

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Социология общественного мнения

Направление подготовки 39.03.01 Социология
Направленность (профиль) «Аналитика и консалтинг»
Форма обучения – Очная, заочная
Год начала обучения 2026 г.

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Тема 1. Социология общественного мнения как отрасль социологического знания

Тема 2. Предпосылки формирования теории общественного мнения.

Тема 3. Современный этап в изучении общественного мнения

Тема 4. Сущность и параметры общественного мнения

Тема 5. Объект и субъект общественного мнения

Тема 6. Основные свойства и характеристики общественного мнения

Тема 7. Структура и функции общественного мнения

Тема 8. Способы формирования общественного мнения

Тема 9. Общественное мнение и общественное сознание

Тема 10. Общественное мнение и социальные стереотипы

Тема 11. Стереотипы восприятия и оценки, методы их разрушения

Тема 12. Общественное мнение и политическая власть: особенности взаимодействия

Тема 13. Каналы распространения общественного мнения

Тема 14. Средства массовой информации как основные каналы формирования и выражения общественного мнения

Тема 15. Слухи как вид социальной коммуникации и функционирования общественного мнения

Тема 17. Центры изучения общественного мнения в современном мире

Тема 18. Общественное мнение в условиях глобализации.

Тема 19. Методология эмпирического социологического изучения общественного мнения

Тема 20. Выборочный метод в исследованиях общественного мнения

Тема 21. Политические опросы общественного мнения и политический маркетинг

Тема 22. Методы исследования общественного мнения в интернет-пространстве

Тема 23. Метод социологического наблюдения в исследованиях общественного мнения

Тема 24. Использование контент-анализа и метода фокус-групп для анализа общественного мнения

Введение

Целью методических указаний является формирование набора универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра по направлению подготовки 39.03.01 Социология.

Основные задачи:

- раскрыть основные теоретические разделы рабочей программы по социологии общественного мнения;
- сформировать у студентов навыки самостоятельной познавательной деятельности, необходимые для их дальнейшего самообразования;
- развить мотивацию самостоятельности познавательной деятельности как потребности в получении новых знаний;
- раскрыть творческие способности студентов.

В результате усвоения тем и разделов дисциплины «Социология общественного мнения», работы на практических занятиях у студентов должны сформироваться следующие компетенции:

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: УК-5</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-1 УК-5 выбирает способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения	- не умеет выбирать способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения	- частично умеет выбирать способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения	- хорошо умеет выбирать способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения	- в полном объеме умеет выбирать способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения
ИД-3 УК-5 анализирует различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его	- не умеет анализировать различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его	- частично умеет анализировать различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его	- хорошо умеет анализировать различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его	- в полном объеме умеет анализировать различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его

развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе, познании и самого себя.	развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе в процессе социологического изучения общественного мнения	мироздания и перспективах его развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе в процессе социологического о изучения общественного мнения	перспективах его развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе в процессе социологического общественного мнения	об основах мироздания и перспективах его развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе в процессе социологического о изучения общественного мнения
<i>Компетенция: ПК-4</i>				
ИД-2 ПК-4 Анализирует поведение участников потребительского рынка	- не умеет анализировать влияние общественного мнения на поведение участников потребительского рынка	- частично умеет анализировать влияние общественного мнения на поведение участников потребительского о рынка	- хорошо умеет анализировать влияние общественного мнения на поведение участников потребительского рынка	- в полном объеме умеет анализировать влияние общественного мнения на поведение участников потребительского о рынка
ИД-3 ПК-4 Разрабатывает техническое задание и инструментарий прикладного социологического исследования для анализа рынков	- не умеет разрабатывать техническое задание и инструментарий прикладного социологического исследования для изучения различных аспектов общественного мнения	- частично умеет разрабатывать техническое задание и инструментарий прикладного социологического о исследования для изучения различных аспектов общественного мнения	- хорошо умеет разрабатывать техническое задание и инструментарий прикладного социологического исследования для изучения различных аспектов общественного мнения	- в полном объеме умеет разрабатывать техническое задание и инструментарий прикладного социологического о исследования для изучения различных аспектов общественного мнения
ИД-4 ПК-4 Применяет методы прикладного маркетингового исследования	- не умеет применять методы прикладного исследования в политическом маркетинге	- частично умеет применять методы прикладного исследования в политическом маркетинге	- хорошо умеет применять методы прикладного исследования в политическом маркетинге	- в полном объеме умеет применять методы прикладного исследования в политическом маркетинге

Структура методических указаний определяется его содержанием и дидактическими задачами. Каждая тема снабжена описанием содержания темы, вопросами для обсуждения, практическими заданиями и вопросами для формирования и контроля владения компетенциями и списком рекомендованной литературы. Это позволяет сформировать единую логику

изложения каждой темы, что дает возможность формировать у студентов умение строить относительно логичные и последовательные частные суждения на основе общего подхода.

Большинство заданий нацелено на аналитическую работу студентов на основе активизации многих интеллектуальных функций: сравнения и сопоставления, абстрагирования и конкретизации, классифицирования и обобщения и др. Так, например, метод конкретной ситуации развивает способность анализировать и самостоятельно формулировать познавательные задачи. Выполнение конкретного задания при знакомстве студента с новым материалом помогает глубже понять изучаемый материал, выделить познавательные задачи и цели учебной деятельности.

На практических занятиях студенты углубляют и закрепляют теоретические знания, вырабатывают аналитические умения, приобретают навыки самостоятельной познавательной деятельности.

В результате выполнения практических заданий студент должен:
знать:

- теоретические положения современных концепций общественного мнения;
- место и роль общественного мнения в управлении социальными процессами, происходящими во всех областях жизнедеятельности современного общества;
- взаимосвязь элементов социальной системы и их взаимодействия; функции и каналы распространения общественного мнения на формальном и неформальном уровнях;
- методологические основы проведения массовых опросов по проблемам общественного мнения.

уметь:

- применять конструктивные способы и средства анализа общественного мнения;
- анализировать опыт организации и проведения опросов общественного мнения на примере деятельности наиболее значимых социологических институтов и организаций в России и за рубежом;
- практически разрабатывать программы изучения общественного мнения.

владеть:

- процедурой сбора, обработки и анализа первичной социологической информации;
- навыками научного анализа общественного мнения различных социально-профессиональных и социально-территориальных групп и общностей.

Данный курс реализуется в рамках направления подготовки 39.03.01 Социология, относится к части, формируемой участниками образовательных отношений по профилю «Аналитика и консалтинг».

Данное пособие по структуре и содержанию соответствует программе

курса, темы практических занятий соотносятся с темами лекций, а содержательная часть занятий дополняет и углубляет лекционный материал.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1-2

Тема 1. Социология общественного мнения как отрасль социологического знания

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с предметом и методами, базовыми понятиями, используемыми в данной области, а также с современными подходами к управлению различными организационными структурами.

План:

1. Определение понятия «общественное мнение».
2. Цели и задачи дисциплины.
3. Место социологии общественного мнения в системе социологических наук.
4. Теоретическое и практическое значение изучения общественного мнения.

Теоретическая часть

1. Общественное мнение — это сложный социальный феномен, который отражает совокупность представлений, оценок и суждений, разделяемых большинством членов общества или его значительной частью. Оно формируется под влиянием различных факторов, таких как культура, политика, экономика и СМИ, и играет важную роль в жизни общества.

Понятие «общественное мнение» имеет долгую историю. В античности философы, такие как Аристотель и Платон, обсуждали роль мнений в управлении обществом. В эпоху Просвещения мыслители, такие как Джон Локк и Жан-Жак Руссо, подчеркивали значение общественного мнения как инструмента демократии. В XX веке социологи, такие как Уолтер Липпман и Элизабет Ноэль-Нойман, разработали современные теории, объясняющие природу и функции общественного мнения.

Сегодня общественное мнение рассматривается как динамический процесс, который включает в себя формирование, распространение и изменение мнений. Оно может быть выражено через опросы, дискуссии в СМИ или социальных сетях. Важно отметить, что общественное мнение не всегда отражает объективную реальность, так как оно может быть подвержено манипуляциям и искажениям.

Ключевые характеристики:

- **Коллективность:** общественное мнение формируется группой людей.
- **Динамичность:** оно меняется под влиянием событий и информации.
- **Нормативность:** отражает ценности и нормы общества.
- **Функциональность:** выполняет регулятивную, интегративную и

коммуникативную функцию.

2. Социология общественного мнения как научная дисциплина ставит перед собой несколько ключевых целей и задач, которые помогают понять природу и роль общественного мнения в обществе.

Изучение природы общественного мнения. Одной из главных задач является исследование того, как формируется и изменяется общественное мнение. Это включает анализ факторов, таких как культура, политика, экономика и СМИ, которые влияют на мнения людей.

Разработка методологии исследования. Социология общественного мнения разрабатывает методы и инструменты для изучения мнений. Это включает опросы, интервью, фокус-группы и контент-анализ. Важно, чтобы эти методы были надежными и валидными.

Прогнозирование и управление. Еще одной задачей является прогнозирование изменений в общественном мнении и разработка стратегий управления им. Это особенно важно в политике, экономике и социальной сфере.

Этические аспекты. Дисциплина также изучает этические вопросы, связанные с исследованием и использованием общественного мнения. Это включает проблемы конфиденциальности, манипуляции и ответственности исследователей.

3. Социология общественного мнения занимает важное место в системе социологических наук, так как она изучает один из ключевых аспектов социальной жизни — мнения и отношения людей.

Связь с общей социологией. Общая социология предоставляет теоретическую базу для изучения общественного мнения. Она помогает понять, как общественное мнение связано с другими социальными явлениями, такими как культура, политика и экономика.

Взаимодействие с политической социологией. Политическая социология изучает роль общественного мнения в политических процессах, таких как выборы, принятие решений и формирование политических институтов. Это помогает понять, как мнения влияют на власть и управление.

Связь с социологией культуры. Социология культуры исследует, как культурные нормы и ценности влияют на формирование общественного мнения. Это важно для понимания различий в мнениях между разными социальными группами.

4. Практическое значение. Социология общественного мнения имеет большое практическое значение. Ее методы и теории используются в политике, маркетинге, PR и других областях для анализа и управления мнениями.

