад, отмирание.
28. Система факторов социальных изменений и общественное мнение.
29. Формы, методы воздействия на общественное мнение.
30. СМИ и общественное мнение.
31. Количественные и качественные методы.
32. Прогноз общественного мнения.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература:

1. Веремчук В. И. Социология религии: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 020300 «Социология», 350100 «Социальная антропология». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. – 416 с.
3. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественные подходы. Методология. Исследовательские практики: учеб. пособие / А.С. Готлиб. – 2-е изд., перераб. и доп. М.: Флинта: МПСИ, 2005.
4. Девятко И.Ф. Как провести социологическое исследование. – М.: КДУ, 2010.
5. Дзялошинский И.М. Культура, журналистика, толерантность (О роли СМИ в формировании в российском обществе атмосферы толерантности и мультикультурализма) / Диагностика толерантности в средствах массовой информации. М., 2002.
6. Лаборатория социолога: из опыта полевых исследований: Учебное пособие / под ред. В.А. Ядова. М.: Таус. 2008. 80 с.
7. Левада Ю. А. Социальная природа религии. М.: Наука, 1965.
8. Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.
9. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.
10. Общественное мнение // Социологическая энциклопедия. Т. 2. М., 2003.
11. Общественное мнение // Тезаурус социологии // Под ред. Ж.Т. Тощенко. М., 2009.
12. Титаренко Л.Г., Волнистая М.Г. Социология общественного мнения. Минск: «Республиканский институт высшей школы», 2009.
13. Уледов А.К. Общественное мнение. М., 1967.
14. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
15. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М., 2005. С. 14 – 62.

7.2. Дополнительная:

1. Адамьянц Т.З. Современная молодежь: представления о действительности и социокультурные механизмы самоорганизации и самоопределения // Россия

- реформирующаяся: Ежегодник – 2010. Выпуск 9. – М.: Новый Хронограф, 2010. – С. 226–243.
2. Бурдьё П. Практический смысл // Пер. с фр.: Отв. ред. перевода и послесловие Н.А. Шматко. СПб., 2001.
 3. Докторов В.З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллапа до Грушина. М., 2005.
 4. Дробижева Л.М. Толерантность и проблемы интеграции многокультурных сообществ // Вестник Института Кеннана в России. 2009. Выпуск 16.
 5. Классики теоретической социологии XX века: Рабочая тетрадь по истории социологии // Автор-составитель В.Г. Николаев. М., 2001.
 6. Корниенко Е.Р. Проблема формирования готовности студента вуза к межкультурному диалогу // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. № 6. С. 238-241.
 7. Левада Ю.А. Есть мнение. М., 1990.
 8. Магун В.С. Динамика ресурсных стратегий молодежи // Вопросы воспитания. 2010. № 1. С. 66–73.
 9. Мангейм Д.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования: пер. с англ. // Предисловие А.К. Соколова. М., 1997.
 10. Мертон Р. Явные и латентные функции // Структурно-функциональный анализ современной социологии. Вып.1. М., 1986.
 11. Московичи С. Век толп: Исторический трактат по психологии масс. М., 1996.
 12. Модернизация России: научные и образовательные аспекты: Учебное пособие/ Отв. ред. О.Н. Яницкий. – М.: Институт социологии РАН, 2008. – 52 с.
 13. Мчедлова М.М., Кофанова Е.Н. Религиозность в жизни россиян в условиях экономического кризиса // Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. ред. М.К. Горшков. – Вып. 8. – М.: Институт социологии РАН, 2009. С. 290–307.
 14. Назаров М. Политический протест: опыт эмпирического анализа // Социологические исследования. 1995. №1.
 15. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.
 16. Олейник А.Н. Триангуляция в контент-анализе. Вопросы методологии и эмпирической проверки // Социологические исследования. 2009. № 2.
 17. Омарова Н.М. Духовно-нравственное воспитание современных подростков // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. 2010. № 12. С. 110–117.
 18. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с.
 19. Пронина Е.И., Тобенгауз П.М. Воспитание гражданственности и патриотизма в школе и вузе // Актуальные проблемы социологии молодежи / Под общей ред. Ю.Р. Вишневого. Екатеринбург: УрФу, 2010. 680 с.
 20. Райгородский Д.Я. (редактор-составитель). Психология масс. Хрестоматия. Самара-Москва, 2001.
 21. Семендяева О.Ю. Стереотип как социально-психологический феномен. М., 1986.
 22. Соколовская И.Э. Роль религиозного образования и воспитания в формировании картины мира человека 21 века // Мир науки, культуры, образования. 2011. № 6-2. С. 324-326.
 23. Сорокин П. Анализ элементов социального взаимодействия // Система социологии. М., 1993. Т.1, гл.4.
 24. Социальные факторы консолидации Российского общества: социологическое измерение / Под ред. чл.-корр. РАН М.К. Горшкова. М., Новый хронограф, 2010. 256 с.
 25. Тимербулатов З.М. – Национальная книга в информационном пространстве. Ст. Региональное книгоиздание, М., АСКИ, 2010.
 26. Тимербулатов З.М. Ислам в средства массовой информации // Идеалы и ценности ислама в образовательном пространстве XXI века: материалы III международной научно-

практической конференции/под редакцией д.ф.н., профессора В.С. Хазиева – Уфа: Изд-во БГПУ, 2010. – С.119–121.

27. Титаренко Л.Г., Волнистая М.Г. Социология общественного мнения. Минск: «Республиканский институт высшей школы», 2009.

28. Уледов А.К. Общественное мнение. М., 1967.

29. Шапиро В.Д., Герасимова М.Г. Отношение к религии и конфессиональная толерантность подростков // Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. Ред. М.К. Горшков. - Вып.7. - М.: Институт социологии РАН, 2008. С. 316-332.

30. Шубина, Л. В. Общественное мнение об опросах общественного мнения / Л. В. Шубина // Социс.– 2005.– №11.– С.138-141.

7.3. Базы данных, информационно-справочные материалы и поисковые системы:

- Институт социологии Российской академии наук
<http://www.isras.ru/socis.html>
- Институт социально политических исследований РАН
<http://www.isprras.ru/>
- Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)
<http://wciom.ru/index.php?id=1#>
- Министерство образования РФ
<http://www.informika.ru/>
- Министерство образования Республики Башкортостан
<http://www.morb.ru/minvo/>
- Высшая аттестационная комиссия (ВАК) Министерства и образования и науки Российской Федерации. Перечень ведущих периодических изданий
http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list/
- Экономика социология менеджмент. Федеральный образовательный портал
<http://ecsocman.hse.ru/>
- Российское образование. Федеральный портал
<http://www.edu.ru/index.php>
- Вопросы образования
<http://www.ecsocman.edu.ru/vo/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины: компьютер, электронная доска, проектор.

9. Методические рекомендации по изучению дисциплины

Основные виды учебных занятий по курсу – лекции, семинарские занятия, индивидуальные консультации. В рамках лекционного курса рассматриваются ключевые темы. Темы, не рассмотренные на семинарских занятиях и лекциях, изучаются в ходе самостоятельной работы. Научно-

исследовательская работа обсуждается с преподавателем, в рамках индивидуальных консультаций.

10. Требования к промежуточной аттестации по дисциплине.
Промежуточная аттестация – зачет.

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВПО по направлению 033400 «Теология», утвержденного приказом Минобрнауки России от 11 января 2011 г. № 49.

Разработчик:

ассистент кафедры философии, социологии и политологии БГПУ
им. М. Акмуллы Киреева Н. Н.

МОДУЛЬ 1.
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Календарно-тематический план занятий дисциплины

«Формирование общественного мнения в теологии»

| Наименование учебной недели | Тема занятия | Количество часов | Наименование занятия (лк/пз) |
|-----------------------------|--|------------------|------------------------------|
| 1 неделя | Общественное мнение в истории философской и социологической мысли | 2 | лк |
| 2 неделя | Структура общественного мнения. Функции общественного мнения | 4 | лк, пз |
| 3 неделя | Религия как социокультурный феномен | 4 | лк, пз |
| 4 неделя | Индивид и общественное мнение | 2 | пз |
| 5 неделя | Общественное мнение и различные сферы социальной жизни | 2 | пз |
| 6 неделя | Власть и общественное мнение | 2 | пз |
| 7 неделя | Технологии воздействия и общественное мнение | 2 | пз |
| 8 неделя | Общественное мнение и методология изучения. Общественное мнение: принципы изучения | 4 | лк, пз |
| 9 неделя | Программа социологического исследования. Общая характеристика, сравнительный анализ методов социологического изучения общественного мнения | 2 | лк |
| 10 неделя | Применение наблюдения и анализа документов в изучении общественного мнения. Массовый опрос. Анкетирование и интервьюирование. Прессовый, почтовый телефонный опрос в изучении общественного мнения | 3 | лк, пз |
| 11 неделя | Онлайн опрос общественного мнения. Мониторинг изучения общественного мнения | 1 | пз |

| | | | |
|-----------|--|---|----|
| 12 неделя | Контент-анализ. Фокус-группа | 2 | лк |
| 13 неделя | Особенности методики и техники обработки результатов исследования общественного мнения | 2 | лк |
| 14 неделя | Зачет | | |

Темы лекционного курса

Тема 1. Общественное мнение в истории философской и социологической мысли

Представления об общественном мнении (античная философия, представители итальянского гуманизма, Дж. Локк, Н. Макиавелли, Ж.-Ж. Руссо, французский материализм, Т. Джэфферсон, И. Кант, Дж. Мэдисон, Г. Гегель, Дж. Ст. Милль, А. де Токвиль).

Публичная сфера. Динамика публичной сферы (Ю. Хабермас).

Осмысление категорий публичной сферы и общественного мнения XX века (Г. Лебон, А. Лоуэлл, Г. Тард, В. Лимпман, Т. Адорно, Ю. Хабермас, Э. Ноэль-Нойман, Дж. Гэллап).

