

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сердитова Наталья Евгеньевна
Должность: проректор по образовательной деятельности
Дата подписания: 29.08.2025 12:32:55
Уникальный программный ключ:
6cb002877b2a1ea640fdeb00cc541e4e05322d15

УП: 39.04.01
Социология 2025.plx

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



23 апреля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

Электоральная социология

Закреплена за кафедрой:	Социологии
Направление подготовки:	39.04.01 Социология
Направленность (профиль):	Социология региона
Квалификация:	Магистр
Форма обучения:	очная
Семестр:	3

Программу составил(и):

д-р филос. наук, зав. кафедрой, Михайлов Валерий Алексеевич

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля):

Главной целью учебного курса «Электоральная социология» является углубленное изучение и освоение студентами теоретико-методологического инструментария, применяемого в современных социологических исследованиях политической жизни и электорального поведения, умение использовать социологические способы исследования применительно к проблематике курса.

Задачи :

Основные задачи курса:

- раскрыть историю изучения электорального поведения, особенности теоретико-методологических основ и методического инструментария в данной области социологического знания;
- представить основные подходы к анализу электоральных процессов в регионе;
- привить навыки социологических способов исследования поведения электората.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ОП: Б1.О

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Современные методы социологических исследований

Современные социологические теории

Социально-политические процессы в регионе

Мониторинг региональных проблем

Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Управление проектами в профессиональной деятельности

Социология управленческой деятельности в регионе

Преддипломная практика

Научно-исследовательская работа

Анализ социологических данных

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану	72
в том числе:	
самостоятельная работа	12

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ОПК-2.3: Анализирует и развивает новые методы исследования применительно к задачам социологического исследования

ОПК-2.5: Разрабатывает стратегию управления социологическим исследованием

5. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

Виды контроля в семестрах:	
зачеты	3

6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Сем.	Часов	Примечание
	Раздел 1. Раздел 1				
1.1	Электоральная социология: предмет, методы, основные категории	Лек	3	2	
1.2	Выборы как объект социологического исследования	Лек	3	2	
1.3	Электорат и электоральное поведение	Лек	3	2	
1.4	Субъекты электорального процесса	Лек	3	2	
1.5	Социологическое обеспечение избирательной кампании: основные этапы и их особенности	Лек	3	4	
1.6	Качественные методы электоральной социологии	Лек	3	2	
1.7	Количественные методы электоральной социологии	Лек	3	2	
1.8	Прогнозирование поведения электората и итогов выборов	Лек	3	2	
1.9	Региональный электоральный процесс: социологический подход	Лек	3	4	
1.10	Политическая реклама в электоральных исследованиях	Лек	3	2	
1.11	Политический имидж в электоральных исследованиях	Лек	3	2	
1.12	Электоральная социология: предмет, методы, основные категории	Пр	3	2	
1.13	Выборы как объект социологического исследования	Пр	3	2	
1.14	Электорат и электоральное поведение	Пр	3	2	
1.15	Субъекты электорального процесса	Пр	3	2	
1.16	Социологическое обеспечение избирательной кампании: основные этапы и их особенности	Пр	3	4	
1.17	Качественные методы электоральной социологии	Пр	3	2	
1.18	Количественные методы электоральной социологии	Пр	3	2	
1.19	Прогнозирование поведения электората и итогов выборов	Пр	3	2	
1.20	Региональный электоральный процесс: социологический подход	Пр	3	4	

1.21	Политическая реклама в электоральных исследованиях	Пр	3	2	
1.22	Политический имидж в электоральных исследованиях	Пр	3	2	
1.23		Ср	3	12	

Образовательные технологии

- Самостоятельная работа студентов:
- подготовка к аудиторным занятиям (лекциям, практическим занятиям и др.) и выполнение соответствующих заданий;
 - самостоятельная работа над отдельными темами учебных дисциплин в соответствии с тематическими планами;
 - систематизация и анализ научной и учебной литературы;
 - подготовка ко всем видам контрольных испытаний, в том числе зачетам и экзаменам;
 - участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах и др.
- КСР включает следующие виды:
- устный опрос;
 - тестирование;
 - контрольная работа;
 - практикум по учебной дисциплине с использованием программного обеспечения;
 - написание реферата (эссе) по заданной проблеме;
 - анализ материалов по заданной теме, составление схем и моделей и проч.
- Самостоятельная работа, в том числе контроль
- индивидуальные консультации по ходу выполнения самостоятельных заданий;
 - подготовка презентаций;
 - контроль и оценка результатов индивидуальных заданий;
 - участие в научных студенческих конференциях и семинарах (оттиски тезисов, статей; сертификаты и проч.);
 - поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
 - аналитический разбор научной публикации и др.

Список образовательных технологий

1	Дискуссионные технологии (форум, симпозиум, дебаты, аквариумная дискуссия, панельная дискуссия, круглый стол, фасилитированная и т.д.)
2	Технологии развития критического мышления
3	Активное слушание
4	Метод case-study

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

- Контрольные вопросы и проблемные занятия
1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.
 2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса.
 3. Составьте словарь основных понятий терминов по данной теме курса.
 4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.
 5. В одном из диссертационных исследований выделяются следующие особенности электорального поведения российских граждан в современный период: политическая

фрустрация и абсентеизм; перспективное голосование; отсутствие или нестабильность политических предпочтений; негативная партийная идентификация; возрастание роли краткосрочных факторов (особенности избирательной кампании, имидж кандидата, каналов и содержания политической коммуникации); повышенный уровень электорального конформизма; персонификация власти (ориентация на поддержку лидера, а не партии и идеологии); бинарные политические установки; радикализация политических предпочтений. Дайте комментарий, сформулируйте замечания и развернутые предложения.

6. Дайте свою интерпретацию приведенным ниже данным.

7. С опорой на следующую схему ответа охарактеризуйте выборы как форму политического участия. К действиям, составляющим участие, эти авторы относят: голосование, участие в демонстрациях, митингах, пикетах и т.п., внесение денежных взносов, написание писем, петиций, вступление в личные контакты с политиками и должностными лицами, членство в различных организациях, выдвижение гражданских инициатив на местном уровне и др. Политическое участие рассматривается как влияние на процесс принятия политических решений, с одной стороны, а с другой – как воздействие на характер и ход реализации тех практических программ, которые принимаются органами государственного управления (по предотвращению распространения преступности, по соблюдению стандартов экологической безопасности и др.).

8. С опорой на следующий алгоритм представьте этапы исследования «Электоральное поведение населения г. Твери (Кувшиново, Осташкова и др.)».

1. Подготовьте доклад на семинарское занятие, используя следующий план.

Наследие западной социологической и политической мысли в изучении электорального поведения. Основные теоретические подходы к изучению электорального поведения: «Социологический подход» (П. Лазерсфельд, Липсет, Роккан), «Социально-психологический подход» (Э. Кэмпбелл и др.), «Рационально-инструментальный подход» (Э. Даунс, М. Фиорина и др.), «Коммуникационный подход». Ограничения возможностей применения каждого из подходов. Возможности методологического синтеза. Возможности применения западной методологии электорального поведения в российских условиях. Попытки применения западной методологии электорального поведения в России в период 1991-2001 гг. Возможности и ограничения западной методологии электорального поведения в России. Разработки специфических подходов. Возможности методологического синтеза. Специфика российских теоретических исследований в области изучения электорального поведения.

10. Дайте свой комментарий следующей типологизации электорального поведения российских граждан.

ТИПЫ И ДЕТЕРМИНАЦИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Типы электорального поведения Отношение к выборам Цель электорального поведения Факторы, «включающие» электоральное поведение Механизмы, реализующие электоральное поведение

Воспринимаемые стимулы

Нормативное

Пассивное

1. соблюдения нормы поведения

2. избежать дискомфорта

1. конформизм

2. давление норм и «отца», «доминанта»

3. страх

1. рефлекс субдоминирования

2. рефлекс следования

1. уговоры, увещания

2. призывы

3. приказы, повеления

4. устрашения

Рациональное

Активное Повлиять на социальную ситуацию Структура ценностей,

идеология, убеждения 1. информация о ситуации

2. оценка ситуации, вывод о необходимости её изменения

3. убеждения в возможности повлиять на ситуацию

4. убеждения в необходимости повлиять на неё 1. информация о ситуации

2. экспертные оценки, выводы о необходимости изменения ситуации

3. внушения:

а) «на ситуацию можно влиять»

б) «на ситуацию нужно влиять»

4. призывы повлиять на ситуацию

11. Дайте свой комментарий следующему материалу.

Как Вам кажется, в какой мере можно доверять результатам парламентских выборов?

Вариант ответа Декабрь, 2007 г. Декабрь, 2011г.

Думаю, что результаты выборов достоверны, соответствуют волеизъявлению избирателей 45 24

Какие-то подтасовки на местах, возможно, были, но они не повлияли на результаты голосования в целом по стране 29 35

Думаю, что результатам выборов доверять не следует 12 29

Затрудняюсь ответить 13 13

Представленные данные свидетельствуют о практически двукратном сокращении группы респондентов, уверенных в честности прошедших госдумовских выборов: с 45% в декабре 2007 г. до 24% декабре 2011 г. Одновременно почти в 2,5 раза увеличилась группа россиян, заявивших о недоверии выборам. В результате предпринятых усилий по изменению отношения населения к выборам президента группа признающих честность выборов увеличилась до 44%, не достигнув, однако, уровня марта 2008 г. (53%).

Как Вам кажется, в какой мере можно доверять результатам выборов Президента РФ?

Март, 2008 Февраль, 2012 Март, 2012

Думаю, что результаты выборов достоверны, соответствуют волеизъявлению избирателей 53 31 44

Какие-то подтасовки на местах, возможно, были, но они не повлияли на результаты голосования в целом по стране 28 44 34

Думаю, что результатам выборов доверять не следует 10 18 14

Затрудняюсь ответить 9 7 8

12. Используя следующий материал, подготовьте доклад на семинарское занятие.

Значимость бихевиористского подхода заключается в том, что он дает возможность в качестве базовых детерминант электорального поведения позиционировать систему поведенческих стимулов, связанных с особенностями самоидентификации политических акторов. Деятельностный подход позволяет рассмотреть в качестве определяющих мотивов политического выбора социально-политические связи и внешние условия, в которых реализуются политическая активность и электоральные стратегии избирателей. Применение психоаналитического подхода является действенным инструментарием для выявления неосознанных мотивов электорального поведения, связанных с содержанием подсознания и индивидуального и коллективного бессознательного. Интегративный подход к исследованию мотивации электорального поведения в различных социополитических системах позволяет сделать следующие выводы. Среди преобладающих мотивов политического выбора в закрытых политических системах можно выделить: возрастание роли традиций в политическом самоопределении; персонификация власти и эмоционально окрашенный электоральный выбор; ретроспективные оценки деятельности партий; «привычное голосование»; солидарность с референтной группой; повышенный уровень электорального конформизма; политическая фрустрация, отчуждение от политики и абсентеизм. К доминирующим мотивам электорального поведения в открытых политических системах можно отнести: преобладание рационального выбора; перспективное и эгоцентрическое голосование; «диффузная поддержка» политического режима; относительная стабильность политических предпочтений; устойчивая идеологическая и партийная идентификация.