Таким образом, социология общественного мнения — это важная дисциплина, которая изучает природу, функции и роль общественного мнения в обществе. Она использует различные методы и подходы для анализа мнений и помогает понять, как они формируются и изменяются. Это делает ее незаменимым инструментом для изучения и управления социальными процессами.

Вопросы и задания:

1. Что изучает социология общественного мнения?
2. Чем отличается общественное мнение как предмет исследования в различных науках (социологии, философии, психологии и др.)?
3. Какова роль и место теории общественного мнения в системе социологического знания?
4. Перечислите основные гносеологические принципы анализа общественного мнения.
5. Назовите основные методы рассмотрения общественного мнения.
6. Выделите теоретическую и практическую значимость социологического изучения общественного мнения.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон.

ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.pu.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3-4

Тема 2. Предпосылки формирования теории общественного мнения.

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с историей социологии общественного мнения.

План:

1. Античные и средневековые представления об общественном мнении
2. Развитие представлений об общественном мнении в эпоху Просвещения.
3. Концептуальные подходы к изучению общественного мнения в XIX–XX веках

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено основным хронологическим этапам научного изучения общественного мнения, становлению теории общественного мнения в России и зарубежной общественной мысли.

Вопросы и задания:

1. Когда, где и почему зародились первые представления об общественном мнении?
2. В чем состояла специфика основных подходов к пониманию сущности этого социального явления в античной философии?
3. Кто и когда впервые употребил термин «общественное мнение»?
4. Каковы были представления об общественном мнении итальянских мыслителей эпохи Возрождения?
5. Как рассматривали роль общественного мнения английские философы-материалисты XVI – XVII вв.?
6. Каковы были взгляды деятелей французского Просвещения на природу и функции общественного мнения?

7. Определите вклад немецких философов конца XVIII – начала XIX века в создание теории общественного мнения.

8. Хронологически выделите основные периоды научного изучения общественного мнения.

9. Раскройте основные подходы к пониманию исследуемого феномена, доминировавшие в каждом из названных периодов.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>

2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>

2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.

3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5-6

Тема 3. Современный этап в изучении общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с параметрами и характеристикой общественного мнения.

План:

1. Особенности и история развития социологии общественного мнения в России.
2. Теории общественного мнения в XX веке.
3. Современная социология общественного мнения

Теоретическая часть.

Начало изучения общественного мнения в России связано, в первую очередь, с развитием этого феномена в условиях становления и развития капитализма во второй половине XIX века.

Первые попытки теоретической интерпретации общественного мнения в российской научной мысли приходятся на рубеж XIX – XX веков. В этом плане нельзя не отметить работу профессора Московского университета В.М.Хвостова (1868-1920гг.) под названием «Общественное мнение и политические партии» (1906).

В послеоктябрьской России изучение общественного мнения на фундаментальном уровне продолжилось, особенно в двадцатые годы XX века. Так, в работе В.Кузьмичева «Организация общественного мнения» (1929) были поставлены проблемы диалектической связи и взаимовлияния общественного, группового и индивидуальных мнений, перехода количественных изменений в становлении общественного мнения в качественные, скачкообразности в его развитии, сознательного воздействия на его формирование, борьбы с незрелыми, ложными мнениями.

В 1930-е годы исследования прекратились и лишь с начала шестидесятых годов в условиях хрущевской «оттепели» ученые продолжили разработку теоретико-методологических подходов к изучению проблем общественного мнения. Среди основополагающих работ советских

исследователей можно выделить: «Общественное мнение советского общества» (1963) А.К. Уледова, «Мнение о мире и мир мнений» (1967) Б.А.Грушина, «Мнение в системе человеческого познания» (1973) Л.А.Ерунова, «Пирамида мнений. Общественное мнение: природа и функции» (1980), «Общественное мнение: история и современность» (1988) М.К.Горшкова и ряд других.

В социологической науке XXI в. представлено более пятидесяти определений общественного мнения, каждое из которых выделяет в исследуемом явлении одну из сторон в качестве базовой. На основе этой характеристики строится теоретическая конструкция изучаемого явления и разрабатывается методологическая основа ее эмпирического исследования.

Статистический (прагматический) подход к общественному мнению в качестве основных ставит вопросы его целенаправленного формирования системой социальных и государственных институтов и средств массовой информации. Статистический подход опирается на определения, которые можно эмпирически использовать в прикладных исследованиях и реализовывать в целенаправленном управлении субъектом общественного мнения.

Гносеологический подход рассматривает феномен общественного мнения как специфический способ отражения действительности в коллективном (массовом) сознании — «особого рода моральное надстроечное учреждение», «ценностно окрашенное мнение и способ поведения», «духовная деятельность, продукты которой имеют духовную природу» или «социальное суждение осознающего себя сообщества».

Институциональный подход рассматривает общественное мнение как специфический социальный институт, возникающий и развивающийся только в демократическом обществе, обладающий определенной структурой и выполняющий общественно значимые функции^[11].

Функциональный подход интерпретации общественного мнения имеет давнюю традицию. Первые теории, которые можно отнести к данному подходу, были сформулированы еще в Античности и выделяли в качестве основной функции коллективного мнения социальный контроль поведения членов общности. Таково публичное мнение у Платона, Сенеки и позже в работах Дж. Локка, Юма и других великих философов. Так же определял общественное

Социально-психологический подход к общественному мнению выделяет в качестве предмета изучения эмоциональное отношение личности и больших социальных групп к актуальным проблемам. Оригинальная социально-психологическая концепция общественного мнения в русле демоскопической социологии разработана Э. Ноэль-Нойман. В ее основе лежит понимание общественного мнения как «социальной кожи», охватывающей все общество и ограничивающей его социальное пространство.

Вопросы и задания:

1. В какую историческую эпоху началось изучение общественного мнения в нашей стране?
2. Каковы подходы к пониманию общественного мнения В.Хвостова?
3. Как развивалось научное изучение общественного мнения в советскую эпоху?
4. В чем особенность развития российской социологии общественного мнения в настоящее время?
5. Раскройте основные положения современного статистического (прагматического) подхода к исследованию общественного мнения.
6. Перечислите основные современные теоретические подходы к изучению общественного мнения.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон.

ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7-8

Тема 4. Сущность и параметры общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с параметрами и характеристикой общественного мнения.

План:

1. Природа общественного мнения.
2. Условия функционирования и развития общественного мнения
3. Пространство существования общественного мнения

Теоретическая часть.

Проблема понятийной определенности общественного мнения во многом связана со спецификой природы этого феномена. Социологи, принадлежащие к разным научным школам, и выделяющие разные грани социальной жизни, охватываемые общественным мнением, предлагают дефиниции, которые не могут полностью выразить сущность изучаемого социального явления.

Общественное сознание можно определить как систему духовных (рационально-логических, эмоциональных, связанных с воображением, иррациональных и т.п.) способов отношения людей к миру и самим себе, возникающую в процессе жизнедеятельности различных типов и видов социальных общностей и «обслуживающую» эту жизнедеятельность.

Структура содержания общественного сознания как целостного духовного образования чрезвычайно сложна. Она включает в себя ряд уровней:

- теоретическое (логическая система знаний и представлений об окружающей действительности) и обыденное (результат социального опыта

людей, практического освоения действительности, связанное с условиями жизни людей) сознание;

- общественная психология (эмоциональное отношение людей к какому-либо событию, явлению, факту);

- идеология (совокупность идей, теорий, ценностей и мировоззренческих установок).

Выделяют ряд форм общественного сознания:

- политические идеи;
- правосознание;
- мораль, религия;
- философия, наука;
- искусство и т.д.

Пространство существования общественного мнения определяется взаимодействием двух основных факторов: значимостью социальной проблемы для субъекта общественного мнения (степень близости к проблеме, включенность в проблему) и его возможностью участвовать в их решении.

Вопросы и задания:

1. Назовите основные объективные и субъективные условия существования общественного мнения.
2. Какие факторы определяют пространство существования общественного мнения?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>

2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>

2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.

3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное

пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9-10

Тема 5. Объект и субъект общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с параметрами и характеристикой общественного мнения.

План:

1. Объект и субъект общественного мнения.
2. Структура субъекта общественного мнения.
3. Эволюция субъекта общественного мнения: толпа-масса – общественность.

Теоретическая часть.

Ключевые элементы природы общественного мнения раскрываются в понятиях «объект общественного мнения» и «субъект общественного мнения».

Объект общественного мнения – это то, по поводу чего складывается общественное мнение.

В принципе общественное мнение может судить «обо всем на свете».

Однако реально объектом общественного мнения становится весьма ограниченный круг проблем. Критериями его выделения являются: актуальность проблемы, «порог доступности», неоднозначность толкования, уровень компетентности, т.е. определенную степень осведомленности людей об объекте общественного мнения.

Объекты общественного мнения по степени сложности можно разделить на объекты-факты, объекты-события, объекты-явления (процессы).

Если она низка, то человеку трудно сформировать собственное мнение, принять участие в обсуждении вопроса. Компетентность общественного мнения, по мнению Л.Г.Судас, определяется такими факторами, как уровень образованности населения, специфика национальной культуры, национальной истории, уровень информированности населения по текущим вопросам, степень идейно-политической дифференциации СМИ и т.п.

Субъект общественного мнения – это социальная общность (малая, средняя или большая), обладающая совместным интересом и стремящаяся к его защите.

Соответственно в роли субъекта может выступать мировое сообщество, народ в целом, социально-классовые, социально-территориальные, социально-профессиональные, социально-демографические общности людей, а также первичные коллективы (учебные, производственные, воинские и т.д.).

Выразителями общественного мнения могут быть любые объединения людей, организации, средства массовой информации (газеты, радио, телевидение и т.д.), а также отдельные люди. Большое значение в этом процессе имеют уже упоминавшиеся выше лидеры.

Большое распространение, как в публицистике, так и в общественных науках, получил термин «общественность», который используется для обозначения социальных сил, связанных с общественным мнением. История общественности – это история постепенного превращения ее в самостоятельную общественную силу.