Тема 2. Структура общественного мнения. Функции общественного мнения

Структура общественного мнения и его структурный анализ. Составляющие общественного мнения: эмоциональное и рациональное. Формирование общественного мнения и его динамическая структура и стадии: зарождение, формирование, функционирование, спад, отмирание. Различные подходы к структуризации общественного мнения. Функциональные структуры: динамическая, базисная, субъектная. Ключевые функции общественного мнения в современном социуме. Латентные и явные функции общественного мнения. Функциональность и дисфункциональность. Общественное мнение и каналы его выражения.

Тема 3. Религия как социокультурный феномен

Определение, происхождение понятия «религия». Истоки изучения религии. Распространённые в религиоведческой литературе определения религии. Вера, разум, чувства. Религия, мистика, мифология: соотношение. Мистика как отрасль духовной культуры. Мистика: широкий и специальный смысл. Самоопределение мистики. Мистические культы древности. Религия и мистика. Схема генезиса религии: осознание смертности – страх смерти –

захоронение сородичей – священное (предки, души, безличная сила, Бог, тотемы, фетиши) – почитание – вера – культ. Истоки. Современные религии и их структура. Религиозное сознание: религиозная идеология (теология, или богословие) и религиозная психология. Религиозная потребность и религиозное сознание. Религиозные убеждения. Базовые модели внутреннего мира верующего. Генезис всеобщих религиозных идеалов. Религиозная деятельность. Религиозный культ: предмет, субъект, средства и функции, способы отправления. Религиозные отношения. Религиозное поведение. Религиозный опыт. Религиозные организации и их функции.

Религия и богословие. Обоснование и защита религиозных учений о Боге. Понятие откровения: специфика получения религиозного знания. Особенности обоснования религиозного знания: священные тексты, ритуалы. Предмет, содержание теологии. Уровни религиозного сознания: религиозная идеология как система учений о Боге, мире, человеке. Теология (богословие) - стержневая часть религиозной идеологии. Теологические дисциплины: Апологетика; Догматика; Экзегетика, Гомилетика, Литургия. Передача религиозного знания, его кумулятивность. Особенности динамики религиозного знания; способ толкования.

Социологический аспект религии. Ключевые функции религии. Религия и система культуры. Трансформация функций религии в ходе исторического развития. Религиозные ценности и общественное сознание.

Социальные, исторические, гносеологические и психологические корни религии.

Эзотерическая культура как форма религиозного знания. Особенности эзотерической культуры по отношению к религии: идея спасения в эзотерике. Особенности динамики эзотерического «знания».

Тема 4. Индивид и общественное мнение

Субъект, объект общественного мнения. Общественное сознание и общественное мнение. Общественное мнение и уровни общественного сознания. Общественное мнение и формы общественного сознания. PR и общественное мнение.

Тема 5. Общественное мнение и различные сферы социальной жизни

Социальная, духовно-идеологическая, культурная, политическая сферы жизни. Каналы и их специфика. Стереотипы и общественное мнение. Общественное мнение и объекты контроля.

Тема 6. Власть и общественное мнение

Система факторов социальных изменений и общественное мнение. Взаимодействие власти и общественности: определение, критерии

выделения. Типы режимов взаимодействия и общественного мнения. Роль общественного мнения в трансформации социальных подсистем: социальная, политическая, культурная и экономическая. Власть и общественное мнение: типы, режимы, общая характеристика взаимодействия. Виды режимов взаимодействия: давление общественного мнения, диктатура, патернализм власти, сотрудничество, подавление общественного мнения, игнорирование общественного мнения.

Тема 7. Технологии воздействия и общественное мнение

Формы, методы воздействия на общественное мнение. СМИ и общественное мнение. Агитация, пропаганда и контрпропаганда. Общественное мнение и манипуляция: методы манипулирования.

Методы изучения общественного мнения

Тема 8. Общественное мнение и методология изучения. Общественное мнение: принципы изучения

Общественное мнение: источник информации о потребностях и интересах субъектов социума. Методология социологического исследования. Общественное мнение: особенности социологических методов изучения. Количественные и качественные методы. Количественные и качественные подходы: логика, стратегия исследования. Понятие интереса, эмпирическая интерпретация.

Основные источники информации. Виды анкетных вопросов. Интервалы и шкалы. Прогноз общественного мнения.

Тема 9. Программа социологического исследования. Общая характеристика, сравнительный анализ методов социологического изучения общественного мнения

Программа эмпирического социологического исследования. Основные правила построения, основные этапы разработки программы. Стратегический план, бюджетное планирование.

Методы изучения общественного мнения и их характеристика: очные – заочные, личные – безличные, основные – вспомогательные, формализованные – неформализованные).

Тема 10. Применение наблюдения и анализа документов в изучении общественного мнения. Массовый опрос. Анкетирование и интервьюирование.

Прессовый, почтовый телефонный опрос в изучении общественного мнения

Области использования анализа документов и анкетирования в исследовании общественного мнения, достоинства и недостатки. Опрос: виды, история развития. Особенности анкетирования и интервьюирования.

Подготовка, организация, область применения прессового опроса. История возникновения и становления. Достоинства, недостатки, методы повышения возврата при почтовом опросе. Достоинства, недостатки, условия, технология применения телефонного опроса.

Тема 11. Онлайн опрос общественного мнения. Мониторинг изучения общественного мнения

История возникновения и типология. Выборка и сфера применения метода. Планирование и организация проведения исследования.

Характерные черты социологического мониторинга. Принципы организации, технологии, задачи мониторинга общественного мнения. Этапы мониторинга. Анализ данных мониторинга. Данные ВЦИОМ. Корреляция данных.

Тема 12. Контент-анализ. Фокус-группа

Контент-анализ и изучение общественного мнения. Этапы проведения контент-анализа. Количественно-качественный, формализованный контент-анализ. Интерпретация данных.

Фокус-группа и глубинное интервью. Методика проведения. Определение метода, достоинства и недостатки. Размер и правила формирования группы. Групповая динамика. План для проведения фокус-группы. Анализ данных и представление результатов.

Тема 13. Особенности методики и техники обработки результатов исследования общественного мнения

Методика и техника обработки результатов исследования общественного мнения. Анализ данных. Методы и приемы, обеспечивающие достоверность данных. Формы представления результатов исследования. Источники ошибок и погрешностей в исследовании.

Темы практических занятий

Тема 1. Структура общественного мнения. Функции общественного мнения

Общественное сознание, общественное настроение и общественное мнение. Понятия аттитюда, диспозиции, установки в социологии общественного мнения и социальной психологии.

1. Общественное сознание в парадигмах социологии. Общественное сознание его структура, уровни и форма.

2. Концепция Б. Грушина о структуре и сущности общественного сознания.

3. Понятия аттитюда, диспозиции, установки в социологии общественного мнения и социальной психологии.

4. Историко-антропологическая версия М. Горшкова о зарождении феномена общественного мнения.

5. Понятие: общественное настроение.

6. Древние источники. Античная философия. Аристотель и Платон: сущность и функции общественного мнения.

7. Т. Гоббс, Дж. Локк, Ж.-Ж. Руссо, А. де Токвиль: общественное мнение.

8. П. Бурдьё об общественном мнении, понятие «мнение».

9. «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман.

Рекомендуемая литература:

1. Ганчев Б.А. Изучение и формирование общественного мнения. М., 1983.

2. Грушин Б.А. Мнение о мире и мир мнений. М., 1967.

3. Гуревич П.С. Психология имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы ее восприятия. М., 1991.

4. Катастрофическое сознание в современном мире в конце XX века // Под ред. В.Н. Шубкина. М., 1999.

5. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб., 1995.

6. Левада Ю. А. Социальная природа религии. М.: Наука, 1965.

7. Луман Н. Общество общества. Книга 5. Самоописания. М., 2009, глава XX – Масс-медиа и селекция самоописаний с их помощью. С. 248 – 261.

8. Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2000.

9. Фотев Г. Герберт Блумер: символический интеракционизм // Современная американская социология. М., 1994. С. 146 – 156.

10. Энциклопедический социологический словарь // Общ. ред. Г.В. Осипова. М., 1995.

Тема 2. Роль и функции религии в обществе

1. Религия как социальный стабилизатор.

2. Легитимизирующая функция религии.

3. Мироззренческая функция религии.

4. Гуманистическая и авторитарная направления в религиях.

5. Религия как фактор социальных изменений.

Рекомендуемая литература:

1. Андреева Л. А., Андреева Л. К. Религиозность студенческой молодежи: опыт сопоставления с религиозностью россиян // Социологические исследования. 2010. № 9.
2. Введение в общее религиоведение (Под ред. Яблокова И.Н.). М., 2000.
3. Вебер М. Социология религии: Типы религиозных сообществ // М. Вебер Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990.
4. Веремчук В. И. Социология религии: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 020300 «Социология», 350100 «Социальная антропология». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
5. Возьмитель А.А. Социология религии и образ жизни// Религия в самосознании народа (религиозный фактор в идентификационных процессах) / Отв. ред. М.П. Мчедлов - М.: Институт социологии РАН, 2008. С. 390-413.
6. Гараджа В. И. Социология религии: Учеб. пособие для студентов и аспирантов гуманитарных специальностей. М.: ИНФРА-М, 2005.
7. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. – М.: ЦСПиМ, 2010.
8. Данильян О. Г. Религиоведение: учебник / О. Г. Данильян, В. М. Тараненко. – М. : Эксмо, 2007. – 480 с. – (Образовательный стандарт XXI).
9. Казарина-Волшебная Е.К., Комиссарова И.Г., Турченко В.Н. Парадоксы трансформации ценностных ориентаций российской молодежи // Социологические исследования. 2012. № 6.
10. Кофанова Е.Н. Роль религии в формировании гражданской и нравственной позиции (по материалам социологических исследований) // Религия в самосознании народа (религиозный фактор в идентификационных процессах) / Отв. ред. М.П. Мчедлов – М.: Институт социологии РАН, 2008. С. 347–389.

Тема 3. Индивид и общественное мнение

Субъект, объект общественного мнения. Понятие «массовое сознание». Субъекты общественного мнения: концепция толпы, публики, массы.