Тест

1. Правильно ли сформулирован предмет исследования: «Жители города Твери электорального возраста».
 - а) да
 - б) нет
 2. Абсентеизм – это:
 - а) отказ от политического участия
 - б) отказ от голосования
 3. Больше всего интересуются политикой россияне с ... образованием:
 - а) высшим
 - б) средним
 - в) начальным
 4. Большинство россиян участвуют в выборах:
 - а) чтобы исполнить гражданский долг
 - б) чтобы изменить действительность
 - в) чтобы не попасть в тюрьму за абсентеизм
 5. В 1993 г. сторонники ЛДПР в 2-4 раза чаще других отвечали при опросе, что изменили их первоначальные намерения относительно голосования:
 - а) да
 - б) нет
 6. Утверждение, что голосование является инструментом демонстрации избирателями своей политической идентификации, длительного чувства преданности, которые избиратели испытывают к отдельным политическим партиям, принадлежит представителям модели:
 - а) социально-психологическая модель электорального поведения
 - б) социологическая модель электорального поведения
 - в) модель рационального выбора
 7. Монография «Американский избиратель», в которой дается анализ президентских выборов в США 1952 и 1956 гг., принадлежит представителям модели:
 - а) социально-психологическая модель электорального поведения
 - б) социологическая модель электорального поведения
 - в) модель рационального выбора
 8. Модель, в которой основополагающей детерминантой электорального поведения выступает поток политической информации, это:
 - а) социально-психологическая модель электорального поведения
 - б) коммуникативно-эмоциональная модель электорального поведения
 - в) модель рационального выбора
 9. Изменение в численности и удельном весе голосов, отданных партиям и кандидатам на выборах, по сравнению с предшествующими выборами, а также изменение в численности и удельном весе (по отношению к зарегистрированным избирателям) абсентеистов (избирателей, не принявших участие в голосовании) и опустивших незаполненные или неправильно заполненные бюллетени:
 - а) электоральное поведение
 - б) политическое поведение
 - в) политический процесс
 10. Совокупность внутренних установок, ценностных ориентаций, знаний, умений и навыков электорального поведения граждан, выражающих их отношение к избирательному процессу, а также деятельность по их реализации:
 - а) электоральная культура
 - б) избирательная культура
 - в) политическая культура.
- Тест
1. Впервые в социологическую науку понятие «социальное действие» ввел и обосновал:
 - а) К. Маркс
 - б) Ф. Энгельс
 - в) М. Вебер

2. Центр изучения общественного мнения России называется:
 - а) ЦИОМ
 - б) ВЦИОМ
 - в) ЦИОМР
3. Эмпирические данные показывают, что чем выше уровень образования, тем интерес к ходу избирательной кампании:
 - а) верное утверждение
 - б) неверное утверждение
4. Большой вклад в исследования политической культуры различных стран осуществили:
 - а) К. Маркс
 - б) Г. Алмонд
 - в) М. Вебер
 - г) С. Верба
5. Объектом политической социологии является:
 - а) экономическая сфера жизни общества
 - б) этические нормы общества
 - в) гражданское общество
 - г) правовое государство
6. Предметом электоральной социологии является:
 - а) политическое сознание и поведение личности
 - б) политическое сознание и поведение различных социальных групп
 - в) поведение электората
7. 2-томный труд «Демократия и политические партии» принадлежит русскому исследователю:
 - а) М.Я. Острогорскому
 - б) П.Н. Милюкову
 - в) М.М. Ковалевскому
 - г) Г.В. Плеханову
8. Формы непосредственной демократии:
 - а) парламент
 - б) выборы
 - в) референдум
 - г) правительство
9. Форма прямого волеизъявления граждан РФ по наиболее важным вопросам государственного и местного значения в целях принятия решений, осуществляемого посредством голосования граждан РФ:
 - а) референдум
 - б) выборы
 - в) голосование
10. Ситуация, при которой незадолго до выборов резко меняются электоральные ориентации части избирателей:
 - а) «Сдвиг последней минуты»
 - б) «Спираль молчания»
 - в) «Железнодорожный тест».

Тест

1. Выборы одного или нескольких депутатов представительного органа взамен выбывших депутатов:
 - а) досрочные
 - б) альтернативные
 - в) дополнительные
2. Деятельность по подготовке и проведению выборов:
 - а) агитационная кампания
 - б) избирательный процесс
 - в) регистрационный процесс

3. Избирательный округ, включающий в себя всю территорию, на которой проходят выборы:
- а) единый
 - б) одномандатный
 - в) многомандатный
4. Коллегиальный орган, формируемый в порядке и сроки, которые установлены законом, организующий и обеспечивающий подготовку и проведение выборов:
- а) Центральная избирательная комиссия
 - б) региональное отделение политической партии
 - в) избирательная комиссия
5. Форма прямого волеизъявления граждан РФ по досрочному прекращению полномочий депутата, выборного должностного лица, осуществляемого на основе специально назначенного голосования:
- а) досрочные выборы
 - б) дополнительные выборы
 - в) отзыв.
6. Территория, образованная в соответствии с законом, от которой непосредственно гражданами избираются депутат (депутаты) или выборное должностное лицо:
- а) избирательный участок
 - б) муниципальный округ
 - в) избирательный округ
7. Общественное объединение, имеющее право принимать участие в выборах в органы государственной власти или органы местного самоуправления, выдвигать кандидатов (списки кандидатов):
- а) политическая партия
 - б) избирательное объединение
 - в) партийная коалиция
8. Ряд последовательных количественных голосований по каждому из вариантов для определения их предпочтительности с объявлением результатов голосования по каждому голосованию только по окончании голосования по всем вопросам:
- а) альтернативное голосование
 - б) дополнительные выборы
 - в) рейтинговое голосование
9. Избирательная система, при которой выборы проводятся по одномандатным и (или) многомандатным округам, а результаты выборов определяются по большинству голосов, поданных за кандидата (кандидатов):
- а) система абсолютного большинства
 - б) мажоритарная система
 - в) кумулятивный вотум.
10. Форма правления, когда решения принимаются от имени народа избранными им представителями органов власти Государственная Дума, Парламент т.д., - это:
- а) демократия представительная
 - б) демократия прямая
 - в) демократия смешанная.

Тест

1. К функциям политических партий в демократическом обществе относится:
- а) разработка и принятие законов
 - б) предложение программ развития общества
 - в) управление предприятиями
 - г) осуществление судопроизводства.
2. Государственные меры для обеспечения равных возможностей для всех участвующих:
- а) финансирование предвыборной кампании
 - б) организация предвыборных дискуссий
 - в) невмешательство госаппарата в ход выборов

3. Избирательный процесс включает в себя:

- а) мероприятия по подготовке выборов
- б) проведение предвыборной кампании, процедуру голосования
- в) подсчет голосов
- г) подведение итогов выборов и объявление результатов.

4. Предвыборной агитацией признаются: 1) призывы голосовать за федеральный список кандидатов или против него, за кандидата (кандидатов) или против него (них); 2) выражение предпочтения какому-либо кандидату, избирательному объединению, в частности указание на то, за какого кандидата, за какой список кандидатов, за какое избирательное объединение будет голосовать избиратель (за исключением случая опубликования (обнародования) результатов опроса общественного мнения); 3) описание возможных последствий допуска того или иного федерального списка кандидатов к распределению депутатских мандатов; 4) распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), избирательном объединении в сочетании с позитивными либо негативными комментариями; 5) распространение информации о деятельности кандидатов, не связанной с их профессиональной деятельностью или исполнением ими своих служебных (должностных) обязанностей; 6) деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к политической партии, кандидату, избирательному объединению, выдвинувшему кандидата, федеральный список кандидатов.

- а) верно 1-3
- б) верно 3-6
- в) верно все.

5. Единственным видом общественного объединения, которое обладает правом самостоятельно выдвигать кандидатов (списки кандидатов) в депутаты и на иные выборные должности в органах государственной власти, является:

- а) политическая партия
- б) блок партий
- в) НКО

6. ... вправе участвовать в выборах и референдумах самостоятельно, а также вступать в избирательные блоки с другими политическими партиями, иными общероссийскими общественными организациями и общероссийскими общественными движениями в порядке, установленном избирательным законодательством:

- а) политическая партия
- б) блок партий
- в) НКО

7. Книгу «Влияние избирательных систем на политическую жизнь» написал:

- а) М. Дюверже
- б) М. Вебер
- в) Т. Парсонс

8. Добровольное объединение граждан Российской Федерации, созданное с целью участия в политической жизни общества посредством формирования и выражения политической воли граждан, участия в общественных и политических акциях, в выборах и референдумах, а также в целях представления интересов граждан в органах государственной власти и органах местного самоуправления:

- а) политическая партия
- б) блок партий
- в) НКО

9. Организация и проведение праймериз является обязательной процедурой избирательного процесса в России:

- а) да
- б) нет

10. Три главных принципа республика (Res Publica - общее дело), народ, свобода признает партия:

- а) РПР – ПАРНАС
- б) Единая Россия
- в) Правое дело.

Тест

1. Подразделение методов социологических исследований на качественные и количественные базируется на разнице:
 - а) стратегий исследования;
 - б) предмета исследования;
 - в) методов исследования.
2. Количественные методы направлены на:
 - а) измерение социального явления;
 - б) понимание смысла происходящего;
 - в) измерение и понимание.
3. Качественные методы направлены на:
 - а) на понимание смысла происходящего;
 - б) измерение социального явления;
 - в) измерение и понимание.
4. Кратковременное испытание, с помощью которого измеряется уровень развития или степень выраженности некоторых характеристик исследуемого объекта (человека, группы людей) – это:
 - а) тест;
 - б) эксперимент;
 - в) опрос.
5. В качественных исследованиях анализ производится путем выделения тем или обобщения идей из собранных свидетельств: организация данных нацелена на получение целостной картины:
 - а) да;
 - б) нет.
6. Избирательная система, при которой голосование осуществляется по партийным спискам и распределение депутатских мест между партиями строго пропорционально числу голосов, называется:
 - а) мажоритарная
 - б) пропорциональная
 - в) смешанная
 - г) партийная
7. Изучение представлений избирателей о качествах идеального кандидата и выбор наиболее восприимчивой к базовым имиджевым характеристикам кандидата электоральной группы:
 - а) исследование имиджа
 - б) исследование бренда
 - в) исследование торговой марки
8. Можно выделить два типа электоральной культуры:
 - а) традиционно-нормативный
 - б) рационально-нормативный
 - в) рациональный
 - г) традиционный
 - д) нормативный
9. Совокупность основных приемов и способов сбора, обработки и анализа эмпирических данных – это:
 - а) процедура прикладного соц. исследования
 - б) техника прикладного соц. исследования
 - в) методика прикладного соц. исследования
 - г) метод прикладного соц. исследования
10. Дана гипотеза: «Избиратель, испытывающий экономические трудности, с большей вероятностью будет голосовать против кандидата, состоящего в той же партии, что и находящийся у власти президент». Что в этой гипотезе выступает в качестве зависимой переменной?
 -) уровень экономических затруднений
 -) правящая партия

- 三) характер голосования
- 四) явка на выборы.

8.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации:

1. Планируемый образовательный результат – ОПК-2 - Способен проводить фундаментальные и прикладные социологические исследования и представлять их результаты;

ОПК-2.3 - Анализирует и развивает новые методы исследования применительно к задачам социологического исследования:

– задание: Сделайте тематический анализ публикаций, посвященных новым методам электоральных исследований, помещенных в профильных журналах (за 1-10 лет). Сделайте соответствующий обзор на семинарском занятии;

– вид и способ проведения промежуточной аттестации: творческое задание;

– способ проведения: письменный / устный.

ОПК-2.5 - Разрабатывает стратегию управления социологическим исследованием:

– задание: Раскройте содержание, место и роль технического задания при осуществлении социологического исследования по проблематике электоральных исследований;

– вид и способ проведения промежуточной аттестации: творческое задание;

– способ проведения: письменный / устный.

Планируемый образовательный результат – ОПК-3 – Способен прогнозировать социальные явления и процессы, выявлять социально значимые проблемы и выработать пути их решения на основе использования научных теорий, концепций, подходов и социальных технологий

Оценки «зачет» заслуживает студент, обнаруживший, как минимум, знание основного программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой.