Вопросы и задания:

1. Как связаны между собой общественное мнение и общественное сознание?
2. Как соотносятся понятия: индивидуальное, коллективное, групповое и общественное мнение?
3. Что может выступать в качестве объекта общественного мнения?
4. Каковы критерии отбора объекта общественного мнения?
5. Покажите специфику понятий «носитель общественного мнения» и «выразитель общественного мнения».
6. В чем заключается монистическая и плюралистическая традиция в определении субъекта общественного мнения?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 11-12

Тема 6. Основные свойства и характеристики общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения

темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с параметрами и характеристикой общественного мнения.

План:

1. Гносеологические свойства общественного мнения.
2. Инструментальные свойства общественного мнения.
3. Институциональные свойства общественного мнения

Теоретическая часть.

Реальное бытие изучаемого феномена допустимо представить, как проявление в той или иной степени его свойств. Выявление и оценка общественного мнения в широком плане представляют собой измерение соответствующих отдельных свойств либо всех их в совокупности.

В литературе существуют различные подходы к определению количества и номенклатуры свойств. Рассмотрим подход к их определению, предложенный Д.П. Гаврой.

Первая категория свойств относится к числу базисных свойств общественного мнения, характеризующих его гносеологическую природу и отражательную способность.

Вторую категорию составляют инструментальные свойства и характеристики, они могут быть эмпирически измерены.

Третью категорию свойств объединены такие характеристики изучаемого феномена, которые связаны с социальной стороной его бытия и отражают преимущественно социологический аспект его природы.

Вопросы и задания:

1. Назовите основные категории свойств общественного мнения.
2. Какие свойства общественного мнения фиксируются и измеряются в ходе социологических опросов?
3. Какими параметрами характеризуется зрелое общественное мнение?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 13-14

Тема 7. Структура и функции общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком со структурой и основными свойствами общественного мнения.

План:

1. Базисная (статическая структура) общественного мнения.
2. Динамическая структура общественного мнения.
3. Функции общественного мнения.

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено основным базисным компонентам общественного мнения: рациональной, эмоциональной и волевой. Динамическую структуру следует рассматривать в виде трех основных, сменяющих друг друга фаз: становления, функционирования и убывания.

Вопросы и задания:

1. Каковы основные компоненты базисной (статической) структуры общественного мнения?
2. Выделите основные фазы и стадии жизненного цикла общественного мнения.
3. Охарактеризуйте основные функции общественного мнения.
4. Какие функции общественного мнения реализуются в сегодняшнем обществе в полной мере, а какие частично?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.**Основная литература:**

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 15-16

Тема 8. Способы формирования общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с методологическими основами социологии общественного мнения.

План:

1. Механизмы и источники формирования общественного мнения.
2. Факторы формирования общественного мнения.
3. Роль коммуникации в формировании общественного мнения.

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено целенаправленным и стихийным способам формирования общественного мнения; рассмотрено соотношение формально-декларируемого и латентного мнения; проанализировано влияние на формирование мнения социальной ситуации, группового опыта и индивидуальной позиции субъекта.

Вопросы и задания:

1. Назовите основные механизмы формирования общественного мнения.
2. Какие элементы входят в систему целенаправленного воздействия на формирование общественного мнения?
3. Какую роль играет социальное настроение в процессе продуцирования общественного мнения.

4. Что включает в себя понятие «код состояния общественного мнения»?
5. Какова роль коммуникации в формировании общественного мнения?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.pu.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 17-18

Тема 9. Общественное мнение и общественное сознание

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с уровнями и формами общественного сознания, а также технологией диагностики общественного настроения.

План:

1. Общественное сознание: понятия, структура и формы.
2. Соотношение общественного сознания и общественного мнения.

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено рассмотрению социального сознания как общественного, группового (классовое) и индивидуального (личностное); анализу уровней общественного сознания: обыденного и теоретического, идеологии общественной психологии; изучению форм сознания: религии, науки, искусства, философии, политического сознания, морали и права.

Вопросы и задания:

1. Назовите уровни и формы общественного сознания.
2. Что такое общественное настроение?
3. Каково соотношение общественного сознания и общественного мнения?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>

2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>

page=book&id=210883

2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.

3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. — Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. — 84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 19-20

Тема 10. Общественное мнение и социальные стереотипы

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с феноменом социального стереотипа и его влияния на формирование общественного мнения.

План:

1. Понятие социального стереотипа.
2. Теория стереотипизации У. Липпмана
3. Концепция стереотипизации общественного мнения У. Липпмана.
4. Создание социальных стереотипов с помощью средств массовой

информации.

5. Мода как частный феномен проявления социального стереотипа.

6. Скрытые и явные проявления стереотипного поведения.

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено рассмотрению социального стереотипа через несколько аспектов: когнитивный, аффективный, социально-психологический и социологический.

Вопросы и задания:

1. Что такое «стереотип»?
2. Назовите механизмы формирования социальных стереотипов.
3. Перечислите основные приемы выявления стереотипов.
4. Какие функции выполняют стереотипы в обществе?
5. Т. Адорно рассматривает стереотип как «приспособление для удобного видения вещей». Как Вы можете прокомментировать его высказывание?
6. Назовите четыре аспекта стереотипов, которые выделил У. Липпман
7. У. Липпман утверждал, что «Стереотипы — крепость, стоящая на страже наших собственных традиций, и под ее прикрытием мы можем чувствовать себя безопасно в том положении, которое мы занимаем». Как Вы можете прокомментировать его высказывание?
8. Каким образом возникают стереотипы по У. Липпману?
9. Как соотносятся понятия «стереотип» и «общественное мнение»?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 21-22

Тема 11. Стереотипы восприятия и оценки, методы их разрушения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с разновидностями стереотипов и их использовании в управлении общественным мнением.

План:

1. Стереотипы восприятия и оценки.
2. Гендерные стереотипы.
3. Разрушение стереотипов мышления.
4. Использование стереотипов в рекламе

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено рассмотрению социального стереотипа через несколько аспекты восприятия и оценки: эффект ссылки на себя; эффект ложного согласия; оценка ситуации как успеха/победы, как неудачи/поражения; зависимость оценки от текущего психо-эмоционального состояния; зависимость самооценки;

фундаментальная ошибка атрибуции; сравнение своего социального статуса со статусом других; оценка в зависимости от социального статуса; симпатия; авторитет; дефицит; принцип контраста; эффект Барнума; первое впечатление; перенос образа родителей и их отношений на отношения с партнером; мотивированное восприятие человека; оценивание по типу хороший-плохой; самоутверждение за счет противопоставления себя (принадлежащего к достойной группе) к группе менее достойной; самоутверждение за счет унижения других; родитель-ребенок, а также гендерным стереотипам.

Вопросы и задания:

1. Какие стереотипы восприятия и оценки Вы знаете?
2. Назовите механизмы разрушения стереотипов.
3. Что такое эффект Барнума?
4. Создайте и заполните таблицу «Гендерные стереотипы», разделив их на три группы: 1) стереотипы, связанные с приписыванием мужчинам и женщинам психологических качеств и свойств личности 2) стереотипы, связанные с семейными и профессиональными ролями; 3) стереотипы, которые связаны с различиями в содержании труда.
5. Как стереотипы используются в рекламе?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал.

федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 23-24

Тема 12. Общественное мнение и политическая власть: особенности взаимодействия

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с режимами взаимодействия общественного мнения и власти.

План:

1. Взаимосвязь и взаимодействие общественного мнения и власти: природа и характеристика.
2. Типология отношений общественного мнения и власти.
3. Режимы взаимодействия общественного мнения и власти.

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено рассмотрению режимов взаимодействия общественного мнения и власти: 1) режим подавления общественного мнения со стороны властных структур; 2) режим игнорирования общественного мнения; 3) режим патернализма власти по отношению к общественному мнению; 4) режим сотрудничества; режим диктатуры общественного мнения.

Вопросы и задания:

1. Почему общественное мнение рассматривают как важный фактор легитимности политической власти?
2. Каковы основные типы и режимы взаимодействия общественного мнения и власти?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 25-26

Тема 13. Каналы распространения общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с особенностями взаимодействия СМИ и общественного мнения.

План:

1. Формальные каналы распространения общественного мнения
2. Неформальные каналы распространения общественного мнения
3. Методические основы диагностики общественного мнения

Теоретическая часть.

Формирование общественного мнения является одновременно процессом его распространения по формальным и неформальным каналам межличностных и межгрупповых коммуникаций. Каналы коммуникации выступают условием и пространством существования общественного мнения.

В качестве формальных каналов формирования и распространения общественного мнения используются официальные источники, выступления лиц, облаченных властью и профессионально занимающихся управленческой деятельностью, а также экспертов, представляющих референтные группы для широкой общественности. Все они целенаправленно распространяют и популяризируют позиции групп интересов с целью получения массовой поддержки своих действий.

Важным формальным каналом формирования и распространения общественного мнения являются референтные группы, в состав которых входят авторитетные ученые, общественные деятели, писатели, журналисты. Созданные по инициативе государства и субсидируемые из средств государственного бюджета, такие союзы и объединения позиционируются как специфическая форма участия народа в управлении.

Главными формальными каналами, выполняющими функции распространения общественного мнения, являются СМИ, перерабатывающие сведения о социальных фактах и превращающие эти сведения в информацию.

Главным неформальным каналом распространения общественного мнения является слух. Задача общественного мнения, существующего в форме слуха, — выработка и озвучивание в процессе

широкого обсуждения ответа на общественный запрос по актуальной теме, не освещаемой официально или освещаемой недостаточно.

Диагностика общественного мнения должна предшествовать каждой стратегической социальной программе, а тем более кардинальным реформам общества. Взвешенный анализ состояния скрытого общественного мнения и оценка степени поддержки предполагаемых новаций должны проводиться на этапе их предварительной разработки.

Вопросы и задания:

1. Какие каналы распространения общественного мнения используются властными структурами?
2. Какие функции выполняют средства массовой информации в сфере формирования общественного мнения?
3. Какую роль в распространении общественного мнения играют межличностные коммуникации на обыденном уровне?
4. Почему неформальные каналы распространения общественного мнения вызывают большее доверие населения, чем официальные?
5. В чем состоит основное отличие слуха от молвы и сплетен?
6. Какие социальные функции выполняют слухи в обществе?
7. Составьте сравнительную таблицу, содержащую основные характеристики формальных и неформальных каналов распространения общественного мнения.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. –

84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 27-28

Тема 14. Средства массовой информации как основные каналы формирования и выражения общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с особенностями взаимодействия СМИ и общественного мнения.