1. Общественное мнение и его объект. Критерии отнесения различных феноменов к числу объектов общественного мнения. Объекты и их типология.
2. Субъекты общественного мнения и их типология. Субъекты общественного мнения: средневековье, новое время, современность.
3. Понятие «массовое сознание». Масса и массовое общество: Х. Ортега-и-Гассет.
4. Г. Лебон и его концепция толпы. Толпа как субъект общественного мнения.
5. Концепция Г. Блумера. Общественность как субъект общественного мнения.
6. Э. Канетти, концепция массы.
7. С. Московичи, концепция толпы, массы, массового общества.

Рекомендуемая литература:

1. Докторов В.З. Отцы основатели: история изучения общественного мнения. М.: ЦСП, 2006.
2. Докторов В.З. Б.А.Грушин. Четыре десятилетия изучения российского общественного мнения // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2004, № 6. С. 8 - 21.
3. Дюркгейм Э. Ценностные и реальные суждения // Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М., 1995.
4. Коробейников В.С. Пирамида мнений (Общественное мнение: природа и функции). М., 1981.
5. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб., 1995.
6. Левада Ю. А. Социальная природа религии. М.: Наука, 1965.
7. Луман Н. Общество общества. Книга 5. Самоописания. М., 2009, глава XX – Масс-медиа и селекция самоописаний с их помощью. С. 248 – 261.
8. Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2000.
9. Фотев Г. Герберт Блумер: символический интеракционизм // Современная американская социология. М., 1994. С. 146 – 156.
10. Энциклопедический социологический словарь // Общ. ред. Г.В. Осипова. М., 1995.

Тема 4. Общественное мнение и различные сферы социальной жизни

Социальная, духовно-идеологическая, культурная, политическая сферы жизни. Каналы и их специфика. Стереотипы и общественное мнение. Общественное мнение и объекты контроля.

1. Политическая сфера и общественное мнение. Функции, место общественного мнения в политической системе.
2. Власть и общественное мнение.
3. Система социального управления и общественное мнение.
4. Опросы общественного мнения в изучении интересов социальных групп.
5. Роль общественного мнения в трансформации социальных подсистем: социальная, политическая, культурная и экономическая.

Рекомендуемая литература:

1. Правдивец В.В. Общественное мнение: проблемы и перспективы исследования // Социология. 2000, № 4.
2. Ротман Д.М. и др. Оперативное социологическое исследование. Минск, 1998.
3. Рукавишников В., Халман Л., Эстер П. Политические культуры и социальные изменения. Международные сравнения. М., 1998.
4. Сафаров Р.А. Общественное мнение и государственное управление. М., 1975.
5. Социология в России // Отв. Ред. В.Я. Ядов. М., 1998.
6. Социология общественного мнения : учеб. пособие / В. А. Михайлов. – Тверь: Тверской гос. ун-т, 2005. – 383 с.
7. Сурмин Ю.П. Теория общественного мнения. Киев, 1999.
8. Тард Г. Общественное мнение и толпа. М., 1905.
9. Теоретико-эмпирическое исследование общественного сознания: на пути к типологизации. СПб., 1992.
10. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

Тема 5. Власть и общественное мнение.

Взаимодействие власти и общественного мнения: общие тенденции

1. Власть и общественное мнение: структура, характер, тенденции взаимодействия.
2. Методы формирования общественного мнения и власть.
3. Общественное мнение: каналы выражения и формирования.

Рекомендуемая литература:

1. Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. СПб., 1995.
2. Гарник А.В. Взаимодействие общественного мнения и социального опыта масс. Л., 1988.
3. Горбунова Л.В. Общественное мнение: особенности формирования. М., 1981.
4. Грушин Б.А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. В 4-х книгах. Кн. 1: Жизнь первая. Эпоха Хрущева. М., 2001. Кн. 2: Жизнь вторая. Эпоха Брежнева. Часть 1. М., 2003. Жизнь вторая. Эпоха Брежнева. Часть 2. М., 2006.
5. Иванов О.И. Общественное мнение и власть // Общественно-политический журнал. 1993, №7.
6. Коробейников В.С. Методологические аспекты оперативного изучения общественного мнения. М., 1983.
7. Константиновский Д.Л., Вознесенская Е.Д., Чередниченко Г.А., Хохлушкина Ф.А. Жизненные траектории молодежи: 10 лет спустя. Социологическое исследование – М.: Институт социологии РАН, 2010. – 277 с. 1 CD ROM.
8. Корниенко Е.Р. Проблема формирования готовности студента вуза к межкультурному диалогу // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. № 6. С.238–241.
9. Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.
10. Общественное мнение // Тезаурус социологии // Под ред. Ж.Т. Тощенко. М., 2009.

Тема 6. Технологии воздействия и общественное мнение.

Общественное мнение и СМИ

1. Функции СМИ. СМИ как «четвертая власть».
2. Стереотип и формирование общественного мнения.
3. Методы манипулирования.

Рекомендуемая литература:

1. Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивидов и масс. СПб.: «Скифия», 2008.
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для

студентов высших учебных заведений /Под редакцией М.М. Лукина. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 352.

3. Коробейников В.С. Социологические проблемы общественного мнения. М., 1985.

4. Коломиец В.П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // Социологические исследования. – 2010. – № 1.

5. Корытникова Н. В. Интернет-зависимость и депривация в результате виртуальных взаимодействий // Социологические исследования. 2010. №6.

6. Позднякова М.Е. Влияние Интернет-сообществ на распространение девиантных форм поведения в современной России (на примере наркотизма) // Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. ред. М.К. Горшков. – Вып. 8. – М.: Институт социологии РАН, 2009. С. 128–149.

7. Поташинская Н.Н. Религии и средства массовой информации // Берегиня. 777. Сова. Научный журнал / Гл. редактор профессор Р.Г. Гостев, зам. гл. ред. профессор Е.П. Белозерцев, профессор Г.К. Сафаралиев. - Воронеж: ГУП ВО «Воронежская областная типография», 2012, №3(14). С. 101-111.

8. Полуэхтова И.А. Динамика российской телеаудитории // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С.70

9. Энциклопедический социологический словарь // Общ. ред. Г.В. Осипова. М., 1995.

10. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М., 2005. С. 14 – 62.

Методы изучения общественного мнения

Тема 7. Общественное мнение и методология изучения. Современные методы изучения общественного мнения

1. Методы изучения общественного мнения: сравнительный анализ.
2. Телефонный опрос: методика и методология.
3. Прессовый опрос: методика и методология.
4. Фокус-группа: методика и методология.

Рекомендуемая литература:

1. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. – 416 с.

2. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественные подходы. Методология. Исследовательские практики: учеб. пособие / А.С. Готлиб. – 2-е изд., перераб. и доп. М.: Флинта: МПСИ, 2005.

3. Девятко И.Ф. Как провести социологическое исследование. – М.: КДУ, 2010.

4. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / Под ред. В.А. Мансурова. М.: Институт социологии РАН, 2010. 324 с.

5. Лаборатория социолога: из опыта полевых исследований: Учебное пособие / под ред. В.А. Ядова. М.: Таус. 2008. 80 с.

6. Левада Ю.А. От мнений к пониманию. Социологические очерки 1993-2000. М.: Московская Школа политических исследований, 2000.

7. Насонов Г.В. О роли системного подхода в изучении общественного мнения // Социологические исследования. 1984. №3.

8. Общественное мнение // Социологическая энциклопедия. Т. 2. М., 2003.

9. Энциклопедический социологический словарь // Общ. ред. Г.В. Осипова. М., 1995.

Тема 8. Общественное мнение: принципы изучения Изучение аудиторий СМИ: качество данных.

Основные источники информации. Виды анкетных вопросов. Интервалы и шкалы. Прогноз общественного мнения.

1. Исследовательские методы и надежность данных аудиторий СМИ.
2. Особенности подходов к изучению аудиторий СМИ.
3. Искажение информации. Качество работы интервьюеров. Стандарты в исследовании СМИ.

Рекомендуемая литература:

1. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М., 2004.
2. Буданцев Ю.Л. Социология средств массовой информации, М., 1997.
3. Бутенко И.А. Организация прикладного социологического исследования. М., 1998.
4. Ганчев Б.А. Изучение и формирование общественного мнения. М., 1983.
5. Дзялошинский И.М. Культура, журналистика, толерантность (О роли СМИ в формировании в российском обществе атмосферы толерантности и мультикультурализма) / Диагностика толерантности в средствах массовой информации. М., 2002.
6. Дмитриев Е.И. Основные факторы изменения роли СМИ в процессе глобализации информационного пространства // Философия и социальные науки. М., 2007, №3.
7. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2011.
8. Еляков А.Д. Дефицит и избыток информации в современном социуме // Социологические исследования. 2010. №12.
9. Журналистика и медиаобразование-2008: сб. трудов III Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25-27 сентября 2008 г.): в 2 т. Т. II / Под ред. проф. М.Ю. Казак, проф. У. Перси, проф. А.В. Полонского, доц. Е.А. Кожемякина. Белгород: БелГУ, 2008.
10. Иванов О.И. К методологии эмпирического изучения интересов // Общественное мнение населения крупного города. СПб., 1992.

Словарь основных понятий курса

| |
|--|
| агитация |
| валидность |
| взаимодействие власти и общественного мнения |
| внушение |
| гайд |
| интервью |
| интервьюер |
| интересы |
| каналы выражения общественного мнения |
| качественные исследования |
| количественные исследования |
| коммуникативное общение |
| коммуникация |
| корреляция |
| манипуляция |

| |
|---|
| манипуляция общественным мнением |
| методика |
| методика исследования |
| методология |
| методология исследования |
| методы |
| методы исследования |
| механизмы формирования общественного мнения |
| наблюдение |
| общественное мнение |
| общественное мнение |
| общественное сознание |
| объект общественного мнения |
| онлайн опрос |
| опрос |
| погрешность |
| потребности |
| почтовый опрос |
| прессовый опрос |
| программа социологического исследования |
| пропаганда |
| публичная сфера |
| респондент |
| СМИ |
| социальная установка |

| |
|--------------------------------|
| социальный институт |
| стереотип |
| стереотипы |
| стратегии исследования |
| структура общественного мнения |
| субъект общественного мнения |
| сферы жизнедеятельности |
| телефонный опрос |
| техника |
| управление |
| управление |
| фокус-группа |
| этапы исследования |

МОДУЛЬ 3.