Оценка «незачет» выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по программе, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не выполнившего отдельные задания, предусмотренные формами текущего и межсеместрового контроля.

8.3. Требования к рейтинг-контролю

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекомендуемая литература

Основная

Шифр	Литература
Л.1.1	Евгеньева, Володенков, Гаман-Голутвина, Гуторов, Зверев, Малинова, Селезнева, Семененко, Соловьев, Политическая социология в 2 ч. Часть 2, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-06017-1, URL: https://urait.ru/bcode/539657

Л.1.2	Тощенко, Левичева, Великая, Образцов, Чупров, Бойков, Дмитриев, Охотский, Горшков, Павленок, Цветкова, Каримова, Вдовиченко, Козырев, Зубок, Ирсетская, Романовский, Полякова, Политическая социология, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-15907-3, URL: https://urait.ru/bcode/535715
Л.1.3	Евгеньева, Володенков, Гаман-Голутвина, Гуторов, Зверев, Малинова, Палитай, Селезнева, Семененко, Синяков, Соловьев, Титов, Штукина, Воронова, Политическая социология в 2 ч. Часть 1, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-06016-4, URL: https://urait.ru/bcode/539633

Дополнительная

Шифр	Литература
Л.2.1	Гаджиев, Политическая социология, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-9916-9786-6, URL: https://urait.ru/bcode/537027
Л.2.2	, Политическая социология, Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2021, ISBN: 978-5-288-06158-5, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=395370

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Методы исследования электоральной карты России: http://whoweregain.ucoz.ru/news/4_3_metody_issledovaniya_ehlektoralnoj_karty_ross/2013-07-23-155
Э2	Михайлов В.А., Михайлов С.В. Электоральная социология: Учебное пособие. Часть 1. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2014. - 304 с. : http://eprints.tversu.ru/information.html
Э3	Михайлов В.А., Михайлов С.В. Электоральная социология: Учебное пособие. Часть 2. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2014. - 304 с. : http://eprints.tversu.ru/information.htm
Э4	Электоральные социологические исследования: http://elib.bsu.by/bitstream

Перечень программного обеспечения

1	Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows
2	Adobe Acrobat Reader
3	Google Chrome
4	WinDjView
5	1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.
6	IBM SPSS Statistics 22
7	IBM SPSS Amos 19

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1	Репозиторий ТвГУ
2	ЭБС ТвГУ
3	ЭБС «Лань»
4	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5	ЭБС «ЮРАИТ»
6	ЭБС «ZNANIUM.COM»

7	СПС "КонсультантПлюс"
8	СПС "ГАРАНТ"

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудит-я	Оборудование
Б-239	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, проектор
Б-240	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, проектор

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Практические занятия

Тема 1 Электоральная социология:

предмет, методы, основные категории

План

1.Электоральная социология: краткая история становления и современное состояние.

2.Электоральная социология: предмет, основные направления исследований, главные категории.

3.Электоральная социология в системе подготовки магистра социологии.

Контрольные вопросы и проблемные занятия

1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.

2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса. Достаточно большое количество учебно-методического материала можно найти на специализированных веб-сайтах. Информационные ресурсы по политологии: Аналитические центры – сайты агентств, фондов, центров, которые занимаются политическим консалтингом, организацией избирательных кампаний, «раскруткой» политических деятелей и т.п. Исследовательские агентства – результаты социологических опросов, среди которых политическая тематика занимает заметное место, аналитические отчеты и другие тексты. Зарубежные ресурсы представлены сайтами исследовательских центров и университетских кафедр. Специальные журналы и Интернет-СМИ – обширный источник информации. Информационные сайты и базы данных – полнотекстовая Университетская информационная система «РОССИЯ», система «Соционет» и др. Библиотеки – в них представлены электронные полнотекстовые библиотеки каталоги публичных библиотек России, по которым легко найти необходимое издание. Государственные институты различных стран – органы государственной власти. Сайты политических партий и проч.

3. Составьте словарь основных понятий терминов по данной теме курса. Обсудите на семинарском занятии.

4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.

5. Изучите следующий материал, используйте его при подготовке к занятию (автор – А.М. Салмин). Электоральная социология – область социологии политической, полностью или частично охватывающая исследования механизма выборов, избирательных кампаний, голосования электората, поведения избирателей. Начала выделяться в особую социологическую дисциплину в 20-30-х гг. XX в., хотя отдельные работы, содержащие анализ выборов, появились раньше, с 60- 80-х гг. XIX в. (Э. Эннел в Германии, О. Фокарди в Италии, Н.В. Свяицкий в России и др.). По отношению к объекту исследования С.в. подразделяется на несколько сложившихся в разное время направлений: анализ ориентации и поведения национального корпуса избирателей (электората); исследование электоральных ориентации и поведения отдельных массовых социальных, демографических и этнических групп (рабочие, крестьяне, горожане, женщины, молодежь, негры в США, католики и т. д.); анализ поведения избирателей в ходе избирательной кампании в связи с факторами,

влияющими на их выбор; изучение влияния избирательных систем на партийно-политическую систему (находится на стыке с социологией права, тяготеет к последней); исследование корпуса избирателей определенной партии при изучении организаций и всех сторон деятельности данной партии. Некоторые аспекты выборов (механизм избирательных кампаний как таковых, механизм отбора и выдвижения кандидатов, связь избирательных систем с политическими культурами стран и др.) изучаются, как правило, вне основного русла С.в., главное направление которой можно определить как «социологию избирателей (электората)». В этом смысле следует говорить о неполной тождественности понятий «социология выборов» и «электоральная социология», употребляющихся обычно как синонимы. В то же время в тесной связи и даже переплетении с исследованием поведения электората и избирателей развивается изучение политических установок населения, не относящееся, строго говоря, к С.в. Первым направлением, конституировавшимся в качестве научной дисциплины, было исследование географического распределения голосов избирателей, проводившееся первоначально в русле так называемой внутренней политической географии, а затем преимущественно - политической социологии. Научность исследований такого рода возрастала по мере накопления данных избирательной, демографической, экономической и др. статистики, достижения уровня, позволившего перейти к «экологическому» анализу, долгое время господствующему в С.в. Экологический анализ ориентирован на выявление «экологических единиц», в пределах которых уникальное сочетание природных, экономических, социальных, исторических факторов обеспечивает относительную устойчивость специфического распределения электоральных ориентаций или объясняет характер их эволюции. Классическим примером экологического анализа принято считать опубликованную в 1913 г. работу французского географа, историка и социолога А. Зигфрида «Политическая картина Западной Франции в период III Республики». Сфера применения экологии, анализа в классическом виде сужалась по мере, с одной стороны, усиления социологии и географии, мобильности населения, а с другой - развития (с 20-х гг.) практики опросов общественного мнения. В 50-60-х гг. швейцарский социолог М. Доган предложил «комбинированный» метод анализа электората, в котором экологии, подход дополняется использованием данных опросов общественного мнения. Он сводится к выделению типичных - с точки зрения социально-экономического развития - «зон» (промышленных, аграрных, «смешанных»). На эту классификацию накладывается другая - по типу преобладающей для данной зоны политической и религиозной ориентации. В применении к каждой «зоне» выдвигается гипотеза о тенденции электорального поведения интересующей социальной группы (у М. Догана - промышленные рабочие), которая, в свою очередь, проверяется и уточняется данными опросов. Подход Догана представляет собой последовательную попытку использовать методы экологии, анализа в применении не к традиционному объекту исследования (сельская местность с «вкраплениями» городских центров), а к новому - индустриализированным и урбанизированным территориям - с целью выявить тенденции электорального поведения социальной группы. Совершенствование техники опросов, регулярное их проведение и снижение погрешностей приводит к разведению сложившихся подходов. Анализ электорального поведения социальных групп выделяется в самостоятельное, развитое направление, тесно связанное с социологией соц. групп (рабочих, крестьян, женщин, молодежи, католиков и др.). Активно исследуется влияние различных факторов (уровни образования, дохода, место жительства и т. д.) на электоральное поведение различных подгрупп в их составе. Усовершенствованные виды экологии, анализа используются чаще всего в качестве вспомогательного метода изучения сельского и городского электората (обычно - отдельной местности) в промышленно развитых странах, сохраняя свое значение для анализа выборов в странах «третьего мира», особенно - Востока. Традиционный же географии, анализ, с одной стороны, вытесняется в сферу социологии, публицистики (оперативный анализ динамики электората после выборов), а с другой - применяется для иллюстрации различий в поведении устойчивых субкультур общества (связанных, в частности, с разными формами организации семьи). Второе основное направление в С.в. предполагает анализ собственно избирательного поведения, а также факторов, воздействующих на него. При изучении выборов оно строится на бихевиористском методе. В данном случае этот метод позволяет ответить на вопрос, из каких элементов состоит

выбор голосующего, чем он обусловлен и как мотивируется. Первый опыт применения бихевиористских положений к анализу поведения избирателей относится к 1924 г. Американские исследователи Ч.Э. Мерриам и Г.Ф. Госнелл прибегли к интервьюированию избирателей (репрезентативность выборки была подвергнута впоследствии сомнению) с целью выяснения мотивов уклонения от участия в выборах (абсентизма). В 1928 г. С.Э. Райе использовал корреляционный анализ статистических рядов для выявления воздействия факторов общественной жизни на политическую ориентацию и электоральное поведение. Им же была описана техника панельных опросов избирателей. В 40-50-х гг. развитие этого направления связано в первую очередь с именами П.Лазарсфельда, Б. Берельсона и их сотрудников, с одной стороны, и с так называемой Чикагской школой (во главе с А. Кемпбеллом) - с другой. Группа Лазарсфельда-Берельсона, используя многократные панельные опросы избирателей «типичного» (по политической ориентации) округа, стремилась выяснить причины изменения избирателями своей ориентации в ходе президентской кампании, а также соотнести эту ориентацию с рядом соц. показателей. Особое внимание уделялось воздействию на избирателя средств массовой коммуникации и межличностного общения. Объектом исследований школы чикагской служила вся совокупность избирателей-горожан; внимание уделялось, прежде всего, их мотивации, а не внешним факторам. Основной упор делался на выявление взаимосвязи между сложившейся ориентацией и реально сделанным выбором. Авторы вводили понятие «опосредствующих переменных», к числу которых относились идентификация избирателей с определенной партией, ориентация на определенного кандидата и отношение его к ключевым вопросам политики. Комбинируя эти показатели, авторы стремились объяснить разрыв между «долгосрочной» реакцией на выборах под влиянием вмешивающихся событий. Работы группы Лазарсфельда-Берельсона и чикагской школы оказали огромное влияние на американскую и западноевропейскую С.в., определив лицо господствовавшего в 50-70-х гг. направления.

6. Домашнее задание для подготовки к коллективному обсуждению проблемы на семинарском занятии: подготовьте ряд докладов по тематике «Вклад ... в развитие электоральной социологии». Обсудите в ходе практического занятия.

7. Заполните следующую таблицу под названием «Разработка проблем электоральной социологии в трудах отечественных и зарубежных исследователей».

Проблематика Автор теории, модели, методики исследования Краткая характеристика

Тема 2

Выборы как объект социологического исследования

План

- 1.Выборы как социально-политический институт.
- 2.Избирательная система: понятие, виды, российские особенности.
- 3.Выборы как объект социологического исследования.

Тема 3

Электорат и электоральное поведение

План

1. Электорат как социально-политическое явление.
2. Электоральное поведение как объект социологических исследований.
3. Направления и методы исследований электорального поведения.