План:

1. Средства массовой информации: субъект формирования и выразитель общественного мнения.

2. Возможности использования СМИ с целью манипулирования массовым общественным сознанием.

3. Особенности взаимодействия СМИ и общественного мнения в современной России.

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено основным элементам и особенностям функционирования средств массовой

информации; рассмотрению способам формирования и замеров общественного мнения посредством целенаправленных воздействий на аудиторию СМИ.

Вопросы и задания:

1. Дайте определение термина «средства массовой информации».
2. Охарактеризуйте основные тенденции развития СМИ в современном мире.
3. Каковы основные аспекты взаимодействия СМИ и общественного мнения?
4. Как СМИ могут манипулировать общественным мнением?
5. Выделите особенности участия российских СМИ в процессе формирования и выражения общественного мнения.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа:

<http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.pu.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 29-30

Тема 15. Слухи как вид социальной коммуникации и функционирования общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с ролью слухов в формировании общественного мнения.

План:

1. Слухи в социальной коммуникации.
2. Виды слухов.
3. Формирование общественного мнения под воздействием слухов.

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено рассмотрению роли слухов в формировании общественного мнения; анализу факторов, обуславливающих возникновение слухов, источников слухов, их видов.

Вопросы и задания:

1. Опишите функциональное поле слухов.
2. Как происходит искажение сообщения в процессе передачи слухов?
3. Какова роль СМИ в распространении слухов?
4. В чем заключается борьба со слухами?
5. В чем состоит сходство и различие феноменов общественного мнения и слухов?
6. Как слухи влияют на формирование общественного мнения?
7. Охарактеризуйте типы слухов, которые могут влиять на формирование общественного мнения.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 31-32

Тема 16. Управление общественным мнением

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с законами управления общественным мнением.

План:

1. Законы управления общественным мнением.
2. Информационные технологии в формировании общественного мнения.
3. Трансформация методов управления общественным мнением в современном мире: от пропаганды к «мягким» технологиям

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено рассмотрению законов управления общественным мнением Х. Кэнтрил, техник и приемов манипулирования общественным мнением, роли в этом процессе информационных технологий.

Вопросы и задания:

1. Какие законы, управляющие формированием общественного мнения были сформулированы Х. Кэнтрилом?
2. Какие существуют средства и методы убеждения в формировании общественного мнения?
3. Какие техники и приемы существуют в манипулировании общественным мнением?
4. На чем основываются цивилизованные формы убеждения?
5. Какую роль играют информационные технологии в формировании общественного мнения?
6. Каким образом может использоваться общественное мнение как социальная технология в управлении социальными процессами?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. —

(Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 33-34

Тема 17. Центры изучения общественного мнения в современном мире

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный

социолог должен быть знаком с деятельностью российских и зарубежных центров изучения общественного мнения.

План:

1. Деятельность зарубежных центров изучения общественного мнения.
2. Центры изучения общественного мнения в России.

Теоретическая часть.

В рамках подготовки к занятию особое внимание должно быть уделено рассмотрению наиболее известных и старейших структур, изучающих общественное мнение в различных странах. Должны быть определены особенности современной ситуации в области изучения общественного мнения и проведения массовых опросов в России, охарактеризованы деятельность современных общероссийских центров изучения общественного мнения (Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), фонд «Общественное мнение», Независимый институт российского общественного мнения и рыночных исследований (РОМИР) и др.).

Вопросы и задания:

1. Какова история изучения общественного мнения в США?
2. Сравните методические подходы к изучению общественного мнения у служб Гэллапа и Харриса.
3. Раскройте историю и методический опыт изучения общественного мнения в Европе.
4. Что представляли собой первые опросы общественного мнения в дореволюционной России?
5. Покажите особенности развития отечественной эмпирической социологии общественного мнения в советский период.
6. Охарактеризуйте деятельность современных общероссийских центров изучения общественного мнения.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>

page=book&id=210883

2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.

3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. — Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. — 84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 35-36

Тема 18. Общественное мнение в условиях глобализации.

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с факторами формирования общественного мнения в условиях глобализации.

План:

1. Влияние международных СМИ.
2. Глобальные проблемы и общественное мнение.
3. Культурные различия в восприятии.

Теоретическая часть.

Общественное мнение в условиях глобализации формируется под влиянием международных СМИ, глобальных проблем и культурных различий. Эти факторы создают как возможности для объединения мира, так и вызовы, связанные с манипуляцией, разногласиями и конфликтами. Понимание этих процессов позволяет лучше анализировать современные тенденции и разрабатывать стратегии для решения глобальных проблем.

Вопросы и задания:

1. Каковы позитивные и негативные аспекты влияния международных СМИ?
2. Приведите примеры манипуляции общественным мнением через международные СМИ.
3. Как социальные сети усиливают влияние международных СМИ?
4. Как культурные нормы и ценности влияют на восприятие информации?
5. Какие меры могут помочь преодолеть культурные разногласия в общественном мнении?
6. Выберите одно глобальное событие (например, военный конфликт или пандемия). Проанализируйте, как это событие освещалось в разных международных СМИ. Какие различия в подаче информации вы заметили?
7. Дебаты. Организуйте дебаты на тему: "Международные СМИ: инструмент объединения или разделения мира?". Разделитесь на две команды: одна защищает позитивное влияние СМИ, другая — негативное.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 274 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. — Москва : Директ-Медиа, 2013. — 488 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>

page=book&id=210883

2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.

3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. — Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. — 84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 37-38

Тема 19. Методология эмпирического социологического изучения общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен разрабатывать дизайн и стратегию прикладного социологического исследования с учетом специфики исследования рынков (ПК-4).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с методологией и методикой эмпирического социологического изучения общественного мнения.

План:

1. Основные методологические подходы к исследованию общественного мнения.
2. Этапы эмпирического социологического исследования.
3. Программа эмпирического социологического исследования.

Теоретическая часть.

В зависимости от определения объекта эмпирического исследования изучение общественного мнения может осуществляться в рамках социально-демографического, социально-психологического, ролевого и социокультурного подходов.

Проведение эмпирического исследования позволяет всесторонне рассмотреть состояние общественного мнения и процессы его функционирования. Полученные данные отражают не только распределение мнений населения по озвученной исследователем теме (как в массовых опросах), но и содержание скрытого (латентного) мнения социальной общности, включая его эмоциональный и рациональный компоненты. Такая информация позволяет оценить степень расхождения в содержании публично высказываемого мнения и существующего в латентном виде на обыденном уровне, определить необходимость управленческого вмешательства в процесс его формирования и функционирования, а также конкретное направление таких действий.

Выделяют следующие методические принципы эмпирического исследования общественного мнения:

1. Целенаправленность, систематичность и поисковый характер исследования.
2. Использование мониторинговых технологий сбора информации, позволяющих обеспечить сопоставимость результатов.
3. Ориентация инструментария исследования на фиксирование изменений, происходящих в объекте исследования и в его взаимодействиях с другими социальными объектами.
4. Возможность практической проверки положений теории общественного мнения эмпирическими методами.
5. Использование результатов исследования в прогностических целях и в целях социального управления коллективным поведением.

Эмпирическое социологическое исследование общественного мнения по актуальной социальной проблеме состоит из комплекса взаимосвязанных процессов и процедур, выполняющихся в определенной последовательности.

Программа социологического исследования — документ, содержащий методологические, методические и процедурные основы исследования социального явления или процесса. Структура программы состоит из двух разделов — методологического и методикопроцедурного.

Вопросы и задания:

1. На основе каких критериев осуществляется типология социальных общностей при социально-демографическом подходе к исследованию

общественного мнения?

2. Какие основные факторы влияют на формирование общественного мнения в городах и в сельской местности?

3. Какие социально-психологические явления выступают объектом исследования при социально-психологическом подходе к изучению общественного мнения?

4. Что является предметом исследования при ролевом подходе к изучению общественного мнения?

5. Перечислите методические принципы эмпирического исследования общественного мнения.

6. Какой методологический подход выделяет в качестве предмета исследования социальные общности или группы?

7. Из каких разделов состоит программа эмпирического исследования общественного мнения?

8. Какие элементы входят в структуру методологического раздела программы эмпирического исследования?

9. Какие исследовательские задачи решаются на подготовительном этапе исследования общественного мнения?

10. Составьте таблицу, конкретизирующую задачи, решаемые на каждом этапе эмпирического социологического исследования.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>

2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>

2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.

3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб.

пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 39-40

Тема 20. Выборочный метод в исследованиях общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен разрабатывать дизайн и стратегию прикладного социологического исследования с учетом специфики исследования рынков (ПК-4).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с выборочными методами в исследованиях общественного мнения.

План:

1. Особенности выборочного метода
2. Методы построения выборочных совокупностей
3. Общая характеристика методов эмпирических исследований общественного мнения
4. Понятие репрезентативности выборки.
5. Разработка инструментария исследования общественного мнения.
6. Обработка и оформление результатов опросов.

Теоретическая часть.

Практика показывает, что социологи наиболее часто обращаются к

такому методу исследования общественного мнения как опрос. Опрос – почти универсальный метод, который при соблюдении надлежащих предосторожностей позволяет получить не менее надежную (систематическую и точную) информацию о мнениях людей, чем при исследовании документов или наблюдении.

Главной целью любого социологического исследования является выявление *качественных* характеристик объекта на основе анализа его *количественных* показателей, доступных для замера и статистической обработки.

Генеральная совокупность (от лат. *generalis* — общий) — все множество социальных объектов, которые предстоит изучить в рамках программы исследования и на которые распространяются выводы исследования, ограниченное территориально-временными пределами.

Пространственные и временные границы генеральной совокупности, как и ее объем, обязательно оговариваются в программе каждого исследования.

Выборочная совокупность — определенное число элементов генеральной совокупности, отобранных по строго заданному правилу и представляющих в целом микро модель генеральной совокупности.

В прикладных социологических исследованиях применяются два вида методов построения выборочных совокупностей. В соответствии с теоретической основой, на которой строятся выборки, они подразделяются на вероятностные (случайные) и целенаправленные (неслучайные).