КОНТРОЛЬНО-ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

**Некоторые аспекты методологии, методики и техники исследования
общественного мнения**

Тест 1

1. Анкетный вопрос, без сопровождения альтернативным ответом, когда респондент должен отвечать на поставленный вопрос своими словами:

- 1) открытый вопрос;**
- 2) закрытый вопрос;
- 3) фильтрующий вопрос;
- 4) формальный вопрос.

2. Эмпирическое исследование, в ходе которого измерения переменных осуществляются в разных временных точках для одних и тех же единиц анализа:

- 1) лонгитюдное исследование;
- 2) пилотажное исследование;
- 3) точечное исследование;
- 4) панельное исследование.

3. Социальный процесс, явление или характеристика, принимающие разные конкретные значения:

- 1) экспериментальная модель;
- 2) переменная;
- 3) вариация;
- 4) корреляция.

4. Вопрос, который используется в целях сортировки респондентов в расчете на то, что на следующий вопрос отвечает тот, кому он предназначен:

- 1) вопрос-ловушка;
- 2) косвенный вопрос;
- 3) вопрос-фильтр;
- 4) контактный вопрос.

5. Отбор единиц наблюдения в выборочную совокупность, по установленным правилам, которые определяются целями и задачами исследования:

- 1) выборка;
- 2) группировка;
- 3) классификация;
- 4) операционализация.

6. Научно аргументированное предположение о наличии/отсутствии связи, ее характере между двумя и более переменными:

- 1) прогноз;
- 2) гипотеза;
- 3) медиана;
- 4) регрессия.

7. Характеристика выборочной совокупности, позволяющая последней, в процессе исследования, выступать в качестве микромоделей генеральной совокупности:

- 1) реактивность;
- 2) предубежденность;
- 3) операциональность;
- 4) репрезентативность.

8. Часть объекта исследования, локализованная во времени и территории, на которую распространяются все выводы:

- 1) генеральная совокупность;
- 2) каркас выборки;
- 3) выборочная совокупность;
- 4) свойство выборки.

9. Выборка, в которой исследуемых, по окончании интервью, просят помочь найти других респондентов для продолжения исследования:

- 1) выборка «снежного кома»;
- 2) стихийная;
- 3) сетевая;
- 4) квотная.

10. Документы, при помощи которых реализуется сбор первичной социологической информации в соответствии с требованиями рабочей программы:

- 1) бланк интервью;
- 2) бланк наблюдения;
- 3) инструментарий;
- 4) бланк контент-анализа.

11. Число единиц наблюдения, отобранных из генеральной совокупности, представленное в качестве своеобразной микромоделей воспроизводящей структуру исследуемого объекта:

- 1) выборочная совокупность;
- 2) контрольная группа;
- 3) экспериментальная группа;
- 4) экспертная группа.

12. Личность, отвечающая на вопросы анкеты социологического исследования:

- 1) респондент;
- 2) анкетер;
- 3) интерпретатор;
- 4) интервьюер.

13. Метод сбора социологической информации, включающий в себя целенаправленное, систематическое, непосредственное слуховое и визуальное восприятие и фиксацию, социальных явлений, процессов, фактов, которые подвергаются последующему контролю и проверке:

- 1) наблюдение;
- 2) контент-анализ;
- 3) экспертный опрос;
- 4) интервьюирование.

14. Метод анализа документа, предполагающий множество мыслительных операций, направленных на интерпретацию содержания документа с определенной точки зрения, называется _____ анализом документа:

- А. инновационным
- Б. внутренним
- В. временным
- Г. традиционным (содержательным)

Тест 2

1. Мини моделью генеральной совокупности, разработанной для проведения исследования по специально отобраным:

- А. выборка

- Б. рабочий план исследования
- В. единица анализа
- Г. программа исследования

2. В годы второй мировой войны ученые Г. Лазарсфельд и Г. Ласвел, внимательно анализируя немецкие газеты, добывали секретную информацию о состоянии германской промышленности, количестве погибших и т. д. Они применяли метод:

- А. наблюдение
- Б. системный метод анализа
- В. экспертный метод
- Г. контент-анализ

3. Метод социологического исследования, призванный выявить причину и следствие в строго контролируемых условиях, называется:

- А. эксперимент
- Б. сравнительный метод
- В. наблюдение
- Г. опрос
- Д. метод изучения документов

4. Взаимодействие между факторами, оказывающими прямое или косвенное влияние на состояние изучаемого объекта в социологическом исследовании, называется:

- А. систематизация
- Б. интеграция
- В. корреляция
- Г. стагнация

5. Тип анкетирования, когда опрашивается не вся совокупность индивидов, а только ее часть, называется:

- А. сплошное анкетирование
- Б. выборочное анкетирование
- В. тотальное анкетирование
- Г. групповое анкетирование
- Д. всеобщее анкетирование

6. Вид наблюдения, при котором исследователь в той или иной степени находится в контакте с наблюдаемыми людьми, принимает участие в их деятельности, называется _____ наблюдение:

- А. структурированное
- Б. свободное
- В. невключенное
- Г. включенное
- Д. контролируемое

7. В работе над книгой «Положение рабочего класса в Англии» Ф. Энгельс широко использовал (кроме документальных источников) такой метод, как:

- А. мысленный эксперимент
- Б. наблюдение
- В. контент-анализ
- Г. экспертный опрос

8. Закрытыми называются такие вопросы социологической анкеты, где:

- А. респондент должен сделать выбор из нескольких, готовых вариантов ответов
- Б. респондент может сам предложить вариант ответа
- В. раскрывается содержание гипотезы социологического исследования
- Г. респондент сам формулирует вопрос

9. Социологическое исследование, направленное на сравнительное изучение социальных объектов и процессов в разные периоды времени, называется _____ исследование:

- А. пилотажное
- Б. пробное
- В. панельное
- Г. результирующее
- Д. полевое

10. Вопрос анкеты, используемый для проверки искренности ответов опрашиваемых, называется:

- А. контрольный
- Б. фильтрующий
- В. косвенный
- Г. прямой
- Д. открытый

11. Беседы социолога со специалистом по изучаемым проблемам – это опрос:

- А. индивидуальный
- Б. экспертный
- В. общий
- Г. групповой
- Д. фильтрующий

12. Человек, выступающий для социолога непосредственным носителем и источником информации, называется:

- А. респондент
- Б. корреспондент
- В. слушатель
- Г. анкетер
- Д. эксперт

13. Преимуществом метода наблюдения, по сравнению с опросом, можно считать:

- А. влияния на респондента «эффекта наблюдения»
- Б. трудность в обеспечении репрезентативности
- В. влияние субъективных особенностей наблюдателя
- Г. независимость от желания респондента участвовать в исследовании

14. Методологическое и методико-техническое обоснование социологического исследования, называется:

- А. репрезентативность исследования
- Б. рабочий план исследования
- В. программа исследования
- Г. отчет исследования

15. Процедура отбора подмножества элементов генеральной совокупности, позволяющей делать выводы обо всем множестве элементов, называется:

- А. методика
- Б. верификация
- В. техника
- Г. выборка
- Д. операционализация

Вопросы к зачету по дисциплине «Формирование общественного мнения в теологии»

1. Представления об общественном мнении (античная философия, представители итальянского гуманизма, французский материализм).
2. Осмысление категорий публичной сферы и общественного мнения XX века.
3. Структура общественного мнения и его структурный анализ.
4. Формирование общественного мнения и его динамическая структура и стадии: зарождение, формирование, функционирование, спад, отмирание.
5. Ключевые функции общественного мнения в современном социуме.
6. Стабилизирующий фактор религии в развитии социума.
7. Мировоззренческая функция религии.
8. Регулирующая функция религии.

9. Религия как фактор социальных изменений.
10. Гуманистическая функция религии.
11. Субъект и объект общественного мнения.
12. Общественное мнение и уровни общественного сознания.
13. Социальная, духовно-идеологическая, культурная, политическая сферы жизни.
14. Стереотипы и общественное мнение.
15. Взаимодействие власти и общественности: определение, критерии выделения.
16. Система факторов социальных изменений и общественное мнение.
17. Формы, методы воздействия на общественное мнение.
18. СМИ и общественное мнение.
19. Количественные и качественные методы.
20. Прогноз общественного мнения.
21. Программа эмпирического социологического исследования.
22. Области использования анализа документов и анкетирования в исследовании общественного мнения, достоинства и недостатки.
23. Особенности анкетирования и интервьюирования.
24. Особенности анкетирования и интервьюирования.
25. Подготовка, организация, область применения прессового опроса.
26. Онлайн опрос общественного мнения.
27. Характерные черты социологического мониторинга.
28. Контент-анализ и изучение общественного мнения.
29. Фокус-группа и глубинное интервью.
30. Методика и техника обработки результатов исследования общественного мнения.
31. Формы представления результатов исследования.
32. Анализ данных и представление результатов.

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой _____

Ф.И.О. зав. кафедрой

«___» _____ 2013 г.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование общественного мнения в теологии

Направление 033400 «Теология»
квалификации (степени) выпускника Магистр

1 семестр 2013 – 2014 уч. года

Целью дисциплины является формирование и развитие следующих компетенций: ОК-2; ОК-5, ОК-6, ОК-10, ОК-11; ПК-11, ПК-12, ПК-14.