Тема 4

Субъекты электорального процесса

План

- 1.Участники избирательного процесса. Факторы поведения избирателей.
 - 2.Политические партии и выборы.
 - 3.Госаппарат и выборы. Избиркомы и выборы. СМИ и выборы.
- Контрольные вопросы и проблемные занятия
1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.

2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса.
3. Составьте словарь основных понятий терминов по данной теме курса.
4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.
5. Изучите следующий материал для выявления места и роли электоральных процессов в жизнедеятельности той или иной партии.

Тема 5

Социологическое обеспечение избирательной кампании:
основные этапы и их особенности

План

1. Социологическое обеспечение избирательной кампании: функции, этапы, способы.
2. Теоретико-методологические и методические основы социологического обеспечения избирательных кампаний.
3. Опыт социологического обеспечения избирательных кампаний.

Тема 6

Качественные методы электоральной социологии

План

1. Место и роль качественных исследований в электоральной социологии.
 2. Виды качественных исследований электоральной социологии.
 3. Опыт проведения качественных исследований в электоральной социологии.
- Контрольные вопросы и проблемные занятия
1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.
 - 2.2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса.
 3. Составьте словарь основных понятий терминов по данной теме курса.
 4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.
- 5.5. Изучите опыт применения различных качественных электоральных исследований. Сделайте соответствующий обзор на семинарском занятии их применения по следующим направлениям электоральных исследований.
6. Изучение профиля и предпочтения избирателей: выявление ценностей, убеждений, потребностей избирателей, актуальных для них социально-экономических и политических проблем. Сегментирование электората. Выявление индивидуальных рычагов воздействия на конкретные сегменты. Выявление лидеров мнений. Определение приверженных и не приверженных избирателей кандидата/политической партии, электорального потенциала кандидата/партии, рисков потери электората. Анализ текущего и ожидаемого поведения избирателей. Изучение имиджевых образов кандидатов/партий и наиболее важных имиджевых характеристик. Изучение образа кандидата/партии, сложившегося у избирателей с целью его совершенствования или коррекции. Выявление путей наращивания электорального потенциала кандидата/партии.
6. Подготовьте ряд докладов к семинарскому занятию на общую тему «Особенности различных качественных исследований в электоральной социологии». Используйте следующий план.

Особенности качественного исследования: личностная обоснованность, процессуальность, отказ от поиска объективной истины. «Обоснованная теория» как стратегия создания, «выращивания» теории (Глоссер, Страусс). С. Райс «Количественные методы в социальных науках», Л. Ричардсон «Математическая психология войны». Особенности применения статистических методов политологии.

Глубинные интервью и фокус-группы: цели, особенности, методики проведения. Использование психологических тестов (проективных, ассоциативных) в рамках фокусированных интервью. Техника тестирования: аналитические индексы, психогеометрическое, анаграммное, лингвистическое, ассоциативное тестирование. Работа Т. Адорно «Исследование авторитарной личности». Измерение антидемократических черт в структуре характера. Фокус-группы как метод качественного исследования.

Традиционный (содержательный) метод анализа документов: понятие, процедура,

возможности и ограничения.

Методы исследования субъективных механизмов политического поведения.

Когнитивное картирование в политических исследованиях: основные понятия и процедура применения. Особенности создания информационной базы. Выделение ключевых точек содержания выступлений политических деятелей. Установление причинно-следственных связей между ключевыми точками (понятиями) содержания этих выступлений. Составление и анализ когнитивных карт.

Понятие экспертной оценки. Ситуационный анализ. Ивент-анализ как методика прикладного анализа политических событий. Case study. Методы исследования субъективных механизмов политического поведения. Когнитивное картирование в политических исследованиях: основные понятия и процедура применения. Особенности создания информационной базы. Выделение ключевых точек содержания выступлений политических деятелей. Установление причинно-следственных связей между ключевыми точками (понятиями) содержания этих выступлений. Составление и анализ когнитивных карт. Биографические методы. Нарративное интервью: стратегия проведения. Проблема истины в нарративном интервью.

7. Раскройте содержание пяти периодов развития качественного направления в социологии в интерпретации Дензина и Линкольна: «традиционный» период (1900-1950гг.); период «модерна» (1946-1969гг.); этап размывания дисциплинарных границ между социальными и гуманитарными науками (1970-1986гг.); период «кризиса репрезентации и легитимации» (1986-1990гг.); период постмодерна (настоящий период, начиная примерно с 1990г.). Обратите внимание на центральные идеи, характерные для каждого периода: акцент на изучении взаимодействующего, а не статичного субъекта; попытка формализовать качественные методы в соответствии с канонами «хорошей» (позитивистской) науки; применение разнообразных методов, техник и инструментов, позаимствованных из гуманитарных наук; переосмысление таких терминов, как валидность, надежность и генерализуемость данных и разработка оценочных критериев для качественного исследования; проблема влияния автора на объект наблюдения. Далее - рассмотрение концепции понимания В. Дильтея – модели, от которой отталкивается большинство существующих концепций понимания. Предистория идей понимания в социологии. Идеи Д.Вико о разделении методов исторической науки и естественнонаучного познания. В. Дильтей о разделении наук о духе и естественных наук по их предмету. Разграничение двух типов наук Виндельбантом и Риккертом «по методу». Разработка В. Дильтеем методологии понимания. При рассмотрении вопроса о развитии качественного подхода в американской социологии обратитесь к персоналиям и их основным идеям. Субъективистская концепция социальной реальности Ч. Кули, ставшая предтечей символического интеракционизма в американской социологии. Методологические идеи У. Томаса для анализа субъективных аспектов социального поведения – понятия установки и определение ситуации. Применение новых методов и аспектов анализа исследователями Чикагской школы. Новый тип исследования. Использование в качестве эмпирического материала дневников, писем, устных историй. Применение биографического метода.

Тест

1. В каком разделе программы исследования разрабатывается концептуальная модель исследования?

- в) в методическом разделе программа
- б) в методологическом
- в) в процедурном

2. Мозговая атака проводится в следующем порядке (расставьте по порядку следования):

- а) фиксируются все высказывания;
- б) участники излагают свои идеи, придерживаясь регламента;
- в) группа анализа оценивает реалистичность идей;
- г) составляется документ с предложениями для принятия решений;
- д) модератор излагает суть творческой задачи.

3. Проективные тестовые методики - это такие, в которых:

У)испытываемые составляют проекты своей будущей жизни, деятельности по условиям, заданным социологом

У)субъективные характеристики испытываемых неосознанно переносятся ими на ситуацию, которая в тесте предлагается для анализа

У)индивидуальные особенности испытываемых изучаются с помощью заданий, самостоятельно спроектированных социологом для решения конкретных задач исследования

У)задания содержат только закрытые вопросы, чтобы ответы испытываемых находились в строгих рамках, запроектированных социологом.

4. Глубинное, детальное исследование одного объекта в совокупности его взаимосвязей:

- а) кейс-стади
- б) опрос
- в) контент-анализ

5. Качественные методы направлены на:

- а) на понимание смысла происходящего
- б) измерение социального явления
- в) измерение и понимание

6. Следующие методы социологического исследования позволяют быстро собирать данные и гораздо меньше затрачивать различных ресурсов (финансовых, временных, людских и проч.), чем проведение других исследований:

- а) фокус-группы
- б) массовые опросы
- в) включенное наблюдение

7. Полученные в ходе ... исследования данные часто не вполне репрезентативны и нуждаются в корректировке:

- а) качественного
- б) количественного
- в) качественно-количественного

8. ... методы базируются на теоретических ресурсах социологического знания и на индивидуальном опыте исследователя:

- а) качественные
- б) количественные
- в) качественно-количественные

9. ... методы – это способы исследования, в которых конечные данные выражаются в цифровой форме:

- а) качественные
- б) количественные
- в) качественно-количественные

10. В качественных исследованиях анализ производится путем выделения тем или обобщения идей из собранных свидетельств: организация данных нацелена на получение целостной картины:

- а) да
- б) нет.

Тема 7

Количественные методы электоральной социологии

План

1. Количественные исследования в электоральной социологии.

2. Виды количественных исследований в электоральной социологии.

3. Опыт проведения количественных исследований в электоральной социологии.

Контрольные вопросы и проблемные задания

1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.

2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике курса.

3. Составьте словарь основных понятий терминов по данной теме курса.

4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.

5. Изучите опыт применения различных количественных электоральных

исследований. Сделайте соответствующий обзор на семинарском занятии.

6. Подготовьте ряд докладов к семинарскому занятию на общую тему «Особенности количественных исследований в электоральной социологии».

7. Изучите следующий фрагмент текста, при необходимости обратитесь ко всему тексту, попытайтесь ответить на поставленный авторами вопрос:

Репрезентативная выборка – это такая выборка, в которой все основные признаки генеральной совокупности, из которой извлечена данная выборка, представлены приблизительно в той же пропорции или с той же частотой, с которой данный признак выступает в этой генеральной совокупности. Таким образом, если 50% всех законодательных органов штатов собираются лишь раз в два года, приблизительно половина состава репрезентативной выборки законодательных органов штатов должна быть такого типа. Если 30% избирателей Пенсильвании принадлежат к «синим воротничкам», около 30% репрезентативной выборки для этих избирателей (а не 100%, как в приведенном выше примере) должны быть из числа «синих воротничков». И если 2% всех студентов колледжей являются спортсменами, приблизительно та же самая часть репрезентативной выборки студентов колледжей должна приходиться на спортсменов. Иными словами, репрезентативная выборка представляет собой микрокосм, меньшую по размеру, но точную модель генеральной совокупности, которую она должна отражать. В той степени, в какой выборка является репрезентативной, выводы, основанные на изучении этой выборки, можно без всяких опасений считать применимыми к исходной совокупности. Это распространение результатов и есть то, что мы называем генерализуемостью. Возможно, пояснить это поможет графическая иллюстрация. Предположим, мы хотим изучать модели членства в политических группах среди взрослого населения США.

Формирование выборки из генеральной совокупности

На рис. изображено три круга, разделенных на шесть равных секторов. Рис.а представляет всю совокупность. Члены совокупности расклассифицированы в соответствии с политическими группами, к которым они относятся. В этом примере каждый взрослый принадлежит по меньшей мере к одной и не более чем к шести политическим группам; и эти шесть уровней членства в одинаковой степени распространены в совокупности (отсюда равные сектора). Предположим, мы хотим исследовать мотивы вступления людей в группу, выбор группы и модели участия, однако из-за ограниченности ресурсов мы в состоянии обследовать только одного из каждого шести членов совокупности. Кого же отобрать для анализа?

8. В рамках какого типа исследования (разведывательное, описательное, аналитическое, комплексное)получены следующие данные?

9. С опорой на следующую публикацию (Профатилова Л.Г. Методическое пособие по курсу «Качественные методы в социологических исследованиях» для студентов III курса социологического факультета стационарного обучения. Харьков, 2004), разберите особенности методологии качественных и количественных исследований.