Репрезентативность выборочной совокупности — свойство выборочной совокупности воспроизводить характеристики генеральной совокупности.

Ошибки выборки — отклонение статистической структуры выборки от структуры соответствующей генеральной совокупности.

Анкета — объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление качественных и количественных характеристик объекта и предмета социологического анализа. Структура анкеты включает три части: вводная, основная и заключительная.

Вопросы и задания:

1. Из каких частей состоит исследовательский замысел?
2. Перечислите виды суждений, в которых выражаются функции общественного мнения.
3. Существует ли специфика и особенности в организации социологического изучения общественного мнения?
4. В чем состоит методологический и методический опыт изучения общественного мнения Дж. Гэллапом?
5. Охарактеризуйте основные подходы к построению выборки в сфере изучения общественного мнения и проблемы, связанные с ее применением.
6. Каково содержание исследовательских процедур, техник, приемов сбора и обработки данных в эмпирических исследованиях общественного мнения?

7. Какие существуют формы репрезентации полученных эмпирических данных?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. – ISBN 978-5-16-012631-9. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>

2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). – ISBN 978-5-8199-0607-1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>

2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.

3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.pu.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 41-42

Тема 21. Политические опросы общественного мнения и политический маркетинг

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен разрабатывать дизайн и стратегию прикладного социологического исследования с учетом специфики исследования рынков (ПК-4).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с особенностями проведения политических опросов общественного мнения и основами политического маркетинга.

План:

1. Политические опросы общественного мнения.
2. Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе.
3. Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге.
4. Особенности проведения исследований в политическом маркетинге

Теоретическая часть.

Основной интерес политтехнологов сосредоточен на поиске методов и способов влияния на общественное мнение и достижение такого состояния электорального сознания и поведения, которое позволяет субъекту политического действия (отдельному политику, заинтересованной группе или партии) продвигать свои идеи в целевую группу и получать от нее максимальную поддержку.

Главным требованием, предъявляемым к методам политических исследований, является оперативность сбора и обработки первичных данных.

Традиционным методом диагностики политического общественного мнения является так называемый OMNIBUS (омнибус), который может проводиться в форме анкетного либо телефонного опроса (CATI - *Computer Assisted Telephone Interview*).

Для замеров электорального поведения в политических исследованиях используются специфические опросные методы — *опросы на входе и на выходе с избирательных участков* и *праймериз (exit polls)*.

В силу специфики современных социальных процессов сегодня технологии управления поведением потребителей и поведением избирателей (и более широко – политическим поведением масс) все более сближаются.

Доминирующая в политическом маркетинге (далее – ПМ) модель электорального поведения трактует избирателя как покупателя,

осуществляющего привычный выбор из известного ему набора партийных брендов.

В комплекс коммуникаций в рамках ПМ входят следующие элементы:

– *паблик рилейшнз* – имеет целью управление общественным мнением и формирование отношения целевых групп к политическому «продукту» с помощью взаимодействия с СМК (публикации в прессе, организация новостных событий, теледебаты, выступления, интервью), а также группового и межличностного взаимодействия с избирателями (митинги, пикеты, встречи и т. п.);

– *политическая реклама* – убеждение целевых групп в достоинствах политического «продукта» и побуждение к его выбору посредством разных видов рекламных обращений (роликов, фильмов, печатных публикаций, сувенирной продукции, наружной рекламы и т. д.) с использованием различных каналов коммуникации (телевидение, радио, пресса, почтовая рассылка, уличная коммуникация);

– *директ-маркетинг* – безадресная и персонализированная почтовая рассылка, телефонный маркетинг и т. д.;

– *личные продажи* – воздействие на мнение электората посредством персонального общения кандидата или его представителей с избирателями (встречи с избирателями, кампания «от двери к двери»);

– *стимулирование сбыта* – различные способы материального стимулирования избирателей (раздача сувениров, подарки, выплаты, бесплатные обеды, концерты и др.).

Вопросы и задания:

1. Проведите оценку позиционирования одной из партий: «Единая Россия», «Справедливая Россия», КПРФ, ЛДПР. На какую целевую аудиторию они ориентированы? Каковы их сильные и слабые стороны? В чем уникальность?

2. Проанализируйте и оцените имидж любого крупного политика.

3. Проведите контент-анализ СМИ. В каких СМИ наиболее часто упоминается каждая из партий: «Единая Россия», «Справедливая Россия», КПРФ, ЛДПР. Почему они упоминаются именно в этих СМИ?

4. Выберите одну из четырех вышеназванных партий. Придумайте для нее информационный повод для публикации в СМИ. Выберите наиболее подходящее СМИ.

5. Подготовьте новость от лица одной из партий в соответствии с правилами формирования новостей.

6. Какие методы используются при проведении политических опросов общественного мнения?

7. Какие характеристики политического субъекта (политика, партии, политического союза) отражает его рейтинг?

8. Какие показатели измеряются в политических исследованиях посредством ранговой шкалы?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.pu.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Тема 22. Методы исследования общественного мнения в интернет-пространстве

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен разрабатывать дизайн и стратегию прикладного социологического исследования с учетом специфики исследования рынков (ПК-4).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с методами исследования общественного мнения в интернет-пространстве.

План:

- 1. Интернет-коммуникации в исследованиях общественного мнения.**
2. Технологии проведения онлайн-исследований
3. Преимущества и недостатки интернет-исследований
4. ИИ-технологии в работе социолога

Теоретическая часть.

Появление и развитие интернет-коммуникаций качественно изменили и ускорили процесс обмена информацией между людьми, расширили возможности и темы информационных взаимодействий. Современные компьютерные коммуникации представляют собой не только новую сферу межличностных и межгрупповых взаимодействий, но и новый вид социальных отношений, не ограниченный территориальным пространством, языковыми и социокультурными различиями.

Социальные исследования в интернет-пространстве начались сравнительно недавно. Если коммерческое использование возможностей сети началось еще в 1980-е гг., то первый онлайн-опрос был проведен только в 1994 г. Начало XXI в. связано с ростом контактов в виртуальной сети, многократным увеличением их объема, скорости, расширением возможностей.

Одним из важных последствий качественных изменений в условиях обмена информацией между людьми в виртуальной среде стал новый уровень общения между социологом и респондентом.

Прямые онлайн-опросы изменяют сущность информационных обменов между людьми, стимулируют активность участников социологического исследования и повышают к ним интерес. Респондент самостоятельно выбирает время, которое ему удобно для заполнения анкеты. Кроме того, у респондента появляется большая уверенность в сохранении его анонимности, поскольку анкета пересылается посредством электронной сети, а не передается лично по месту жительства или работы.

Зарубежные социологи при проведении онлайн-исследований используют семь основных телекоммуникационных технологий:

- 1) рассылка анкет по электронной почте (e-mail-рассылка);
- 2) размещение текстовых анкет в группах новостей (newgroups);
- 3) интернет-форумы, блоги и телеконференции (Bulletin Boards);
- 4) веб-страница (анкета в формате HTML);
- 5) стандартный веб-опросник;
- 6) самозагружающийся опросник;
- 7) online-фокус-группы.

Цифровые решения на основе искусственного интеллекта и нейросетей позволяют обрабатывать большие объемы информации в короткие сроки, проводить аналитические исследования, оптимизировать принятие управленческих решений и обеспечивать персональный подход в работе с клиентами/заказчиками в различных областях.

Подобные трансформации стали возможными в результате развития технологий и беспрецедентного увеличения интернет-аудитории во всем мире.

Одним из ключевых направлений трансформации в социологии стала работа с принципиально новым типом данных – «большими» данными (Big Data).

Цифровой трансформации подверглись и традиционные методы количественного сбора данных, такие как анкетные опросы. Виртуальные ассистенты, чат-боты и другие технологии на основе искусственного интеллекта позволяют автоматизировать процесс проведения опросов, делают их более доступными и удобными для респондентов, снижает человеческий фактор и ошибки, связанные с ним.

Расширение социально-демографических профилей пользователей Интернета позволяет все чаще привлекать респондентов к онлайн опросам, используя поточную выборку (метод River sampling). Данный метод заключается в поиске респондентов через таргетируемую рекламу и направлении отобранной целевой аудитории на прохождение конкретного исследования в режиме реального времени. Респонденты привлекаются везде, где люди проводят время в интернете. Это социальные сети, новостные порталы, приложения и игры, тематические сайты, блоги и группы и т.д. С помощью онлайн опроса возможны достижения выборок в десятки и даже сотни тысяч респондентов.

Вопросы и задания:

1. В чем преимущества и ограничения онлайн-опросов?
2. С какими факторами связана проблема обеспечения достоверности данных онлайн-исследований?
3. В чем особенности метода поточной выборки (метод River sampling) в онлайн опросах.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной

теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 45-46

Тема 23. Метод социологического наблюдения в исследованиях общественного мнения

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен разрабатывать дизайн и стратегию прикладного социологического исследования с учетом специфики исследования рынков (ПК-4).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с методом социологического наблюдения в исследованиях общественного мнения.

План:

1. Метод наблюдения.
2. Методика и технология социологического наблюдения
3. Повышение надежности данных наблюдения

Теоретическая часть

Метод социологического наблюдения — метод прямого непосредственного и целенаправленного восприятия исследуемого объекта или процесса, фиксируемого определенным образом. Особенностью научного наблюдения является возможность для исследователя участвовать в изучаемых событиях, воспринимать их изнутри. При этом фиксируется не только состояние, но и развитие явлений и процессов, а также взаимодействие всех участников наблюдения.

В исследованиях общественного мнения используются различные виды научного наблюдения:

- по степени контроля за ситуацией выделяют неконтролируемое (нестандартизированное, бесструктурное) и контролируемое (стандартизированное, структурное) наблюдение;
- по степени участия наблюдателя в происходящих событиях различают участвующее (включенное) и простое (невключенное) наблюдение;
- по месту проведения наблюдения делятся на полевые (наблюдения в естественных условиях) и лабораторные (в экспериментальной ситуации);
- по степени формализованности процедуры выделяют формализованное (стандартизированное, структурированное) и неформализованное (нестандартизированное, неструктурированное) наблюдения;
- по регулярности проведения выделяют систематические (регулярные) и несистематические (эпизодические и случайные) наблюдения;
- по субъекту наблюдения выделяют традиционное наблюдение (субъект наблюдения — исследователь) и самонаблюдение, при котором в качестве исследователя выступает сам объект наблюдения.