Трудоемкость дисциплины:

| | Всего | Аудиторная | | | СРС |
|-------------------|-------|------------|----|----|-----|
| | | ЛК | ПЗ | ЛБ | |
| Общая | 72 | 16 | 16 | | 40 |
| В данном семестре | 72 | 16 | 16 | | 40 |

Контрольные точки по дисциплине:

| № п.п | Виды учебной работы | Удельный вес, % | Форма контроля | Максимальное количество баллов |
|-----------|---|-----------------|--|--------------------------------|
| 1. | Контрольная точка № 1 <i>Дата контроля 3 неделя</i> | | | |
| 1.1. | Лекции | 60 | Посещение лекционных занятий | 8 |
| 1.2. | Самостоятельная работа | 40 | Анализ учебной литературы, научных статей | 10 |
| | <i>Итого по КТ</i> | <i>100</i> | | <i>18</i> |
| 2. | Контрольная точка № 2 <i>Дата контроля 6 неделя</i> | | | |
| 2.1. | Практические занятия | 60 | Работа на семинарах | 40 |
| 2.2. | Самостоятельная работа | 40 | Решение тестовых заданий | 5 |
| | <i>Итого по КТ</i> | <i>100</i> | | <i>45</i> |
| 3. | Контрольная точка № 3 <i>Дата контроля 8 неделя</i> | | | |
| 3.1. | Самостоятельная работа | 100 | Социологическое исследование: контент-анализ материалов СМИ, касающихся религиозной тематики | 12 |

| | | | | |
|-----------|---------------------------------------|------------|----------------|-------------------|
| | | | Реферат/доклад | 5 |
| | <i>Итого по КТ</i> | <i>100</i> | | <i>17</i> |
| 4. | <i>Контрольная точка № 4</i> | | | |
| | <i>Дата контроля 14 неделя</i> | | | |
| 4.1. | Промежуточный контроль | 100 | Зачет | 20 |
| | <i>Итого по КТ</i> | <i>100</i> | | |
| | <i>Итого по дисциплине</i> | | | <i>100</i> |

Критерии оценки:

«Отлично» – от 86 до 100 баллов;

«Хорошо» – от 76 до 85 баллов;

«Удовлетворительно» – от 61 до 75 баллов;

«Неудовлетворительно» – от 0 до 60 баллов.

Преподаватель __

подпись

Учебно-методический комплекс составили:

Киреева Н.Н.

ассистент, магистр социологии

Приложение 1.

Механизмы, формы и методы воздействия телевидения на телевизионную аудиторию

Телевидение является мощным средством как позитивного, так и негативного воздействия на восприятие индивида или массовой аудитории. Опасность негативного воздействия на телевизионную аудиторию может возникнуть даже в случае, когда авторы или ведущие телепередачи не ставят перед собой такой цели. Часто это происходит в результате некорректного использования различных форм передачи телевизионной информации (в данном случае, имеется в виду, конфессиональная составляющая телевизионной миграционной информации). Следует отметить, что манипулирование сознанием телевизионной аудитории заложено в любой телевизионной трансляции.

Необходимо также учитывать некоторую зависимость вещательной политики телетранслятора от личностных установок, жизненных стереотипов руководителей телекомпании. Личностная установка телевизионного руководителя может переноситься и на материалы, транслируемые в телеэфире.

Особенность телевизионной информации заключается в некритичном восприятии, соответствий ожиданиям телеаудитории, ее устойчивым, стереотипным видением реальности. Социальное соответствие телевизионных программ представляется следствием поиска, сохранения телережиссерами и тележурналистами «чувства справедливости» для избранной телевизионной аудитории [1]. Здесь речь идет об информационном регулировании средствами телевидения.

Существует множество *видов манипулирования* массовым сознанием телевизионной аудитории посредством телевидения. Вот некоторые из них:

- **Фабрикация фактов.** Эффект манипулирования происходит при использовании мелких отклонений при подаче телевизионной миграционной информации. Но эти отклонения действуют в одном направлении. В этом случае информация достоверна, когда эту информацию можно проверить. В других ситуациях телевизионная информация преподносится в желаемом аспекте. Здесь следует отметить, что ложная информация более эффективна, если опирается на заложенные стереотипы.

- **Утверждения и повторения.** Это когда телевизионная информация подается в виде клише, штампов, шаблонов воздействующих на стереотипы. В представлении человека сформировался тип культуры, который определяется как «мозаичный». Средства массовой информации и телевидение в частности, закрепляют подобный тип мышления, тем самым способствуют стереотипному мышлению. С. Московичи считал что «Грамматика убеждения основывается на утверждении и повторении». Г. Лебон отмечал «Повторение внедряется... в глубины подсознания, где зарождаются мотивы наших действий» [2, с. 203].

- **Дробление и срочность.** Данная методика предполагает фрагментацию целостной информации, с целью невозможности соединения фрагментов информации, для последующего осмысления. Дискуссионные программы на телевидении являются примером фрагментации как формы подачи телевизионного материала. В таком виде информация растворяется в последующих, не особо значимых, рекламных объявлениях, сплетнях и т.п. Если такая методика используется преднамеренно, то информация о важном снижает воздействие этой информации или лишает ее смысла. В результате у телезрителя возникает ложный образ реальности. Подобная фрагментация предполагает немедленность, срочность информации или неотложность и незамедлительность сообщений. Данный принцип позволяет манипулировать сообщениями.

- **Упрощение, стереотипизация.** СМИ и телевидение в частности, предназначены для массы. В них изначально были установлены ограничения на сложность и оригинальность сообщения. В «концепции упрощения» Э. Липпмана, процесс восприятия – это механическая подгонка еще не известного явления под стереотип, где человек должен воспринимать информацию без усилий и критического анализа.

- **Сенсационность.** Строится по принципу отсутствия возможности построения единого целого.

Для позитивного воздействия телевидения на аудиторию необходимо ввести на пути поступления негатива, своеобразный барьер, т.е. выбор при просмотре телевизионных передач, переориентирование телевизионных программ в позитивно-образовательном аспекте. Таким образом, можно использовать воздействие телевидения в том аспекте, в каком телевидение изначально предназначалось: дать возможность массовому телезрителю получать информацию, знания, т.е. обучение (образование).

Как воздействует на сознание телезрителя новая телевизионная информация, какие механизмы достижения эффектов - результатов используются телевидением?

А.В.Федоров предлагает следующую схему возможности эффективного влияния на телезрителя, которую используют телережиссеры:

- «*оркестровка*» – постоянное повторение в телевизионной информации различных сообщений независимо от достоверности;

- «селекция» («подтасовка») – выбор установленных ориентаций негативных или позитивных, искажение, преувеличение или наоборот преуменьшение этих установок;
- «наведение румян» («приукрашивание фактов»);
- «навешивание ярлыков» (позитивных, негативных);
- «трансфер» (проекция) – трансляция положительных или отрицательных качеств на другого человека или другое событие;
- «свидетельство» - некорректная ссылка на авторитеты;
- «игра в простонародность» – например, упрощение формы подачи телевизионной информации [3, с. 29-54].

Существует множество способов и методов воздействия телевидения на аудиторию (этой теме посвящено множество работ различных авторов). Перечислим некоторые из них:

- «очевидцы» событий – якобы находятся очевидцы событий, которые выдают подготовленную манипуляторами информацию за свою собственную;

- смещение акцентов – в данной ситуации осознанно смещают акценты, в телевизионном материале и нежелательное для манипуляторов переносится на второй план, а необходимое наоборот выявляется;

- переориентация – возможность преподнести любую телевизионную информацию, игнорируя негативную часть;

- эмоциональное заряджение – метод основан на свойстве психики человека, как эмоциональное заряджение. Участники демонстрируют повышенное эмоциональное возбуждение, что заставляет телезрителей смотреть за ходом, демонстрируемых событий, сопереживая героям программы;

- показная проблематика – одни и те же материалы вызывают полярные мнения. Некоторое событие можно специально «не заметить», а другому уделить усиленное внимание;

- недоступность информации – манипулятивная технология с целью блокады информации. Это когда определенная часть информации преднамеренно не допускается в эфир;

- удар на опережение – это когда заблаговременно выдается негативная информация для определенной категории людей;

- одностороннее освещение событий – при этом высказывается только одна сторона процесса;

- принцип контраста – позитивная информация на фоне негативной;

- повторение – неоднократное повторение информации способствует ее запоминанию масс-медиа-аудиторией. При этом максимально упрощается текст с целью наилучшей восприимчивости. Как правило, данная методика рассчитана на низкоинтеллектуальную телевизионную аудиторию;

- «от деталей к ошибке» – содержание и способ подачи телевизионной информации заставляет аудиторию направить интерес на конкретную деталь, тем самым не давая возможности заметить главного, на основании которого можно было бы сделать правильные выводы, в результате создается как бы безальтернативная основа смысла сказанного [4, с. 345].

СМИ все более и более становятся не только средством, обеспечивающим доступ людей к информации, но и приобретают черты мощного инструмента формирования сознания, мнений больших аудиторий людей, инструмента воздействия и регулирования в желаемом для кого-то духе.

Ведущим функциям телевидения, его роли и места в системах СМК посвящены работы Ю.П. Буданцева, Э.Г. Багирова, Р.А. Борецкого, В.В. Гаспаряна, Н.А. Голядкина, В.В.Егорова, Я.Н. Засурского, Ю.А.Богомолова, Г.В.Кузнецова, Г.В. Лазутиной, С.А. Муратова, Г.Г. Почепцова, В.С. Саппака, Б.М. Сапунова, А.Я. Юровского и др.

Аудиовизуальный язык по своей природе – запоминающиеся «картинки» и «звук», а вместе с ним аудиовизуальные образы, проникая в подсознание зрителя, формируют определенное отношение к этим образам и соответствующее поведение телевизионной аудитории. В дальнейшем изменение этих установок затруднительно, т.к. они становятся элементом подсознательного действия.

Рекомендуемая литература

1. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М., 2004.
2. Диагностика толерантности в средствах массовой информации. / Под ред. В.К. Мальковой. М., ИЭА РАН. 2002.
3. Еляков А.Д. Дефицит и избыток информации в современном социуме // Социологические исследования. 2010. №12.
4. Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивидов и масс. СПб.: «Скифия», 2008.
5. Капто А.С. Этика журналиста / Профессиональная этика: Монография. Ростов-на-Дону, 2006.
6. Клепиков В.Н. Концепция формирования этической культуры школьников // Эксперимент и инновации в школе. 2010. № 4. С. 2-8.
7. Колесникова, И. А. Воспитание к духовности и нравственности в эпоху глобальных перемен // Педагогика. 2008. № 9. С. 25-33.
8. Коломиец В.П. Медиасреда и медиapotребление в современном российском обществе // Социологические исследования. 2010. № 1.
9. Константиновский Д.Л., Вознесенская Е.Д., Чередниченко Г.А., Хохлушкина Ф.А. Жизненные траектории молодежи: 10 лет спустя. Социологическое исследование М.: Институт социологии РАН, 2010. 277 с. 1 CD ROM.
10. Корытникова Н. В. Интернет-зависимость и депривация в результате виртуальных взаимодействий // Социологические исследования. 2010. №6.