Качественный метод	Количественный метод
Теоретико-методологическая база	
о Феноменологизм, т.е. понимание человеческого поведения, исходя из интерпретации субъекта	
о Релятивизм	
о Описание общей картины события или явления	о Логический позитивизм, т.е. поиск фактов и причин социальных феноменов без особого внимания к субъективным состояниям индивидов
о Реализм	
о Достоверное, объективное знание	
о Описание логических связей между отдельными параметрами	
Образ социальной реальности	
Предполагает динамическую реальность	Предполагает стабильную реальность

- Фокус анализа
 - о Особенное, частное, микроанализ конкретных ситуаций
 - о Описание событий, случаев
 - о В центре внимания - человек
 - о Субъективность о Общее, генеральное, макроанализ
 - о Классификация путем отождествления событий, случаев
 - о В центре внимания - структуры
 - о Объективность
- Единицы анализа
 - Субъективные значения, чувства Факты, события
 - Исследовательские цели и задачи
 - о Интерпретировать, понять наблюдаемое
 - о Концептуализировать
 - о Необобщающее исследование случая о Дать причинное объяснение
 - о Измерить взаимосвязи
 - о Обобщающее исследование множества случаев
- Стиль
 - о Мягкий, теплый
 - о Воображение, представление о...
 - о Естественное и неконтролируемое наблюдение о Жесткий, холодный
 - о Систематизация
 - о Навязанное и контролируемое наблюдение
- Валидность (надежность)
 - о Реальное насыщение информации
 - о «Богатые» и «глубокие» данные о Достоверное повторение установленных связей
- Логика анализа
 - Индуктивная: от фактов из рассказов о жизни и т.д. – к концепциям Дедуктивная: от абстракций – к фактам путем операционализации понятий

10. Используя следующий материал (См.: Фоменков А.И. Методология и методика социологического исследования: практикум для студентов, обучающихся по специальности 040201 «Социология». Смоленск, 2008), составьте программу исследования «Социально-политическая обстановка в Тверской области накануне выборов в».

Операции в реализации социологического исследовательского проекта (СИП)

I. Формирование исследовательской проблемы

1. Предварительный анализ проблемной ситуации: а) внешние наблюдения; б) свободные интервью с участниками проблемной ситуации; в) анализ документов (традиционный), в том числе ведомственной документации, результатов предшествующих социологических исследований; г) свободные интервью с экспертами; д) анализ имеющейся научной литературы и типовых методик по аналогичным и смежным проблемам.

2. Предварительное согласование с заказчиком целей, необходимых результатов и возможных сроков исследования.

II. Теоретическая подготовка исследовательской программы

1. Определение целей исследования, выбор общей стратегии.
 2. Определение исходных теоретических понятий и связей между ними.
 3. Система рабочих гипотез.
 4. Операционализация понятий и определение единиц искомой информации (индикаторов).

5. Определение потенциальных источников искомой информации (статистика, документы, отдельные группы респондентов, наблюдаемые ситуации и др.).

6. Выбор методов получения искомой информации из отобранного круга источников:

традиционный или формализованный анализ статистики, документов, опрос в конкретных методических и организационных разновидностях и т.д.

III. Подготовка методического инструментария исследования

1. Определение эмпирического объекта исследования и разработка выборки для каждого из методов сбора данных.

2. Разработка методик сбора данных: а) методика опроса (вопросник, инструкции для интервьюеров, анкетеров, процедуры контроля качества их работы); б) методика анализа документов (программа формализованного анализа документов – контент-анализ, инструкция кодировщику, бланк контент-анализа или кодировочная карточка); в) методика наблюдения (карточка наблюдателя или план наблюдения, инструкции наблюдателю);

г) методика эксперимента (программа эксперимента, выделение экспериментальных групп, контролируемых и неконтролируемых переменных, метода сбора данных в эксперименте).

3. Подготовка разработанных методик сбора данных для машинной обработки и анализа: а) определение методов обработки и анализа данных; б) доработка и кодировка методического инструментария в соответствии с требованиями обработки и анализа.

4. Подготовка программы пилотажного (пробного) исследования для проверки качества разработанных методик сбора данных.

5. Доработка методик сбора данных по результатам пилотажного (пробного) исследования.

IV. Организационная работа по проведению исследования

1. Организация отношений с заказчиками и соисполнителями исследования: а) оформление договоров и соглашения; б) обеспечение доступности источников информации (документов, наблюдаемых ситуаций, респондентов); в) обеспечение организационных условий для проведения полевого исследования (время, помещение, условия, оргтехника).

2. Финансовое и кадровое обеспечение исследования.

3. Тиражирование методического инструментария.

4. Проведение пробного исследования.

5. Проведение основного исследования.

6. Обработка результатов исследования.

7. Обсуждение с заказчиками результатов и практических рекомендаций.

8. Внедрение практических рекомендаций, социологических технологий и (или)

контроль за их внедрением.

V. Теоретическая работа по результатам исследования

1. Интерпретация эмпирических данных и проверка рабочих гипотез исследования.

2. Обоснование теоретических выводов исследования.

3. Разработка практических рекомендаций социологических технологий.

4. Оценка эффективности внедрения практических рекомендаций.

Наряду с СИП на практике для более четкого выделения отдельных процедур исследования социолог обязан составить рабочий план. Рабочий план позволяет правильно и четко организовать и спланировать работу исследователя или исследовательского коллектива в соответствии с его СИП, календарными сроками, ресурсным обеспечением. Рабочий план – это перечень, схема действий социолога или группы исполнителей (до 10 человек основного состава) в данном исследовании с распределением времени, материально-технических затрат и сетевым графиком. Рабочий план шире программы исследования. Основными задачами при его разработке являются: определение этапов исследования; расчет финансовых средств и сил специалистов, необходимых для успешного проведения исследования; расчет временных интервалов для проведения каждого этапа и всего исследования в целом; организация координации взаимодействия различных частей исследования; организация эмпирического исследования. Основные части рабочего плана – это пилотажное исследование, полевое обследование, подготовка данных для обработки, обработка данных, их анализ и интерпретация, составление отчета.

Пилотажное исследование предназначено для проверки качеств методик и процедур основного исследования и предшествует ему. Пилотажное исследование подвергает проверке все основные элементы программы социологического исследования. Чаще всего оно проводится с целью проверки инструментария – анкет, опросных листов, бланков

интервьюеров и т.д. Для осуществления пилотажного учебного исследования достаточно провести опрос 40-50 респондентов. Пилотажное исследование проводится при использовании разработанного инструментария с его последующей коррекцией.

Полевое исследование или обследование – это изучение объекта в естественных, «полевых» условиях. Полевое исследование является основным источником сбора первичной социальной информации.

Подготовка данных для обработки и обработка данных включают в себя все процедуры, необходимые для обработки данных с использованием специальных компьютерных программ (SPSS, Статистика и др.). При малом массиве анкет они могут обрабатываться вручную.

Итоги социологического исследования отражаются в отчете. Отчет представляет собой письменный документ, в котором в систематизированной и наглядной форме излагаются результаты проведенного исследования. По своей структуре отчет состоит из трех частей: результаты исследования, выводы и рекомендации. В структуре СИП отчет является необходимой и обязательной частью (третий и четвертый разделы).

Развертка блоков программы социологического исследования

I БЛОК ПРОГРАММЫ: ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ

Проблема: а) предметный аспект: некоторые социальные противоречия, требующие решения; б) гносеологический аспект: осознание потребности при незнании способов ее удовлетворения.

Предметная область: те свойства, явления, процессы, взаимосвязи, уяснение которых позволяет ответить на центральный вопрос проблемы.

Объект исследования: социальная реальность как социальный процесс, институт и т.д.

II БЛОК ПРОГРАММЫ: ОБЛАСТЬ ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ

Цели исследования, определяющие вид социологического исследования.

Задачи исследования: а) программные (основные/неосновные); б) дополнительные (не основные).

III БЛОК ПРОГРАММЫ: ОБЛАСТЬ РАЗРАБОТКИ ОБЩЕЙ КОНЦЕПЦИИ

Уточнение и эмпирическая интерпретация основных понятий.

Последовательный системный анализ объекта: формулировка общей гипотезы.

Разработка рабочих гипотез: описательных и объяснительных.

IV БЛОК ПРОГРАММЫ: ПЕРЕХОД К РАЗРАБОТКЕ ПРОЦЕДУРНО-МЕТОДИЧЕСКОГО РАЗДЕЛА ПРОГРАММЫ

Принципиальный (стратегический) план исследования: формулятивный, описательный, аналитико-экспериментальный, план повторно-сравнительного исследования.

Определение типа выборки: целевой, репрезентативной.

Переход к определению методов сбора и анализа исходных данных.

V БЛОК: ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ЧАСТЬ ПРОГРАММЫ

Принципиальный (стратегический) план исследования.

Рабочий план исследования:

а) организация договорных отношений с заказчиками и соисполнителями исследования:

- оформление договоров и соглашения;
- обеспечение доступности источников информации (документов, наблюдаемых ситуаций, респондентов);
- обеспечение организационных условий для проведения полевого исследования (время, помещение, условия оргтехника);

б) финансовое и кадровое обеспечение исследования;

в) тиражирование методического инструментария;

г) проведение пилотажного исследования;

д) проведение основного исследования;

е) обработка результатов исследования.

Составной частью рабочего плана может быть сетевой график исследования. Он способствует более четкому и организованному проведению всех видов работ исследования

(схема: работа – исполнитель – время).

Практические советы по разработке программы

Не начинайте разработку программы прежде, чем вы не уясните, в чем главная проблема исследования, ее познавательный и практический общественный смысл, в чем основное противоречие.

Обдумайте и обсудите с другими, является ли данная проблема достаточно значимой в теоретическом и (или) практическом смысле, чтобы затратить усилия на исследование, нет ли уже готовых аналогов решения этой проблемы, не является ли она частью другой, более общей. Если да, то какой именно, есть ли решения этой общей проблемы?

В зависимости от предыдущего ответа обдумайте, будет ли ваше исследование теоретико-прикладным или практически-прикладным, а затем решите, располагаете ли вы достаточными ресурсами (знаниями, источниками дополнительной информации, материальными средствами) для проведения исследования такого типа в приемлемые сроки.

Постарайтесь в предварительном варианте детализировать проблему, наметить объект и уточнить предмет исследования и снова продумайте, какие практические трудности возникнут в проведении исследования. В частности, в какой мере доступны объекты исследования, располагаете ли вы нужными материальными ресурсами, получите ли вы должную поддержку со стороны ответственных лиц, заинтересованных в изучении и решении данной проблемы, или что следует сделать, чтобы вызвать такой интерес.

Теперь вы можете ясно сформулировать цель исследования – на какой главный вопрос необходимо дать ответ и насколько детальным он должен быть применительно к избранному предмету исследования или заданному в прикладном исследовании объекту. Должны ли быть установлены определенные взаимосвязи и зависимости или следует продолжить исследование путем разработки вариантов практического решения определенных проблем. Окончательно определив, к какому типу относится ваше исследование, переходите к развертыванию системы задач.

Сделайте набросок «дерева целей» исследования, т.е. максимально подробно разверните цепочки задач, которые предстоит решить для достижения цели. Проверьте, не связаны ли задачи, попавшие в разные «ветви», т.е. можно ли их решить экономным способом, пользуясь одной и той же информацией под разными углами зрения. Теперь безжалостно отсекайте «боковые ветви», т.е. задачи, косвенно или вовсе не связанные с главными; составьте из них особый список и продумайте, можно ли их решить, пользуясь информацией, нужной для главных задач.

Составьте список вопросов для уяснения особенностей предметной области и объекта изучения: что читать? С кем консультироваться? Не жалейте времени на «самообразование», обращайтесь к новейшей литературе по предмету (в ней найдите ссылки на фундаментальные работы и опыт предыдущих исследований по вашей проблематике) и снова консультируйтесь с преподавателями, доступными вам специалистами. В итоге определите принципиальный план исследования и, если это не будет исследованием по плану – «разведка» (что в основном уже выполнено), приступайте к детализации программы по фрагментам.

Сделайте первый набросок основных структурных компонентов и связей объекта изучения, выделяя предмет анализа соответственно цели и основным задачам исследования. Одновременно формулируйте главные гипотезы и уточняйте содержательный смысл основных понятий, которые вошли в формулировку гипотез. Обсудите с другими свой набросок, еще раз обратитесь к специалистам-исследователям и практикам и после этого приступайте к систематической отработке понятийного аппарата, общей концепции и формулировке рабочих гипотез.