Специфика каждого вида наблюдения отражается в способах фиксирования наблюдаемых событий, различии инструментария сбора и

анализа полученных данных, а также способах их хранения.

Термин «включенное» (участвующее) наблюдение был предложен в середине 20-х гг. XX в. американским социологом Эдуардом Линдемманом. При *включенном наблюдении* исследователь имитирует вхождение в социальную среду, адаптируется в ней и анализирует события изнутри. Выделяют четыре типа участия исследователя в группе в зависимости от степени включенности в групповые процессы.

Главным преимуществом метода наблюдения является возможность фиксировать события непосредственно в момент их появления. Наблюдение — единственный метод, позволяющий социологу выступать в роли участника событий и описать их, опираясь на собственное, а не чужое (как в опросе или анализе документов) мнение.

Недостатком метода считается сложность (или невозможность) проведения повторного наблюдения, которое даже при детальном воспроизведении первоначальной ситуации не гарантирует такого же повторения уже зафиксированного процесса.

Другим недостатком наблюдения является высокий уровень субъективности оценок регистратора, который не может воспринимать происходящие события абсолютно объективно.

Процесс проведения социологического наблюдения содержит следующие этапы:

- подготовка наблюдения (разработка программы наблюдения, определение принципов организации сбора данных, обучение наблюдателей);
- проведение полевого исследования (массовый сбор данных);
- подготовка данных к автоматизированной обработке (расшифровка записей наблюдателей, кодирование, составление базы данных) и обработка данных;
- анализ полученной информации, оформление отчета о проведенном исследовании.

Вопросы и задания:

1. С какой целью в исследованиях общественного мнения используется метод включенного наблюдения?
2. В чем состоят основные достоинства метода наблюдения в исследованиях общественного мнения?
3. В чем состоит различие между включенным и невключенным наблюдением?
4. Какие виды невербальной информации учитываются исследователем при анализе результатов невключенного наблюдения?
5. Почему при проведении включенного наблюдения исследователь принимает позицию субъекта общественного мнения и ощущает себя членом наблюдаемой группы?
6. Каким требованиям должен отвечать регистратор?
7. Какие документы использует наблюдатель для фиксирования наблюдаемого события?

8. Приведите примеры применения метода включенного наблюдения при исследовании массового поведения в ходе политических митингов и демонстраций.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 47-48

Тема 24. Использование контент-анализа и метода фокус-групп для анализа общественного мнения.

Цель: формирование универсальных и профессиональных компетенций будущего бакалавра социологии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции или их части:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен разрабатывать дизайн и стратегию прикладного социологического исследования с учетом специфики исследования рынков (ПК-4).

Актуальность темы (семинара): связана с тем, что современный социолог должен быть знаком с методом контент-анализа и фокус-групп для анализа общественного мнения.

План:

1. Метод фокус-групп в исследованиях общественного мнения
2. Процедура фокус-группового исследования.
3. Метод контент-анализа в исследовании общественного мнения

Теоретическая часть

Метод фокус-групп (от англ. focus groups) — качественный метод сбора информации в гомогенных группах, сформированных по значимым для цели исследования критериям, в которых фокус интереса определяется ведущим дискуссии (модератором), а анализ информации включает оценку процессов групповой динамики. Основная цель использования этого метода — получение субъективной информации от участников фокус-группы. Такая информация является специфической формой обратной связи между организаторами практической деятельности (производителями, продавцами, создателями рекламного продукта и т.п.) и потребителями результатов этой деятельности, т.е. обществом.

На предварительном этапе исследования составляется план проведения групповой дискуссии (гайд), определяющий порядок задаваемых вопросов (топик-гайд) по принципу «от общего — к частному» или наоборот.

Ознакомительные вопросы раскрывают тему дискуссии, переходные настраивают членов рабочей группы на обсуждение ее темы, основные — фиксируют мнения и отношения респондентов, финальные вопросы уточняют, что было пропущено и нуждается в дополнении.

Участники фокус-групп различаются не только по объективным характеристикам, заложенным изначально исследователем при построении выборки. Каждый из них обладает индивидуальными особенностями,

которые проявляются в межличностном общении, поведении в процессе дискуссии, отношении к собеседникам и мнениям других. Наиболее сложными для модератора являются люди, условно собранные в такие категории, как «доминирующие», «эксперты», «болтуны», «неконтактные». Работа с ними требует постоянного внимания и особой тактики.

Сущность формализованного метода анализа документов заключается в нахождении таких свойств, признаков, черт документа, которые отражали бы существенные стороны его содержания.

Он рассчитан на извлечение социологической информации из больших массивов документальных источников, не доступных традиционному анализу, и основан на выявлении некоторых количественных, статистических характеристик текстов (или сообщений). При этом предполагается, что количественные характеристики содержания документов отражают некоторые существенные черты изучаемых явлений и процессов.

В практике работы с контент-анализом определились некоторые общие принципы, когда его применение представляется целесообразным.

1. Применение контент-анализа рекомендуется во всех случаях, когда требуется высокая степень точности или объективности анализа.

2. Контент-анализ обычно применяется при наличии обширного по объему несистематизированного материала, когда его непосредственное использование затруднено.

3. Контент-анализ необходим в тех случаях, когда категории, важные для целей исследования, характеризуются определенной частотой появления в изучаемых документах, например, при работе с ответами на открытые вопросы анкет или глубинных интервью.

4. Контент-анализ дает хорошие результаты, когда большое значение для исследуемой работы имеет язык изучаемого источника информации, его специфические характеристики.

Вопросы и задания:

1. Какие виды невербальной информации учитываются исследователем при анализе результатов работы фокус-группы?

2. Какие задачи решаются с помощью метода фокус-групп в политических исследованиях?

3. Как соотносятся между собой социальное настроение и латентное общественное мнение?

4. Как называется слово или фрагмент текста в терминологическом аппарате контент-анализа?

5. Что отражает первичная информативность текста?

6. Как используются результаты контент-анализа в маркетинговых исследованиях и рекламе?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В.

Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>

2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>

2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.

3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.

4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Социология общественного мнения

Направление подготовки 39.03.01 Социология
Направленность (профиль) «Аналитика и консалтинг»
Форма обучения – Очная, заочная
Год начала обучения 2026 г.

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Общая характеристика самостоятельной работы студента.....	3
2. Методические рекомендации по изучению теоретического материала.....	6
.	
3. Методические рекомендации по работе с литературой.....	7
4. Методические рекомендации подготовке к «круглому столу».....	9
5. Методические рекомендации по составлению глоссария.....	10
6. Методические рекомендации по написанию и оформлению доклада.....	10
.	
7. Методические указания по подготовке к экзамену.....	14
Список литературы.....	23

Введение

В результате усвоения тем и разделов дисциплины «Социология общественного мнения», работы на практических занятиях у студентов должны сформироваться следующие компетенции:

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: УК-5</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-1 УК-5 выбирает способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения	- не умеет выбирать способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения	- частично умеет выбирать способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения	- хорошо умеет выбирать способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения	- в полном объеме умеет выбирать способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиление социальной интеграции в процессе социологического изучения общественного мнения
ИД-3 УК-5 анализирует различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе, познании и самого себя.	- не умеет анализировать различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе в процессе социологического изучения общественного мнения	- частично умеет анализировать различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе в процессе	- хорошо умеет анализировать различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе в процессе социологического изучения	- в полном объеме умеет анализировать различные социокультурные тенденции, факты и явления на основе целостного представления об основах мироздания и перспективах его развития, понимает взаимосвязи между разнообразием мировоззрений и ходом развития истории, науки, представлений человека о природе, обществе в

		социологическог о изучения общественного мнения	общественного мнения	процессе социологическог о изучения общественного мнения
<i>Компетенция: ПК-4</i>				
ИД-2 ПК-4 Анализирует поведение участников потребительского рынка	- не умеет анализировать влияние общественного мнения на поведение участников потребительского рынка	- частично умеет анализировать влияние общественного мнения на поведение участников потребительског о рынка	- хорошо умеет анализировать влияние общественного мнения на поведение участников потребительского рынка	- в полном объеме умеет анализировать влияние общественного мнения на поведение участников потребительског о рынка
ИД-3 ПК-4 Разрабатывает техническое задание и инструментарий прикладного социологического исследования для анализа рынков	- не умеет разрабатывать техническое задание и инструментарий прикладного социологического исследования для изучения различных аспектов общественного мнения	- частично умеет разрабатывать техническое задание и инструментарий прикладного социологическог о исследования для изучения различных аспектов общественного мнения	- хорошо умеет разрабатывать техническое задание и инструментарий прикладного социологического исследования для изучения различных аспектов общественного мнения	- в полном объеме умеет разрабатывать техническое задание и инструментарий прикладного социологическог о исследования для изучения различных аспектов общественного мнения
ИД-4 ПК-4 Применяет методы прикладного маркетингового исследования	- не умеет применять методы прикладного исследования в политическом маркетинге	- частично умеет применять методы прикладного исследования в политическом маркетинге	- хорошо умеет применять методы прикладного исследования в политическом маркетинге	- в полном объеме умеет применять методы прикладного исследования в политическом маркетинге

Большинство заданий нацелено на аналитическую работу студентов на основе активизации многих интеллектуальных функций: сравнения и сопоставления абстрагирования и конкретизации, классифицирования и обобщения и др. Так, например, метод конкретной ситуации развивает способность анализировать и самостоятельно формулировать познавательные задачи. Выполнение конкретного задания при знакомстве студента с новым материалом помогает глубже понять изучаемый материал, выделить познавательные задачи и цели учебной деятельности.

В результате выполнения практических заданий студент должен знать:

- теоретические положения современных концепций общественного мнения;
- место и роль общественного мнения в управлении социальными процессами, происходящими во всех областях жизнедеятельности современного общества;
- взаимосвязь элементов социальной системы и их взаимодействия;

функции и каналы распространения общественного мнения на формальном и неформальном уровнях;

- методологические основы проведения массовых опросов по проблемам общественного мнения.