Список использованной литературы

1. А.Н. Фортунатов. Проблемы истории телевидения: философский и культурологический подход. Курс лекций. Нижний Новгород, 2007.
2. С.А. Зелинский. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивидов и масс. СПб.: «Скифия», 2008.
3. Федоров А. В. Критический анализ медиатекста, содержащего сцены насилия, на медиаобразовательных занятиях в студенческой аудитории (на примере фильма «Груз 200») // Журнал «Медиаобразование». 2007. № 4.
4. С.А. Зелинский. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивидов и масс. СПб.: «Скифия», 2008.
5. Большая Советская Энциклопедия / Третье издание. М.: Издательство «Советская энциклопедия», 1972.
6. И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет. М.: Московское бюро по правам человека, «Academia», 2007.
7. Малькова В.К. Стереотипы русских, россиян и России в современной российской прессе // Журнал Этнопанорама. 2001. №3.

8. Дробижева Л.М. Толерантность и рост этнического самосознания: пределы совместимости // От толерантности к согласию: сб. статей. М., 1997.

Приложение 2.

(Пример)

Количественно-качественный контент-анализа телевизионных передач касающихся миграционных процессов

Техническое задание на проведение социологического исследования: контент-анализ содержания телепередач, касающихся миграционных процессов в РФ и РБ

Проблемная ситуация:

Для модернизации российской экономики, в условиях естественной убыли населения, возрастает необходимость в привлечении в экономику квалифицированных специалистов. Сегодня демографическая ситуация предопределяет миграционную политику России. В системе мер по оптимизации миграционных процессов значительную роль отводится телевидению.

Чаще процесс миграции в общественном сознании россиян ассоциируется с деструктивными социальными явлениями, такими, как нелегальный труд, преступность, терроризм и т.д. Существенную роль в конструировании негативного образа трудового мигранта играет телевидение, в результате чего, этот процесс из «объективного социального условия» перешел в статус «социальной проблемы».

Конструированием феномена иностранной трудовой миграции, как социальной проблемы, в России занимаются как его сторонники, так и противники.

Цели исследования:

1. Определить содержание телепередач, касающихся миграционных процессов;
2. Разработать практические рекомендации в целях оптимального воздействия ТВ на позитивное восприятие телевизионной аудиторией образа мигранта.

Объект исследования: Телевизионные передачи, касающиеся миграционных процессов в РБ и РФ, как целиком, посвященных данной теме, так и фрагментов телепередач, касающихся данной темы.

Задачи исследования:

- определить долю телевизионной миграционной информации в общем массиве телепередач федеральных и местных каналов телевидения за исследуемый период;
- определить характер содержания миграционной информации;
- определить основную направленность миграционной информации;
- определить варианты и способы подачи миграционной информации;
- выявить наличие в телевизионных передачах успешной интеграции и адаптации мигрантов;
- выявить наличие в телепередачи информации, способствующей оказанию правовой помощи мигрантам;
- определить, как влияет существующая телевизионная информация на интеграцию мигрантов в принимающий социум;
- выявить наличие толерантной информации в содержании телепередач о миграционных процессах.

Метод сбора данных:

Контент-анализ ТП.

Методика выборки:

3 раза в неделю – просмотр телепередач региональных каналов. При отсутствии на региональных каналах ТП, касающихся миграционной тематики, просматривать федеральные телеканалы.

Сроки проведения исследования: Сроки проведения контент-анализа март – апрель 2009, январь – март 2010 г.

Контент-анализ включает видеозаписи и стенограммы телевизионных передач по теме миграции за исследуемый период.

Гипотезы:

- в содержании телепередач касающихся миграционных процессов превалирует интолерантная информация;

- в миграционной телевизионной информации недостаточно примеров о проявлении инициативы со стороны государственных и муниципальных органов в решении проблем мигрантов;

- недостаточно позитивной телеинформации с примерами успешной адаптации мигрантов;

- в миграционной информации мало примеров цивилизованных трудовых отношений мигрантов с работодателями.

**Бланк контент - анализа содержания телепередач
касающихся миграционных процессов**

| | Единицы анализа | Индикаторы оценки | Все телевизионные передачи |
|-----------|---|--------------------------------|--|
| 1. | Дата, время | Число, месяц, год, час, минута | В период с 8.01.2010 по 23.04.2010 года. |
| 2. | Название телеканалов | | «Россия 1», «НТВ», «Россия 24», «Первый канал», «БСТ». |
| 3. | Название телепередач (далее ТП) | | «Вести», «Обзор чрезвычайных происшествий», «Сегодня. Итоговая программа», «Утро России», «Новости», «Сегодня», «Новости» (на русском языке), ток-шоу «Участок». |
| 6. | Общая продолжительность ТП включающих в себя фрагменты данной темы (в минутах) | | 924 (15 часов 40 минут) |
| 7. | Продолжительность фрагментов, касающихся данной темы (в минутах) Доля фрагментов в % | | 52, 5 5, 7 |
| 8. | Эмоциональный фон ТП | <i>8.1. позитивный</i> | 1 |

| | | | |
|-----|--|--|---|
| | | 8.2. <i>позитивный с элементами негативного</i> | 2 |
| | | 8.3. <i>нейтральный</i> | 11 |
| | | 8.4. <i>негативный с элементами позитивного</i> | 4 |
| | | 8.5. <i>негативный</i> | 5 |
| | | 8.6. <i>резко негативный</i> | 2 |
| 9. | Характеристика содержания фрагмента ТП | 9.1. <i>позитивное</i> | 4 |
| | | 9.2. <i>нейтральное</i> | 1 |
| | | 9.3. <i>негативное</i> | 19 |
| 10. | Наличие упоминаний о мигрантах, миграции \ и все их производные | 10.1. <i>трудовые мигранты</i> | 17 |
| | | 10.2. <i>нелегальные мигранты</i> | 19 |
| | | 10.3. <i>мигранты, приехавшие на постоянное место жительства</i> | 3 |
| | | 10.4. <i>мигранты студенты</i> | 0 |
| | | 10.5. <i>соотечественники, возвратившиеся в Россию</i> | 3 |
| 11. | Данные о национальностях мигрантов | | Украинец, казах, белорус, таджик, русский, молдаванин, узбек, вьетнамец, цыган, китаец, афганец, киргиз, латыш, турок |
| 12. | Упоминания в ТП о поправках в ФЗ №115 – I – 115 - VII | 12.1. <i>только упоминание</i> | 4 |
| | | 12.2. <i>подробное разъяснение</i> | 0 |
| | | 12.3. <i>нет</i> | 19 |
| 13. | Наличие в ТП информации об изменениях, поправках в миграционном законодательстве | 13.1. <i>подробная информация</i> | 1 |
| | | 13.2. <i>упоминание</i> | 6 |
| | | 13.3. <i>нет информации</i> | 16 |
| 14. | Позиция ведущего или автора ТП к проблемам мигрантов, миграции | 14.1. <i>позитивная</i> | 2 |
| | | 14.2. <i>нейтральная</i> | 14 |
| | | 14.3. <i>негативная</i> | 6 |
| | | 14.4. <i>резко негативная</i> | 1 |
| 15. | Упоминания о принудительных отправках мигрантов на родину государственными и муниципальными органами | 15.1. <i>массовые отправки</i> | 8 |
| | | 15.2. <i>в незначительных количествах</i> | 1 |
| | | 15.3. <i>единичные</i> | 0 |
| 16. | Содержание в ТП разного рода намеков о нежелательности | 16.1. <i>явные</i> | 9 |
| | | 16.2. <i>латентные</i> | 6 |
| | | 16.3. <i>отсутствуют</i> | 9 |

| | | | |
|-----|---|--|----|
| | пребывания мигрантов в РФ | | |
| 17. | Информация в ТП о существовании памятки для мигранта «Памятка иностранному гражданину или лицу без гражданства, прибывшему в РФ в порядке, не требующем получения визы» | <i>17.1. подробное разъяснение</i> | 0 |
| | | <i>17.2. упоминание</i> | 1 |
| | | <i>17.3. нет информации</i> | 22 |
| 18. | Какая информация преобладает в содержании данной ТП | <i>18.1. конфликтная информация</i> | 18 |
| | | <i>18.2. толерантная информация</i> | 5 |
| 19. | Наличие в ТП информации вызывающей симпатию к мигрантам | <i>19.1. да, есть</i> | 4 |
| | | <i>19.2. нет</i> | 19 |
| 20. | Наличие в ТП примера цивилизованных трудовых отношений мигранта с работодателем | <i>20.1. есть пример</i> | 5 |
| | | <i>20.2. нет примера</i> | 18 |
| 21. | Наличие в содержании ТП информации способной вызвать сочувствие к мигранту | <i>21.1. есть информация</i> | 6 |
| | | <i>21.2. нет информации</i> | 17 |
| 22. | Упоминания о преступлениях совершенных мигрантами на территории РФ | <i>22.1. преступления против личности</i> | 2 |
| | | <i>22.2. административные правонарушения</i> | 20 |
| | | <i>22.3. преступления против общественной безопасности и общественного порядка</i> | 1 |
| | | <i>22.4. преступления против государственной власти</i> | 0 |
| 23. | Упоминание в ТП о мигрантах приехавших в РФ | <i>23.1. квалифицированные специалисты</i> | 2 |
| | | <i>23.2. бизнесмены</i> | 0 |
| | | <i>23.3. социально-перспективные люди</i> | 0 |
| | | <i>23.4. просто мигранты</i> | 21 |
| 24. | Содержание данной ТВ информации способно в большей степени интеграции или дезинтеграции мигрантов в принимающий социум | <i>24.1. интегрирует</i> | 3 |
| | | <i>24.2. дезинтегрирует</i> | 20 |
| 25. | Наличие в ТП статистической информации | <i>25.1. содержит информацию</i> | 8 |
| | | <i>25.2. нет информации</i> | 12 |