Продумайте, насколько удовлетворительна семантическая и эмпирическая интерпретация ключевых понятий, входящих в гипотезы, и какими данными вы располагаете для получения нужной информации. Интерпретация понятий позволяет установить, по каким направлениям анализа должен осуществляться сбор социологических данных: по теоретическому или эмпирическому. Проведите операционализацию понятий. Операционализация позволяет установить, каким инструментарием следует собирать данные. Таким образом, работа с понятиями есть процедура установления связи между понятийным аппаратом и методическим инструментарием исследования. Составьте схему:

ПОНЯТИЕ – ПОКАЗАТЕЛЬ – ИНДИКАТОР – ИСТОЧНИК – ИНСТРУМЕНТАРИЙ.

Решите, какие методики придется разработать специально, что можно использовать из уже имеющихся.

Определите принципиальный план выборки, помня о важности качественной ее представительности, соответствия целям исследования; соразмерьте допустимый уровень ошибки выборки этим целям и задачам дробности анализа проблем; выясните практические возможности реализации принятого плана выборки, снова вернитесь к существу программы, внесите нужные уточнения.

Оформите программу как отдельный документ исследования; это пригодится вам не только в проведении исследования, но и при подготовке итогового отчета или публикации.

11. Дайте характеристику так называемой «когнитивной модели избирателя». С точки зрения одной из публикаций, в рамках данного подхода факторы, детерминирующие электоральное поведение, представлены следующими показателями: возраст и пол избирателей, образование родителей, влияние традиций семьи; электоральные предпочтения родителей в юношеский период жизни избирателя; уровень образования, тип занятости, социальный статус избирателя; текущие социальные изменения, события в политической и экономической сфере, роль используемых информационных источников; влияние супруга, друзей, членство в различных общественных организациях; прошлый опыт голосования; ценностные ориентации, место политики в системе интересов личности; видение избирателем прошлого и будущего; партийная идентификация, оценки партий и лидеров, мнения по конкретным вопросам политики.

12. Сопоставьте количественные и качественные методы электоральных исследований с помощью следующей таблицы:

Методы

Основания сравнения Количественные методы Качественные методы

Цель применения

Исследовательские задачи

Позиция исследователя

Исследовательские гипотезы формулируются

Исследовательские инструменты

Единицы анализа

Данные исследования представляются в различных видах

Стиль исследования

Другое (впишите)

13. Разберите следующий алгоритм проведения социологического исследования формально-рационального права выбора электората:

- Разработка архитектуры идентификационной модели, позволяющей получать информацию об электорате как социальной группе (вычленение активного, потенциально-активного и пассивного электората для последующего социально-структурного анализа этих типов).

- Составление базы данных об общих и особенных социальных чертах избирателей, выяснение уровня их политической культуры, информированности, солидарности.

- Для идентификации типов электорального поведения – проведение анализа полевого исследования электоральной активности (по выборке респондентов), их социально-демографических характеристик.

Составление квоты для проведения опроса, цель которого – идентификация электоральных типов ценностной социологической информации (даст возможность использовать широкий набор высказываний и вопросов, касающихся как политической осведомленности респондента, так и его социально-экономических характеристик).

Для идентификации типов электорального поведения – проведение анализа полевого исследования электоральной активности (по выборке респондентов), их социально-демографических характеристик.

Выявление групп респондентов, проявляющих на выборах активность, пассивность или характер поведения которых можно было бы охарактеризовать как потенциального избирателя.

Тест

1. Точность при измерении именно того, что предназначено для измерения, – это:
 - а) валидность
 - б) надежность
 - в) истинность.
2. Метод классификации объектов (признаков, ячеек таблицы сопряженности и проч.), объединяющий способы классификации при отсутствии предварительных или экспертных данных о группировании данных:
 - а) кластерный анализ
 - б) многомерный анализ взаимосвязей
 - в) множественный корреляционно-регрессивный анализ.
3. Отчет о социологическом исследовании – это:
 - а) форма подведения итогов социологического исследования
 - б) форма визуализации данных социологического исследования
 - в) форма анализа данных в социологическом исследовании.
4. Гипотеза основания выстраивается на основе...
 - а) цели исследования
 - б) последнего понятия теоретической интерпретации
 - в) на основе эмпирической интерпретации
5. Объем выборочной совокупности зависит от следующих факторов:
 - а) от необходимой точности результатов исследования
 - б) от степени однородности генеральной совокупности
 - в) от числа признаков, относительно которых производится выборка
 - г) от структуры генеральной совокупности
6. Свойство (способность) выборочной совокупности воспроизводить (представлять) параметры и значимые элементы структуры генеральной совокупности:
 - а) репрезентативность
 - б) валидность
 - в) измеримость
7. Утверждение «Программа опроса экспертов не столь детализирована и носит преимущественно концептуальный характер»:
 - а) правильно;
 - б) не правильно;
 - в) не имеет смысла.
8. Основной инструментарий экспертного опроса:
 - а) анкета;
 - б) бланк-интервью;
 - в) программа.
9. Процедура упорядочивания объектов (суждений) с предложенного набора, присваивая каждому соответствующий ранг, называется:
 - а) ранжирование;
 - б) рэндомизация;
 - в) шкалирование.
10. Цель контрольных вопросов:
 - а) проверка логической непротиворечивости, достоверности и искренности ответов респондентов;
 - б) установление контакта с респондентом;
 - в) выяснение уровня понимания респондентом смысла заданного вопроса.

Статистическая погрешность данных этих исследований не превышает 3,4%.

ЕСЛИ БЫ ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ СОСТОЯЛИСЬ В БЛИЖАЙШЕЕ ВОСКРЕСЕНЬЕ, ПРИНЯЛИ БЫ ВЫ В НИХ УЧАСТИЕ, И ЕСЛИ ДА - ЗА КОГО ИЗ НЫНЕШНИХ ПОЛИТИКОВ ВЫ БЫ ПРОГОЛОСОВАЛИ? (открытый вопрос)

2013 сен.11 сен.12 апр.13 авг.13 сен.13

Владимир Путин 27 33 29 28 30

Геннадий Зюганов 6 6 6 5 7

Владимир Жириновский 5 3 3 3 3

Дмитрий Медведев 13 2 2 2 1

Сергей Шойгу <1 <1 1 1 1

Алексей Навальный - - - 1 1

Михаил Прохоров <1 3 2 1 1

Сергей Миронов 1 1 1 1 1

Тулеев - - - - <1

другие 1 1 2 1 1

не знаю, за кого стал(а) бы голосовать 21 23 22 27 26

не стал(а) бы голосовать 11 14 18 18 16

не знаю, стал(а) бы голосовать или нет 13 9 14 12 14

ЕСЛИ БЫ В БЛИЖАЙШЕЕ ВОСКРЕСЕНЬЕ ПРОХОДИЛИ ВЫБОРЫ В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ, ПРИНЯЛИ БЫ ВЫ УЧАСТИЕ В ЭТИХ ВЫБОРАХ, И ЕСЛИ ДА, ЗА КАКУЮ ПАРТИЮ ВЫ БЫ ПРОГОЛОСОВАЛИ?

2013 апр.10 ноя.11 сен.12 апр.13 авг.13 сен.13

Единая Россия (Д.Медведев) 38 35 31 24 29 30

Коммунистическая партия - КПРФ

(Г.Зюганов) 14 11 11 12 12 11

Либерально-демократическая партия России (ЛДПР)

(В.Жириновский) 8 11 5 5 7 5

Гражданская платформа (М.Прохоров) - - 4 4 3 3

Справедливая Россия (С.Миронов) 5 9 4 5 2 3

Народный альянс (А.Навальный) - - - - 1 1

Яблоко (С.Митрохин) 1 2 <1 1 1 1

Альянс зеленых - Народная партия

(О.Митволь) - - - 1 1 <1

Патриоты России (Г. Семигин) <1 <1 <1 <1 <1 <1

Республиканская партия России -

ПАРНАС (В.Рыжков-Б.Немцов-

М.Касьянов) - - 1 1 <1 <1

другие <1 - <1 1 <1 <1

Не стал (а) бы принимать участие в

выборах 20 11 25 28 23 23

Затрудняюсь ответить 14 18 20 20 22 23

6. Подготовьте ряд докладов к семинарскому занятию на общую тему «Предвыборное прогнозирование». Используйте следующий план.

История и результативность прогнозирования исхода выборов. Вариативность предвыборного прогноза, ее причины и пределы. Анализ политической ситуации и предвыборное прогнозирование. Исходные данные и процесс составления прогноза результатов голосования. Анализ итогов выборов. Цели, задачи и виды анализа результатов голосования. Электоральная статистика и анализ изменений, происшедших в политических настроениях и предпочтениях различных слоев общества. Оценка итогов выборов в контексте политической ситуации: анализ расстановки сил, послевыборные коалиции.

7. Подготовьте ряд рефератов (докладов на конференцию и др.), выбрав соответствующую тему из следующей тематики.

Электоральные прогнозы и модели. Функции и виды электоральных прогнозов. Особенности методологии разработки электоральных прогнозов. Пути повышения точности электоральных прогнозов. Оценка точности прогноза результатов голосования. Экспертный сценарно-прогностический мониторинг. Прогнозная модель электоральных предпочтений.

Возможности использования математических моделей в политических исследованиях. Прогнозирование явки в избирательных кампаниях. Проблемы прогнозирования электорального поведения избирателей России.

Взаимодействие с заказчиком и публикация результатов электоральных социологических исследований. Политические, правовые и этические принципы взаимоотношений социологических служб и заказчиков. Критерии выбора и гарантии ответственности социологической службы избирательной кампании. Особенности подготовки, оформления и представления отчетов электоральных исследований. Проблемы этики электоральных социологических исследований. Особенности публикации данных электоральных исследований в электронных и печатных СМИ. Материально-техническая база социологических исследований в период избирательных кампаний.

8. Г.Е. Шепитько отмечает, что при создании систем прогнозирования руководствуются следующими принципами прогнозирования: принцип системности, требующий взаимоувязанности и сопряженности объекта прогнозирования и прогнозного фона и их элементов с учетом обратных связей между ними; принцип согласованности поисковых и нормативных прогнозов; принцип вариантности, требующий разработки вариантов прогноза, исходя из особенностей рабочей гипотезы, постановки цели и вариантов прогнозного фона; принцип непрерывности прогнозирования, требующий корректирования прогнозов по мере поступления новых данных; принцип верифицируемости, требующий определения достоверности, точности и обоснованности прогнозов; принцип рентабельности прогнозирования, требующий повышения экономического или социального эффекта от использования прогноза над затратами на его разработку. Дайте развернутый комментарий данным принципам.

9. Г.Е. Шепитько пишет: проектирование является одной из функций социального управления, поэтому использование методов проектирования в практической деятельности людей способствует повышению степени обоснованности принимаемых управленческих решений. С точки зрения теории управления предвидение имеет две формы его конкретизации: предсказательную и преуказательную. Преуказание выступает в формах: целеполагания; программирования; планирования; проектирования. Целеполагание – установление идеально предположенного результата деятельности. Программирование – установление основных положений, которые потом развертываются в планировании. Планирование – проекция в будущее человеческой деятельности для достижения предустановленной цели при определенных средствах, преобразования информации о будущем в директивы для целенаправленной деятельности. Проектирование – создание конкретных образов будущего, конкретных деталей разработанных программ. Управление в целом интегрирует четыре перечисленных понятия, поскольку в основе каждого из них лежит один и тот же элемент – решение. Проектирование – процесс создания прообраза предполагаемого объекта, результатом которого является обоснованное определение варианта прогнозируемого или планового развития новых процессов и явлений. Прогнозы составлялись обычно на длительный срок, поэтому обратная связь между объемом и номенклатурой товаров и планами их производства не была оперативной, несмотря на директивность планов (необходимость их выполнения любой ценой). Обратная связь при введении рыночных отношений в России стала более оперативной, но подверженной стихии рынка. По мере осознания неспособности рыночной экономики к саморегулированию в России постепенно стала внедряться индикативное планирование (целенаправленное управление индикаторами социально-экономического развития в государственном и частных секторах). В перспективе намечается не только удовлетворение потребностей потребителей, но и формирование их мотивов и ценностей по западному образцу.