уметь:

- применять конструктивные способы и средства анализа общественного мнения;

- анализировать опыт организации и проведения опросов общественного мнения на примере деятельности наиболее значимых социологических институтов и организаций в России и за рубежом;

- практически разрабатывать программы изучения общественного мнения.

владеть:

- процедурой сбора, обработки и анализа первичной социологической информации;

- навыками научного анализа общественного мнения различных социально-профессиональных и социально-территориальных групп и общностей.

Данный курс реализуется в рамках направления подготовки 39.03.01 «Социология», относится к дисциплинам, формируемым участниками образовательных отношений по профилю «Аналитика и консалтинг».

1. Общая характеристика самостоятельной работы студента

Самостоятельная работа студентов может рассматриваться как организационная форма обучения – система педагогических условий, обеспечивающих управление учебной деятельностью или деятельность учащихся по освоению общих и профессиональных компетенций, знаний и умений учебной и научной деятельности без посторонней помощи.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная, внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по учебной дисциплине и профессиональному модулю выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимися по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа обучающихся проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать справочную и специальную литературу;
- развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирования самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений;
- формирования общих и профессиональных компетенций.

Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно примерной программы учебной дисциплины.

Перед выполнением студентами внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж по выполнению задания, который включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. В процессе инструктажа преподаватель предупреждает студентов о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания. Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности уровня умений обучающихся.

Самостоятельная работа более эффективна, если она парная или в ней участвуют 3 человека. Групповая работа усиливает фактор мотивации и взаимной интеллектуальной активности, повышает эффективность познавательной деятельности студентов благодаря взаимному контролю. Участие партнера существенно перестраивает психологию студента. В

случае индивидуальной подготовки студент субъективно оценивает свою деятельность как полноценную и завершённую, но такая оценка может быть ошибочной.

При групповой индивидуальной работе происходит групповая самопроверка с последующей коррекцией преподавателя. Это второе звено самостоятельной учебной деятельности обеспечивает эффективность работы в целом. При достаточно высоком уровне самостоятельной работы студент сам может выполнить индивидуальную часть работы и продемонстрировать ее партнеру-сокурснику.

Отчет по самостоятельной работе обучающихся может осуществляться как в печатном, так и в электронном виде.

2. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Работа с конспектом лекций

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

Выполнение практических занятий

На первом занятии получите у преподавателя задания по курсу, планы подготовки к практическим занятиям. Обзаведитесь всем необходимым методическим обеспечением.

Практическое занятие – одна из форм организации учебного процесса – самостоятельной работы обучающихся, которая регламентируется требованиями документа. Практическое занятие представляет собой коллективное обсуждение обучающимися теоретических вопросов под руководством преподавателя.

Практическое занятие (семинар) – вид аудиторной совместной деятельности, осуществляемой в форме практики мышления, речи и письма. На семинаре студент отвечает на вопросы; уточняет, дополняет и обобщает ответы других; участвует в ролевых играх, дискуссиях; выступает с сообщением, докладом. Достоинством семинара является дискуссионная форма усвоения материала, сотворчество в обсуждении проблем, интеллектуальная состязательность.

При подготовке к практическому занятию сначала следует прочесть конспект лекций по теме занятия, затем изучить учебную и справочную литературу (учебник, учебные пособия, словари, энциклопедии), после чего – первоисточники.

Литературу необходимо конспектировать и давать сжатые письменные ответы на вопросы практического занятия. Такие ответы пригодятся при

подготовке к итоговой аттестации. В них следует отразить содержание главных понятий и связь между ними, дать собственную оценку тем или иным концепциям, выявить связь изучаемого вопроса с современностью, с будущей профессиональной деятельностью. По неясным вопросам необходимо обращаться к преподавателю.

Текст выступления на практическом занятии должен быть написан самим студентом (уже переработанный). Выступления, на которых студент ограничивается только чтением уже опубликованного текста, преподавателем не учитываются.

По пропущенным занятиям студент отчитывается в устной или письменной форме.

Преподаватель оценивает подготовку студента к практическому занятию по следующим критериям:

- наличие конспектов, лекций;
- понимание главных понятий, их связей;
- умению мыслить самостоятельно, логично, последовательно, доказательно;
- мнениями оценивать идеи, концепции, обосновывать свою теоретическую позицию, связывать теорию с практикой, приводить примеры, приводить аналогии.

На практические занятия выносятся узловые темы, запланированные в программе учебной дисциплины, освоение которых определяет качество профессиональной подготовки будущих специалистов.

Цель занятия – формирование знаний по теме, развитие самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся путем равноправного и активного их участия в обсуждении рассматриваемых вопросов.

Задачи практического занятия:

- закрепление, расширение и углубление знаний по психологии общения и конкретной теме;
- развитие навыков постановки проблем и решения задач;
- отработка навыков ведения дискуссии, аргументации и отстаивания своей точки зрения;
- демонстрация обучающимися достигнутого уровня знаний;
- формирование навыков самостоятельной работы.

Функции практического занятия (семинара):

- познавательная,
- воспитательная,
- развивающая,
- контрольная.

3. Методические рекомендации по работе с литературой

При изучении дисциплины у студентов должен вырабатываться рационально-критический подход к изучаемым проблемам и явлениям. Это

включает понимание того, что со временем ряд информационных и теоретических материалов устаревает, требуя критического отношения. С другой стороны, каждый текущий вопрос имеет свою историю, которую тоже полезно знать. Каждое событие может иметь разные интерпретации, поэтому слова, сказанные много лет назад, могут иметь важное значение.

Чтобы понять содержание материала, нужно уметь его прочитывать. Начинать следует с предварительного просмотра, в ходе которого ознакомиться с названием работы, с аннотацией, оглавлением, предисловием. Часто замысел работы ясен уже при ознакомлении с ее названием. Но особенно интересен просмотр оглавления, в результате которого становится ясным развитие мысли автора. Неплохо было бы появившиеся при этом мысли зафиксировать на бумаге.

Просматривая текст оглавления, нужно остановиться на тех главах, которые представляют для вас особенный интерес, бегло ознакомиться с ними, составляя в общих чертах свое представление о них. Цель этого действия – найти места, относящиеся к искомой теме, определив при этом, что ценного в каждом из них.

Следующий этап – прочтение выделенных мест с фиксацией самых главных сведений. При этом надо четко и ясно осознавать цель чтения, постоянно держа ее перед собой: по какому вопросу нужна информация, для чего нужна, ее характер и т.д. необходимо менять режим чтения – от беглого вдумчивого – в зависимости от ценности информации, останавливаясь там, где это требуется для глубокого понимания текста.

Следует научиться определять структуру текста по соподчиненности его частей, учитывая взаимосвязь текста с рисунками, сносками, примечаниями и таблицами. Все это поможет пониманию текста при беглом ознакомлении с ним. Так вырабатывается способность при прочтении сразу понимать смысл и значение новой информации.

Многие книги и статьи имеют в своем аппарате списки литературы, которые дают возможность пополнить информационную осведомленность о дополнительной литературе по данному вопросу.

Отдельный этап прочтения – ведение записей прочитанного. Существует несколько видов записей: план, выписки, тезисы, аннотация, резюме, конспект.

Планом удобно пользоваться при подготовке к устному выступлению по выбранной теме. Каждый пункт плана должен раскрывать одну из сторон избранной темы, а весь план должен охватывать ее целиком.

Тезисы предполагают сжатое изложение основных положений текста в форме утверждения или отрицания. Они являются более совершенной формой записей и представляют основу для дискуссии. К тому же их легко запомнить.

Аннотация – краткое изложение содержания – дает общее представление о работе.

Резюме кратко характеризует выводы, главные итоги произведения.

Конспект является наиболее распространенной формой ведения

записей. Основную ткань конспекта составляют тезисы, дополненные доказательствами и рассуждениями. Конспект может быть текстуальным, свободным или тематическим. Текстуальный представляет собой цитатник с сохранением логики работы и структуры текста. Свободный конспект основан на изложении материала в том порядке, который более удобен автору. В этом смысле конспект представляет собирание воедино мыслей, разбросанных по всей книге. Тематический конспект может быть составлен по нескольким источникам, где за основу берется тема, интерпретируемая по-разному.

4. Методические рекомендации подготовке к «круглому столу»

Так как занятие предусматривает проведение круглого стола, следует, то необходимо:

- знать материал темы проводимой дискуссии.
- уметь подбирать дискуссионные проблемы.
- владеть навыками участия в работе «круглого стола» (выдвижения положения, его аргументация).
- знать не только учебную, но и монографическую литературу по теме занятия, материалы научных периодических изданий.
- знать методику подготовки и проведения «круглых столов» разных видов,
- уметь разработать сценарий «круглого стола» и вступить в роли модератора «круглого стола».
- владеть навыком анализа и обобщения позиций участников «круглого стола».

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические компетенции сформированы, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал курса, умеет увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе дополнительный материал (монографии, статьи, исследования), все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если

теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические компетенции в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

5. Методические рекомендации по составлению глоссария

Составление глоссария – вид самостоятельной работы студента, выражающейся в подборе и систематизации терминов, непонятных слов и выражений, встречающихся при изучении темы.

Развивает у студентов способность выделять главные понятия темы и формулировать их. Оформляется письменно, включает название и значение терминов, слов и понятий в алфавитном порядке.

Студенту необходимо:

- прочитать материал источника, выбрать главные термины, непонятные слова;
- подобрать к ним и записать основные определения или расшифровку понятий;
- критически осмыслить подобранные определения и попытаться их модифицировать (упростить в плане устранения избыточности и повторений);
- оформить работу и представить в установленный срок.

6. Методические рекомендации по написанию и оформлению доклада

Работая с литературными источниками, не следует ограничиваться простым пересказом содержания прочитанного. Необходимо выделить наиболее важные теоретические положения и обосновать их, раскрыть особенности различных точек зрения на один и тот же вопрос, оценить практическое и теоретическое значение результатов реферируемой работы, а также выразить собственное отношение к идеям и выводам автора, подкрепив его определенными аргументами (личным опытом, высказываниями других исследователей и пр.).

Реферируемый источник, списки использованной литературы, а также все ссылки на литературные работы должны быть оформлены по алфавиту с указанием фамилии и инициалов автора, название источника, места и года

издания; для журнальных статей необходимо указать фамилию и инициалы автора, название статьи, журнала, год издания и номер.