| | | | |
|------------|--|---|---|
| | | <i>25.3. имеется ссылка на источник</i> | 2 |
| | | <i>25.4. ссылка на источник отсутствует</i> | 4 |
| 26. | Упоминания в ТП о видах деятельности трудовых мигрантов на территории РФ | <i>26.1. строительство, ремонт</i> | 1 |
| | | <i>26.2. торговля</i> | 4 |
| | | <i>26.3. транспорт</i> | 4 |
| | | <i>26.4. наука, образование</i> | 0 |
| | | <i>26.5. другие виды деятельности</i> | 12 |
| 27. | Упоминание в ТП о | <i>27.1. реальные мигрантские истории и судьбы</i> | 15 |
| | | <i>27.2. проблемы мигрантов</i> | 18 |
| | | <i>27.3. дружба, добрососедство</i> | 1 |
| | | <i>27.4. о пользе мигрантов</i> | 4 |
| | | <i>27.5. негативная информация</i> | 17 |
| 28. | Наличие в ТП примера успешной адаптации мигранта в принимающий социум | <i>28.1. есть пример</i> | 1 |
| | | <i>28.2. нет примера</i> | 22 |
| 29. | Упоминание о проблемах мигрантов | <i>29.1. учеба</i> | 0 |
| | | <i>29.2. условия быта</i> | 11 |
| | | <i>29.3. трудоустройство</i> | 17 |
| | | <i>29.4. отношения с местными жителями</i> | 7 |
| | | <i>29.5. материальное положение</i> | 10 |
| 30. | Упоминание в ТП о влиянии мигрантов, приехавших на постоянное место жительства, на социально-экономическую обстановку в РФ | <i>30.1. позитивное влияние</i> | 0 |
| | | <i>30.2. никакого влияния</i> | 1 |
| | | <i>30.3. позитивное влияние с отдельными элементами негативного</i> | 2 |
| | | <i>30.4. негативное влияние</i> | 17 |
| 31. | Наличие в ТП информации способной оказать правовую помощь мигрантам: консультацию, анализ конкретной ситуации опытным юристом | <i>31.1. есть информация</i> | 0 |
| | | <i>31.2. нет информации</i> | 23 |
| 32. | Слова и словосочетания, прозвучавшие в ТП: Украина \ Белоруссия \ Латвия \ Эстония \ Молдавия \ Литва \ Казахстан \ Корея \ Китай \ | | Украина, Белоруссия, Молдавия, Россия, Казахстан, Вьетнам,, Венгрия, Китай, Киргизия, Латвия, Литва, Корея. |

| | | | |
|-----|---|-----------------------|---|
| | Россия \ и все их производные | | |
| 33. | Слова и словосочетания, прозвучавшие в ТП: Таджикистан \ Армения \ Азербайджан \ Грузия \ Узбекистан \ Чечня \ и все их производные | | Таджикистан, Узбекистан, Азербайджан. |
| 34. | Наличие в ТП информации с реальными примерами «замещения мигрантами рабочих мест принимающей стороны» | 34.1. есть информация | 0 |
| | | 34.2. нет информации | 23 |
| 35. | Слова и словосочетания, прозвучавшие в ТП: спецслужбы \ силовики \ ФСБ \ МВД \ рейды \ милиция \ ФМС \ ОМОН \ суд \ постановление \ депортация \ и все их производные | | МВД, ФМС, суд, УВД, выдворение, УБЭП, депортация, ФСКН, милиция, постановление, рейды. |
| 36. | Слова и словосочетания, прозвучавшие в ТП: власть \ законодательство \ права человека \ чиновники \ коррупция \ бюрократия \ и все их производные | | законодательство, коррупция, власть, чиновники, бюрократия |
| 37. | Слова и словосочетания, прозвучавшие в ТП: мигранты \ гастарбайтеры \ агрессия \ рабский труд \ вынужденные переселенцы \ трудовые мигранты \ нелегалы \ квота \ дешевая рабочая сила \ санитарные нормы \ рабочие места \ вакансии \ замещение рабочих мест \ торговля \ строительство \ рынки \ неквалифицированный труд \ безработица \ работодатели \ миграционная политика \ кризис \ и все их производные | | мигранты, санитарные нормы, нелегалы, трудовая миграция, квота, рынок труда, экономический кризис, рабочие места, иностранцы, трудовые мигранты, миграция, работодатели, гастарбайтеры, вынужденные переселенцы, вакансии, замещение рабочих мест, строительство, неквалифицированный труд, деньги, безработица, миграционная политика, рабочая сила. |
| 38. | Слова и словосочетания, прозвучавшие в ТП: толерантность \ адаптация \ | | доход, уровень жизни, безразличие, семья, дети, медицина, |

| | | | |
|-----|--|--|---|
| | социальные службы \ помощь \ сочувствие \ безразличие \ семья \ дети \ доход \ уровень жизни \ медицина \ и все их производные | | адаптация, социальные службы, помощь |
| 39. | Упоминание в ТП о фактах проявления инициативы со стороны государственных и муниципальных органов в решении проблем мигрантов. Создание более благоприятных условий жизни мигрантов в условиях кризиса | 39.1. Да | 5 |
| | | 39.2. Нет | 18 |
| 40. | Варианты и способы подачи телевизионного материала телезрителю | 40.1 подборка неординарных фактов (как сенсация) | 8 |
| | | 40.2 новизна фактов | 0 |
| | | 40.3 применение оценочно окрашенных высказываний | 11 |
| | | 40.4 в деловой конструктивной форме | 12 |
| | | 40.5 подача с нейтральной позиции | 3 |

Краткая характеристика проблемной ситуации и тематического содержания телевизионной передачи:

Телеканал «Россия 1», тележурнал «Мусульмане», 14 мая 2010 года, продолжительность 12.57 минут. В передаче демонстрировались фрагменты фильма Елены Тагировой «Дагестан. От прошлого к настоящему» о традициях и культуре народа Дагестана.

Следует отметить, что данная передача кардинально отличается от предыдущих позитивной направленностью на интеграцию, толерантность, и положительное восприятие телеаудиторией.

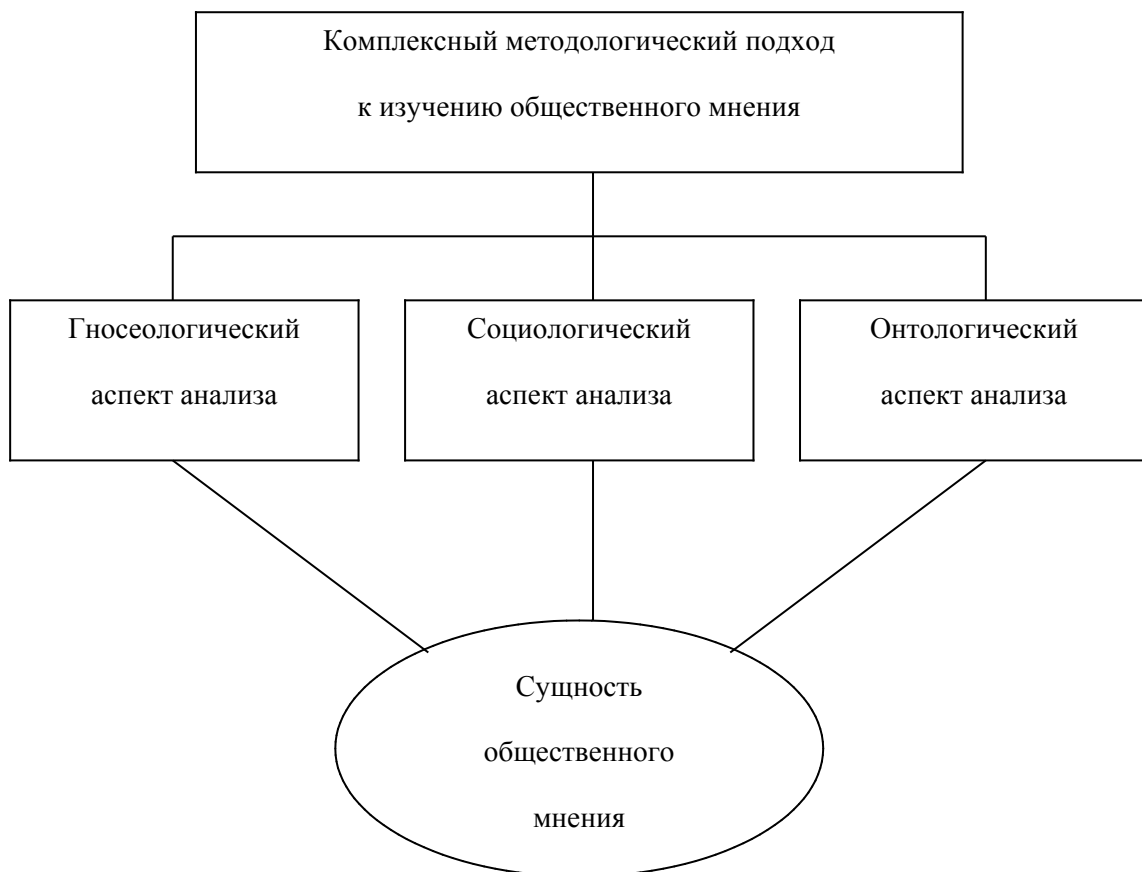
Полноценное использование в работе тележурналистов подобных передач, может помочь дискредитированному, стигматизированному телевидением, образу мигранта, обрести позитивный смысл.

Видеоряд сюжетов этого фильма выстроен красочно и грамотно, ракурсы и точки съемок разнообразны и впечатляющи. Ассоциативный ряд, дающий подобное изображение и упоминание в тексте позитивных и ключевых точек человеческой деятельности рождает в сознании зрителя скрытые стимулы, которые направляют сознание к определенным ассоциативным связям положительной динамики, усиливает эмоциональное воздействие на него и предоставляет простор для воображения и запоминания тех толерантных установок по отношению к героям фильма.