Дайте свои соображения по данному тексту.

Тест

1. Правильно ли сформулирован предмет исследования: «Жители города Твери электорального возраста».

- а) да
- б) нет

2. Научная дисциплина о закономерностях разработки прогнозов – это:

- а) прогностика
 - б) астрология
 - в) инноватика
3. Прогноз, содержанием которого является определение возможных состояний объекта прогнозирования в будущем, - это:
- а) поисковый прогноз
 - б) нормативный прогноз
 - в) интервальный прогноз
4. Согласование мнений экспертов по перспективным направлениям развития электоральной ситуации, сформулированных ранее отдельными специалистами, оценка аспектов развития электорального процесса, которая не может быть определена другими методами (например, экспериментом):
- а) метод коллективной экспертной оценки
 - б) метод деструктивной отнесенной оценки
 - в) метод сценариев
5. По следующей формуле ($k = (k_1 + k_2 + k_3) / 3$) вычисляется:
- а) коэффициент уровня компетентности эксперта
 - б) коэффициент взаимной оценки
 - в) коэффициент притязаний экспертов
6. Автор метода «мозгового штурма», разработавшего его основы в 1957 г., является:
- а) А. Осборн
 - б) И. Бестужев-Лада
 - в) В. Базаров-Руднев
7. Совокупность внешних по отношению к объекту прогнозирования условий, существенных для решения задачи прогноза – это:
- а) прогнозный фон
 - б) период упреждения
 - в) верхняя экстрема
8. Прогноз, содержанием которого является определение путей и сроков достижения объекта прогнозирования в будущем, – это:
- а) нормативный прогноз
 - б) поисковый прогноз
9. Прогноз с периодом упреждения от 1 года до 5 лет:
- а) среднесрочный прогноз
 - б) краткосрочный прогноз
 - в) оперативный прогноз
10. Верификация прогноза предполагает оценку доверительного интервала прогноза для заданной вероятности его осуществления:
- а) да
 - б) нет

Тема 9

Региональный электоральный процесс: социологический подход

План

1. Особенности электорального процесса в регионах России.
2. Особенности электорального процесса в Тверской области.
3. Опыт социологических исследований электорального процесса в регионах России.

Контрольные вопросы и проблемные задания

1. Сделайте обзор литературы по теме обсуждения.
2. Сделайте обзор основных Интернет-ресурсов по тематике занятия.
3. Составьте словарь основных понятий терминов по данной теме курса.
4. Составьте структурно-логическую схему данного занятия. Обсудите на семинарском занятии.
5. Используя следующую схему, проанализируйте изменение структуры электорального ландшафта в различных регионах России за 15-20 лет.

6. Сделайте обзор направлений и результативности исследований следующих

организаций.

Региональные исследовательские организации
№ Название Город Телефон Руководитель E-mail
1 IT-COM

Тверь 8(4822)773411 8(961)1424488
8 (4822) 701013 Крылова Елена Валентиновна info@ intelteam.ru
2 Исследовательская группа «ТверьЦИОМ» (тверской центр изучения общественного мнения) Тверь (4822) 358171,
(4822) 420401 Смирнов Евгений Михайлович tvszags@ tvcom.ru
3 Кафедра социологии, Лаборатория социально-политических исследований ТвГУ Тверь 8 (4822) 347017,
347080 Михайлов Валерий Алексеевич p001882@ tversu.ru
4 Научно-исследовательский центр «Социум» Тверь (4822) 34-83-91
8-920-690-79-64 Егорова Александра Владимировна socium_tver@mail.ru
5 ООО Компания «Максимум-Информ»
Тверь (4822) 76-59-07, 765948, 345207,
(4822) 77-55-92 Веселов Максим Геннадьевич maxinform2@mail.ru
6 Региональный исследовательский центр «Статус» Тверь 8-919-058-09-34, (4822)34-70-07 Конькова Ирина Александровна rrc_tver@ bk.ru
7 Центр «Общественное мнение» Тверь (4822) 34-72-83;
41-54-59 Зиньковский Александр Владимирович socoprostver@yandex.ru
8 Центр маркетинговых исследований и коммуникаций «ГУДВИЛЛ»
Тверь (4822) 577-135,
(4822) 34-67-18 Гаджиназарова Наталья Викторовна tver-marketing@yandex.ru
9 Центр социального анализа «Мониторинг-Тверь» Тверь 8-919-058-09-34,
8-920-699-59-35 Лина Мария Юрьевна Monitoring-69@bk.ru
Филиалы в Твери
10 АМК ПИАРТ
Ярос-лавль 8 4852 457001,
8 4852 458407 Кучкина Лариса Николаевна office@piartinfo.ru
11 Информационно-аналитическое агентство «V.I.P. REGION» Курск
(4712) 304-024,
8-910-730-40-24 Шеховцов Руслан Анатольевич ruslan_socio@mail.ru
Тест

1.Право и реальная способность органов местного самоуправления регламентировать значительную часть государственных дел и управлять ею, действуя в рамках закона, под свою ответственность и в интересах местного населения:

а) местное самоуправление б) городское управление

2. Избираемый глава исполнительной власти (муниципалитета) в городах:

а) мэр б) глава города в) city manager

3. Назначаемый профессионал, в функции которого входит организация работы муниципальных служб по обеспечению деятельности городского хозяйства:

а) городской управляющий б) city manager в) мэр

4. Город или поселок, в котором осуществляется местное самоуправление, – это:

а) городское поселение

б) город

в) поселок

5. Городское поселение, которое не входит в состав муниципального района:

а) городской округ

б) город

в) поселок городского типа

6. Совокупность предприятий и организаций, расположенных на территории поселения, продукция которых в основном реализуется за его пределами в рамках

территориального разделения труда:

- а) градообразующая сфера б) экономика города

7. Несколько поселений или поселений и межселенных территорий, объединенных общей территорией, в границах которой местное самоуправление осуществляется в целях решения вопросов местного значения межпоселенческого характера:

- а) муниципальный район б) городской округ

8. Избираемые непосредственно населением и (или) образуемые представительным органом муниципального образования органы, наделенные собственными полномочиями по решению вопросов местного значения:

- а) органы местного самоуправления б) органы управления

9. Если глава муниципального образования возглавляет представительный орган, то местную администрацию возглавляет:

- а) управляющий по контракту
- б) один из депутатов представительного органа
- в) руководитель муниципальной избирательной комиссии

10. Местное самоуправление шире, чем муниципальное управление:

- а) да б) нет

11. Формы участия населения в осуществлении местного самоуправления на основе собственных инициатив:

- а) правотворческая инициатива граждан
- б) опросы
- в) публичные слушания
- г) муниципальные выборы
- д) сходы граждан в малых муниципальных образованиях

12. Миссия муниципального управления:

- а) повышение уровня и качества жизни населения муниципального образования
- б) развитие инфраструктуры муниципального образования
- в) формирование кадрового резерва.

Тема 10

Политическая реклама в электоральных исследованиях

План

1. Политическая реклама: особенности, разновидности, функции.

2. Политическая реклама в электоральном процессе.

3. Опыт исследований политической рекламы в электоральной социологии.

Контрольные вопросы и проблемные задания

1. Определите место и роль политической рекламы в избирательных кампаниях.

2. Раскройте политическую рекламу как отражение заинтересованности общества в соревновательности политического процесса.

3. Измерение эффективности политической рекламы.

4. Целевая аудитория политической рекламы: понятие, особенности, структура, способы влияния.

5. Целевая аудитория политической рекламы – это (в разных аспектах): Избиратель (электорат) – в избирательном процессе (выборных кампаниях). Основная и наиболее важная для рекламодателя категория получателя рекламного обращения. Электорат «базовый» – потенциальные сторонники кандидата, т.е. круг избирателей, изначально готовых отдать голоса определенному кандидату (в силу личных пристрастий, общественных обстоятельств и др.). Электорат «подвижный» («болото») – круг избирателей, не имеющих определенных политических предпочтений и, как правило, принимающих решение о поддержке того или иного субъекта политики на заключительном этапе избирательной кампании (под влиянием рекламы, воздействия избирательных «лохотронов» и т.д.). Электорат «пакетированный» – зависимые (экономически, лично, административно и т.д.) группы избирателей (военные коллективы и др.), которые обычно имеют четко определенные направленное политическое (электоральные) поведение и др. Продолжите данные рассуждения со своими комментариями.

Политическая реклама – 1. Реклама, представляющая интересы политических

партий, движений, и направленная на достижение целей определенных социальных групп. 2. Целенаправленное распространение информации о кандидатах в представительные органы, кандидатах в Президенты РФ и республиках в составе России, кандидатах в законодательное и исполнительные органы субъектов РФ и местного самоуправления, о деятельности партий, движений, объединений и их лидерах, предпринятое для создания им популярности, привлечения к ним внимания граждан.

6. Ответьте на следующие вопросы (с обоснованием и необходимыми примерами):

- ☐ Почему рынок политических услуг связан с мажоритарной моделью демократии?
- ☐ Какие проблемы решает потребитель на политическом рынке?
- ☐ Как актуализируется модель коммуникации для политрекламы?
- ☐ Может ли политическая реклама выполнять роль механизма политической социализации?

- ☐ Какие дополнительные функции выполняет политическая реклама?

☐ Каковы, на Ваш взгляд, основные проблемы дизайна печатной политической рекламы в Тверской области?

7. Охарактеризуйте достоинства и недостатки политической рекламы в Тверской области или других регионах.

8. Дайте интерпретацию смысловым акцентам в слоганах рекламного обращения некоторых политических партий объединений в предвыборной кампании в Государственную Думу 1999 года:

Слоганы на запоминание названия

ЛДПР Сила России в нас!

Построим будущее вместе!

Наше будущее должно быть предсказуемым. Построим будущее вместе!

НДР Наш дом – Россия!

ОВР Отечество – Вся Россия

Я верю только делам. Отечество – вся Россия!

СПС Победа Союза Правых Сил – наша победа!

Молодых надо!

Яблоко Честность во власти – порядок в стране!

Яблоко – за достойную жизнь!

Единство Межрегиональное движение «Единство»

ЛДПР Блок Жириновского - это ЛДПР

РДР Наш дом – Россия!

ОВР Избирательный блок «Отечество - вся Россия»

СПС Правое дело. Новая сила. Голос России. Мы вместе. Мы – союз правых сил.

Единство Межрегиональное движение «Единство», номер 14 в избирательном списке

ЛДПР 19 декабря выбирай 17!

ОВР 19 декабря выбирай 19 номер!

СПС Молодых надо! Их номер - 23!

Все цифры в памяти сотри. Ты прав! Твой номер – 23!

Призыв к голосованию

СПС Голосуй за «Союз Правых Сил»!

Яблоко Голосуй за «Яблоко»!

НДР Наш дом Россия – правильный выбор!

9. Подумайте, какое отношение имеют к политической рекламе следующие данные.

Тест

1. Постоянное наблюдение за ходом определенного события или процесса:

- а) спонсоринг
- б) мониторинг
- в) рефлексия

2. Социальный субъект, которого в журналистском корпусе принято рассматривать в качестве привычного и достоверного источника информации:

- а) ньюсмейкер
 - б) лидер мнений
 - в) спичрайтер
 - г) специалист по связям с общественностью
3. Свойство некоторых лидеров внушать своим последователям веру в их сверхъестественные способности:
- а) урбанизм
 - б) магия
 - в) харизма
 - г) субкультура
4. Поведение, не соответствующее действующим в данном обществе нормам, называется:
- а) абсентизм
 - б) девиация
 - в) конформизм
5. Вид коммуникации, заключающийся в обсуждении, сопоставлении различных мнений для выработки общего мнения:
- а) реклама
 - б) дискриминация
 - в) выборы
 - г) дискурс
6. Групповое мнение представляет собой:
- а) мнение лидера группы, независимо от того, разделяет ли его группа
 - б) выражение групповых интересов
 - в) результат социологического опроса членов группы
 - г) сумму мнений членов группы
7. Специалист, компетентность которого позволяет успешно решить трудноформализуемую задачу при оценке эффективности рекламных текстов:
- а) лидер
 - б) модератор
 - в) инноватор
 - г) эксперт
8. Зависимые группы избирателей, которые обычно имеют четко определенные направленное электоральные поведение – это:
- а) «базовый» электорат
 - б) «подвижный» электорат
 - в) «пакетированный» электорат
9. Постоянное наблюдение за ходом определенного события или процесса:
- а) спонсоринг
 - б) мониторинг
 - в) рефлексия
10. Платное размещение готовых материалов под видом редакционных публикаций на редакционных площадках (в редакционном эфире):
- а) «джинса»
 - б) «выемка»
 - в) «дугая реклама».

Тема 11

Политический имидж в электоральных исследованиях

План

1. Политический имидж: сущность, структура, функции.

2. Политический имидж в электоральном процессе.

3. Опыт исследований политического имиджа в электоральной социологии.

Контрольные вопросы и проблемные задания

1. Известно, что если человеку пририсовать закрученные усики, его лицо становится открытым для психологического анализа. Аналитический отдел Русского журнала провел

соответствующее исследование. Группе респондентов были продемонстрированы портреты некоторых ведущих российских и мировых политиков, а также некоторых исторических личностей. От респондентов требовалось сообщить, с кем ассоциируется каждый портрет. Вот результаты (ассоциации на соответствующее лицо):

1. Владимир Путин: «Лицо, принимающее решение» (100%).
2. Александр Волошин: «Кардинал Ришелье» (65%), «Кардинал Мазарини» (25%), «Кардинал из романа Э.Л. Войнич «Овод» (10%).
3. Михаил Касьянов: «Профессиональный игрок в покер» (100%).
4. Сергей Миронов: «Мещанин во дворянстве» (60%), «Слесарь на свадьбе» (40%).
5. Валентина Матвиенко: «Клинт Иствуд» (55%), «Антонио Бандерас» (40%), «Вячеслав Тихонов» (5%).
6. Юрий Лужков: «Процветающий американский психоаналитик» (65%), «Английский лорд» (20%), «Грузинский князь» (15%).
7. Александр Лебедь: «Майор» (40%), «Подполковник» (20%), «Полковник» (20%).
8. Эдуард Россель: «Наполеон» (40%), «Муссолини» (30%), «Паваротти» (30%).
9. Геннадий Селезнев: «Ротшильд» (50%), «Рокфеллер» (30%), «Ротвейлер» (20%).
10. Геннадий Зюганов: «Русский офицер конца XIX века» (20%), «Французский преуспевающий банкир конца XIX века» (50%), «Великий французский писатель конца XIX века» (30%).
11. Владимир Жириновский: «Портос» (70%), «Атос» (25%), «Арамис» (5%).
12. Ирина Хакамада: «Гитлер» (45%), «Гиммлер» (30%), «Буденный» (25%).
13. Борис Немцов: «Джефф Питерс» (40%), «Остап Бендер» (40%), «Сельский ловелас» (20%).
14. Олег Морозов: «Гитлер» (45%), «Гиммлер» (30%), «Буденный» (25%).
15. Евгений Примаков: «Кутузов в Филях» (60%), «Меншиков в Березове» (35%), «Березовский в Лондоне» (5%).
16. Иосиф Сталин: «Гитлер» (45%), «Гиммлер» (30%), «Буденный» (25%).
17. Адольф Гитлер: «Молодой еврейский маклер» (50%), «Молодой цыганский борон» (50%).
18. Саддам Хусейн: «Джефф Питерс» (40%), «Остап Бендер» (40%), «Сельский ловелас» (20%).
19. Джордж Буш-младший: «Трехлетний ребенок, нацепивший папины усы» (100%).
20. Иисус Христос: «Лицо, принимающее решение».

Как все это можно использовать в избирательных технологиях и политической рекламе?

2. Основные функции имиджа: номинативная – имидж обозначает, выделяет, дифференцирует личность политика в среде других, демонстрирует лучшие качества, подчеркивая достоинства; эстетическая – имидж вызывает впечатление, производимое на публику лидером; адресная – имидж связывает целевую аудиторию, отвечая на запрос электората; коммуникативная – обеспечивает эффективность информации, облегчающей ее восприятие и «режим наибольшего благоприятствования» и этим подготавливает почву для формирования установки на выбор именно этого кандидата. Раскройте эти функции.

3. Выделяют следующие этапы конструирования рекламного имиджа политики: определение требований аудитории (ее сегментов), сравнение реальных качеств кандидата с ожиданиями аудитории, отбор тех характеристик, которые востребованы жизнью и имиджем, перевод выбранных характеристик в разные знаковые контексты. Сравните данные этапы с этапами рекламной кампании в сфере культуры и т.д., найдите сходства и отличия.

4. Основные функции имиджа: номинативная – имидж обозначает, выделяет, дифференцирует личность политика в среде других, демонстрирует лучшие качества, подчеркивая достоинства; эстетическая – имидж вызывает впечатление, производимое на публику лидером; адресная – имидж связывает целевую аудиторию, отвечая на запрос электората; коммуникативная – обеспечивает эффективность информации, облегчающей ее восприятие и «режим наибольшего благоприятствования» и этим подготавливает почву для формирования установки на выбор именно этого кандидата. Раскройте эти функции применительно к рекламной деятельности.

5. Выделяют следующие этапы конструирования рекламного имиджа политики: определение требований аудитории (ее сегментов), сравнение реальных качеств кандидата с ожиданиями аудитории, отбор тех характеристик, которые востребованы жизнью и имиджем, перевод выбранных характеристик в разные знаковые контексты. Сравните данные этапы с этапами рекламной кампании в сфере культуры и т.д., найдите сходства и отличия.

6. Опишите особенности политической рекламы различных субъектов:

Субъекты

политики

Критерии

сравнения

Государство Политические партии Профсоюзы Политические лидеры Другое (впишите)

Цель

Средства

Другое (впишите)

Тест

1. Работа по созданию имиджей людей и организаций стали профессией специалистов по:

а) связям с общественностью

б) рекламе

в) социальной инноватике

2. Имиджмейкер – это специалист по:

а) разработке PR-технологий

б) культурологии

в) компьютерной графике

г) созданию имиджа людей и организации.

3. Работа по созданию имиджей людей и организаций стала профессиональной деятельностью, особых специалистов:

а) имиджмейкеров б) маржинистов в) маклеров

4. Параметр, по которому определяется популярность программы, станции, политической партии и т.д.:

а) рентинг б) рейтинг в) реинжиниринг

5. Социальный субъект, которого в журналистском корпусе принято рассматривать в качестве привычного и достоверного источника информации:

а) ньюсмейкер

б) лидер мнений

в) спичрайтер

г) специалист по связям с общественностью

5. Свойство некоторых лидеров внушать своим последователям веру в их сверхъестественные способности:

а) урбанизм

б) магия

в) харизма

г) субкультура

6. Вид коммуникации, заключающийся в обсуждении, сопоставлении различных мнений для выработки общего мнения:

а) реклама

б) дискриминация

в) выборы

г) дискурс

7. Специалист, компетентность которого позволяет успешно решить трудноформализуемую задачу при оценке эффективности рекламных текстов:

а) лидер

б) модератор

в) инноватор

г) эксперт

8. Работа по созданию имиджей людей и организаций стали профессией специалистов по:

а) связям с общественностью б) рекламе в) социальной инноватике

9. Имиджмейкер – это специалист по:

а) разработке PR-технологий

б) культурологии

в) компьютерной графике

г) созданию имиджа людей и организации

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Сайты учреждений и организаций, архивы и банки данных

Репозиторий Тверского госуниверситета

<http://eprints.tversu.ru/information.html>

Выборы: теория и практика. Научно-практический журнал //

http://ryazan.izbirkom.ru/etc/%E2%84%9608_4_version.pdf.

Журнал о выборах

<http://www.rcoit.ru/e-library/books/155>.

Избирательная комиссия Тверской области

www.tver.izbirkom.ru.

Избирательные системы

<http://www.grandars.ru/college/sociologiya/ponyatie-izbiratelnoy-sistemy.html>.

Социологические журналы в Web

<http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm>

Российские социологические журналы

<http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm>

Каталог статей по социологии в Интернете

http://socionet.ieie.nsc.ru/Files/article_sociologia/1.xml

Российская государственная библиотека

<http://www.rsl.ru>

Электронная Интернет библиотека IQlib.ru – электронные учебники и учебные

пособия

Электронная библиотека по социальным и гуманитарным дисциплинам.

<http://www.auditorium.ru>

Единое окно доступа к образовательным ресурсам

<http://window.edu.ru/>

Единый архив экономических и социологических данных (ЕАэсд)

<http://sophist.hse.ru/>

Институт социологии РАН

<http://www.isras.ru>

Социология: методология, методы, математические модели

<http://www.nir.ru/socio/scipubl/4M.htm>

Социологический институт Российской академии наук

<http://socinst.ru/ru/node/1>

Социология: 4М

<http://www.isras.ru/4M.html>

Социологическая наука и социальная практика

<http://jour.isras.ru/index.php/snsp>

Социологические исследования

<http://socis.isras.ru/>

Социологический журнал

<http://jour.isras.ru/index.php/socjour>

Социологическое обозрение

<https://sociologica.hse.ru/>

Федеральный информационный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»

<http://www.ecsocman.hse.ru>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
Бызов Л.Г. Социологические исследования выборов – Режим доступа: <http://www.proza.ru/2011/09/13/1330>.

Методы исследования электоральной карты России – Режим доступа:
http://whoweregain.ucoz.ru/news/4_3_metody_issledovaniya_ehlektoralnoj_karty_ross/2013-07-23-155.

Михайлов В.А., Михайлов С.В. Электоральная социология: Учебное пособие. Часть 1. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2014. - 304 с. – Режим доступа: <http://eprints.tversu.ru/information.html>.

Михайлов В.А., Михайлов С.В. Электоральная социология: Учебное пособие. Часть 2. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2014. - 304 с. – Режим доступа: <http://eprints.tversu.ru/information.html>.

Методы исследования электорального поведения – Режим доступа:
<http://christocio.info/content/view/940>.

Ротман Д.Г. Электоральные исследования: сущность и технология – Режим доступа:
<http://ecsocman.hse.ru/data/816/690/1217/011.ROTMAN.pdf>.

Социологическое сопровождение избирательной кампании – Режим доступа:
<http://opros-center.info/article302.htm>.

Халипов В. Электоральная кратология – Режим доступа:
http://politology.vuzlib.org/book_o_251_page_26.html.

Электоральная география – Режим доступа:
<http://www.electoralgeography.com/ru/articles>.

Электоральная политология: учебно-методическое пособие – Режим доступа:
<http://www.politregionalistika.ru>.

Электоральные социологические исследования – Режим доступа:
<http://elib.bsu.by/bitstream>.