К сожалению, на телеэкране такие материалы появляются редко, но крайне необходимы.

Приложение 3.

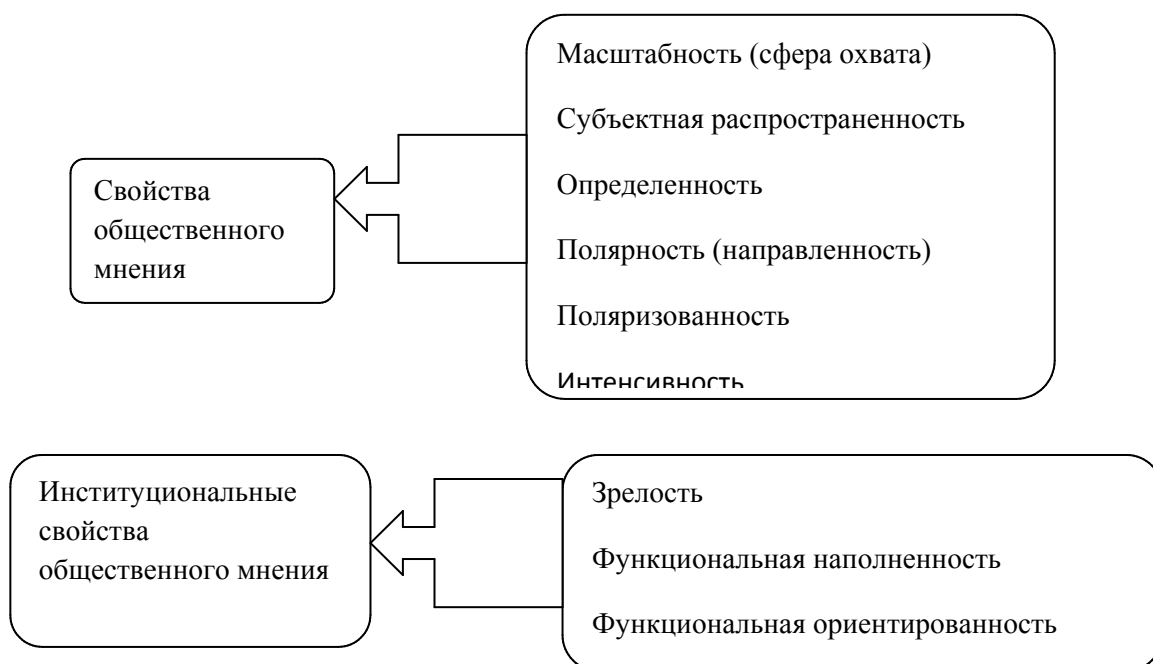
Общеметодологическая познавательная схема



Линейная структурная схема

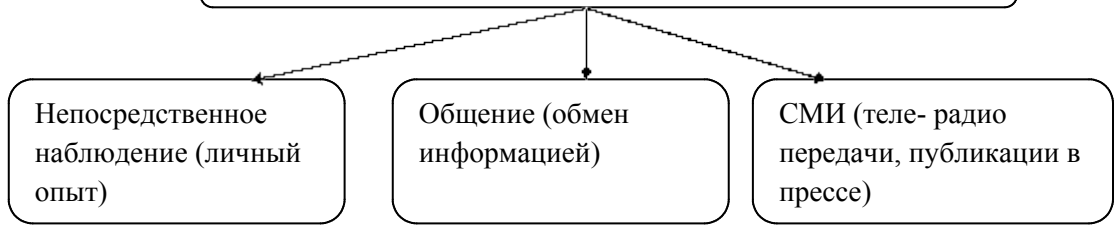


Свойства общественного мнения

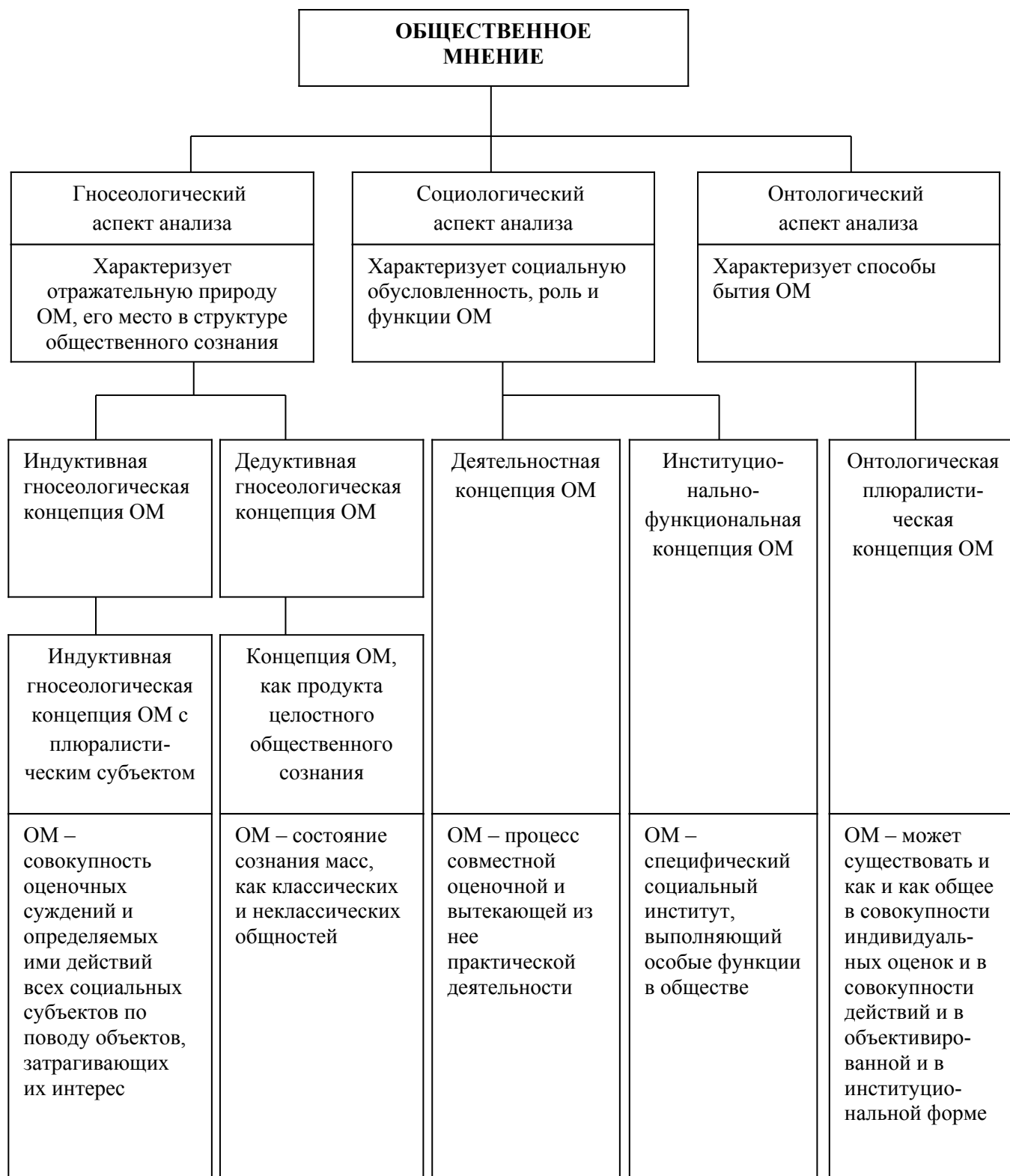


Источники формирования общественного мнения

Источники формирования общественного мнения



Базовая операциональная схема подходов к сущности общественного мнения



Подходы к этапам формирования общественного мнения*

| Этапы | Уледов А.К. | Титаренко Л.Г. | Ганчев Д. | Горшков М.К. | Коробейников В.С. |
|----------------|--|---|--|--|--|
| Первый этап | Возникновение чувств, представлений в сфере индивидуального сознания (непосредственное переживание события, рассуждение о нем, его оценка). | Зарождение индивидуальных мнений. | Опосредованное или не опосредованное восприятие информации о событиях (возникновение чувств). | Стадия зарождения. Признаки: массовый интерес к объекту исследования, официальным и неофициальным источникам информации, ее накопление, переработка, усвоение – и как следствие появление индивидуальных оценочно – ценностных суждений, стремление сделать их предметом гласности. | Знакомство с проблемой на уровне общей информативности (возникновение чувств, представлений). |
| Второй этап | Становление мнения (обмен между людьми своими чувствами, представлениями, взглядами, оценками). | Обмен мнениями. | Индивидуальное осмысление полученной информации (ее восприятие, оценка на основе собственного опыта, интересов и конкретных условий, формирующих личное мнение). | Формирование общественного мнения. Организованный или спонтанный обмен мнениями, кристаллизация доминирующего мнения, его активность, масштабность и уверенность масс в его непогрешимости. | Столкновение мнений, “обработка” одних мнений другими. Обмен информацией, обсуждение проблемы. |
| Третий этап | Формирование единого мнения в процессе дискуссии. Объединение мнений вокруг одного. | Кристаллизация общей точки зрения из множества мнений. | Процесс дискуссии. Обсуждение, обмен, оценки и отношение к проблеме, борьба между индивидуальными мнениями. | Стадия функционирования общественного мнения. Об этом можно судить по позиции большинства. | Распространение сложившегося “типизированного” мнения. С помощью СМИ. |
| Четвертый этап | | Объективизация мнения. Переход к практическому состоянию. | Кристаллизация и формирование единого мнения. Группировка вокруг принципиальных проблем. | | Воздействие общественного мнения на поведение людей, социальную практику. |
| Пятый этап | | | Проявление и функционирование сформированного ОМ. | | |

(*Источник: Макарова, М. Н. Лекции по социологии общественного мнения.[Электронный ресурс]
режим доступа: <http://www.fsf.udsu.ru/stud/kurs/mnm/som/metod.doc>).

Генеральная схема объяснительных подходов