*Доклад по дисциплине «.....»
студента ... курса (фамилия, имя, отчество)
факультета, группы*

*Тема: «.....».
год выполнения.*

1. Общие положения

1.1. Доклад как вид самостоятельной работы в учебном процессе способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, учит критически мыслить.

1.2. При написании доклада по заданной теме студент составляет план, подбирает основные источники.

1.3. В процессе работы с источниками систематизирует полученные сведения, делает выводы и обобщения.

1.4. К докладу по крупной теме могут привлекать несколько студентов, между которыми распределяются вопросы выступления.

2. Выбор темы доклада

2.1. Тематика доклада обычно определяется преподавателем, но в определении темы инициативу может проявить и студент.

2.2. Прежде чем выбрать тему доклада, автору необходимо выявить свой интерес, определить, над какой проблемой он хотел бы поработать, более глубоко ее изучить.

3. Этапы работы над докладом

3.1. Формулирование темы, причем она должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию.

3.2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правильно, при разработке доклада используется не менее 8-10 различных источников).

3.3. Составление списка использованных источников.

3.4. Обработка и систематизация информации

3.5. Разработка плана доклада.

3.6. Написание доклада.

3.7. Публичное выступление с результатами исследования.

4. Структура доклада:

- титульный лист

- оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт);

- введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);

- основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики,

схемы);

- заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);

- список использованных источников

5. Структура и содержание доклада

5.1. Введение - это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента.

5.2. Основная часть. В ней раскрывается содержание доклада. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов.

В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показываются позиции автора.

В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного эксперимента или фрагмента.

В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д.

5.3. В заключении содержатся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам.

5.4. Список использованных источников представляет собой перечень использованных книг, статей, фамилии авторов приводятся в алфавитном порядке, при этом все источники даются под общей нумерацией литературы. В исходных данных источника указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место и год издания.

5.5. Приложение к докладу оформляются на отдельных листах, причем каждое должно иметь свой тематический заголовок и номер, который пишется в правом верхнем углу, например: «Приложение 1»

6. Требования к оформлению доклада

6.1. Объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем.

6.2. Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения.

6.3. Обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу.

6.4. Должна быть соблюдена последовательность написания библиографического аппарата.

7. Критерии оценки доклада

- последовательность, четкость и логичность изложения материала;
- восприятие аудиторией представленной информации;
- соблюдение временного регламента выступления;
- продемонстрированная глубина владения теоретическим материалом по теме доклада;

- полнота, аргументированность ответов на вопросы аудитории;
- обоснованность собственной позиции по возникающим в ходе дискуссии проблемным вопросам;
- степень сформированности компетенций.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на семинарах, научно-практических конференциях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

Оценкой «отлично» оценивается доклад, в котором соблюдены следующие требования: обоснована актуальность избранной темы; полно и четко представлены основные теоретические понятия; проведен глубокий анализ теоретических и практических исследований по проблеме; продемонстрировано знание методологических основ изучаемой проблемы; показана осведомленность о новейших исследованиях в данной отрасли (по материалам научной периодики); уместно и точно использованы различные иллюстративные приемы – примеры, схемы, таблицы и т. д.; показано знание межпредметных связей; работа написана с использованием терминов современной науки, хорошим русским языком, соблюдена логическая стройность работы; соблюдены все требования к оформлению доклада.

Оценкой «хорошо» оценивается доклад, в которой: в целом раскрыта актуальность темы; в основном представлен обзор основной литературы по данной проблеме; недостаточно использованы последние публикации по данному вопросу; выводы сформулированы недостаточно полно; собственная точка зрения отсутствует или недостаточно аргументирована; в изложении преобладает описательный характер

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии: изложение носит исключительно описательный, компилятивный характер; библиография ограничена; изложение отличается слабой аргументацией; работа не выстроена логически; недостаточно используется научная терминология; выводы тривиальны; имеются существенные недостатки в оформлении.

Если большинство изложенных требований к докладу не соблюдено, то он не засчитывается.

Примерные темы докладов

1. Общественное мнение как специальная социологическая теория, ее роль и место в структуре социологического знания.
2. Общественное мнение как социальный институт в системе социальных институтов современного общества.
3. Роль и значение общественного мнения в государственном и социальном управлении.
4. Общественное мнение и проблемы глобализации.
5. Общественное мнение и средства массовой информации и коммуникации.
6. Роль общественного мнения в политике.
7. Общественное мнение и формы общественного сознания.
8. Общественное мнение как фактор социальных изменений.

9. Современные методы изучения общественного мнения.
10. История возникновения и развития социологии общественного мнения за рубежом.
11. История возникновения и развития социологии общественного мнения в России.
12. Интерес как механизм возникновения (зарождения) общественного мнения.
13. Паблик рилейшнз как способ формирования общественного мнения.
14. Реклама как способ формирования общественного мнения.
15. Роль общественного мнения в период избирательных кампаний.

7. Методические указания по подготовке к экзамену

Промежуточная аттестация в форме экзамена предусматривает проведение обязательной экзаменационной процедуры.

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ.

В экзаменационный билет включаются 2 вопроса.

Для подготовки по билету отводиться 30 минут

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования рабочей программой.

Вопросы к экзамену

7 семестр

1. Определение понятия "общественное мнение". Специфика социологического подхода к анализу общественного мнения.
2. Цели и задачи дисциплины. Место социологии общественного мнения в системе социологических наук.
3. Методологические основы социологии общественного мнения. Теоретическое и практическое значение изучения общественного мнения.
4. Античные и средневековые представления об общественном мнении.
5. Развитие представлений об общественном мнении в эпоху Просвещения.
6. Концептуальные подходы к изучению общественного мнения в XIX-XX веках
7. Особенности и история развития социологии общественного мнения в России.
8. Теории общественного мнения в XX веке.
9. Современная социология общественного мнения
10. Природа общественного мнения.
11. Условия функционирования и развития общественного мнения.
12. Пространство существования общественного мнения
13. Объект и субъект общественного мнения.

14. Структура субъекта общественного мнения.
15. Эволюция субъекта общественного мнения: толпа-масса – общественность.
16. Базисные свойства общественного мнения.
17. Инструментальные свойства общественного мнения.
18. Институциональные свойства общественного мнения.
19. Статическая структура общественного мнения.
20. Динамическая структура общественного мнения.
21. Функции общественного мнения.
22. Общественное мнение как инструмент самоорганизации социальной системы.
23. Механизмы и источники формирования общественного мнения.
24. Факторы формирования общественного мнения.
25. Роль коммуникации в формировании общественного мнения.
26. Общественное сознание: понятия, структура и формы.
27. Соотношение общественного сознания и общественного мнения.
28. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман).
29. Концепция толпы Г. Лебона.
30. Пятимерный план Дж. Гэллапа по изучению общественного мнения

8 семестр

1. Понятие социального стереотипа. Влияние социальных стереотипов на формирование общественного мнения.
2. Теория стереотипизации У. Липпмана.
3. Создание социальных стереотипов с помощью средств массовой информации. Мода как частный феномен проявления социального стереотипа.
4. Скрытые и явные проявления стереотипного поведения. Стереотипы восприятия и оценки.
5. Гендерные стереотипы. Использование стереотипов в рекламе.
6. Разрушение стереотипов мышления.
7. Взаимосвязь и взаимодействие общественного мнения и власти: природа и характеристика.
8. Типология отношений общественного мнения и власти.
9. Режимы взаимодействия общественного мнения и власти.
10. Формальные каналы распространения общественного мнения.
11. Неформальные каналы распространения общественного мнения.
12. Методические основы диагностики общественного мнения
13. Средства массовой информации: субъект формирования и выразитель общественного мнения.
14. Возможности использования СМИ с целью манипулирования массовым общественным сознанием.
15. Особенности взаимодействия СМИ и общественного мнения в современной России.

16. Слухи в социальной коммуникации. Виды слухов.
17. Формирование общественного мнения под воздействием слухов. Борьба со слухами
18. Законы управления общественным мнением Хадли Кетрила.
19. Информационные технологии в формировании общественного мнения.
20. Трансформация методов управления общественным мнением в современном мире: от пропаганды к «мягким» технологиям
21. Деятельность зарубежных центров изучения общественного мнения.
22. Центры изучения общественного мнения в России.
23. Общественное мнение в условиях глобализации. Влияние международных СМИ.
24. Глобальные проблемы и общественное мнение. Культурные различия в восприятии.
25. Основные методологические подходы к исследованию общественного мнения.
26. Этапы эмпирического социологического исследования.
27. Программа эмпирического социологического исследования.
28. Общая характеристика методов эмпирических исследований общественного мнения.
29. Особенности выборочного метода. Методы построения выборочных совокупностей. Понятие репрезентативности выборки.
30. Разработка инструментария исследования общественного мнения. Обработка и оформление результатов опросов.
31. Политические опросы общественного мнения.
32. Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе.
33. Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге.
34. Особенности проведения исследований в политическом маркетинге
35. Интернет-коммуникации в исследованиях общественного мнения. Технологии проведения онлайн-исследований.
36. Преимущества и недостатки интернет-исследований.
37. ИИ-технологии в работе социолога
38. Методика и технология социологического наблюдения.
39. Метод фокус-групп в исследованиях общественного мнения. Процедура фокус-группового исследования.
40. Метод контент-анализа в исследовании общественного мнения

ТЕСТ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ

Даёт студенту возможность оперативной оценки своей подготовленности по итогам изучения дисциплины «Социология общественного мнения», закрепляет владение профессиональной научной терминологией. Ответы на вопросы теста оформляются в письменном виде в рабочей тетради студента.

Критерии оценки:

Оценки	Процент правильных ответов, %
Отлично	85-100
Хорошо	70-84
Удовлетворительно	55-69
Неудовлетворительно	0-54

Возможен только 1 правильный ответ.

1. Общественное мнение это:

- 1) сумма индивидуальных мнений;
- 2) одобрение публично наблюдаемых позиций и поведения, которые выражаются определенной частью общества;
- 3) специфическое проявление сознания людей, которая характеризуется связью со всеми формами общественного сознания, синтезом обыденного и научного сознания, духовно – практическими способами воздействия на реальность;
- 4) суждение больших масс людей по вопросам, обсуждаемым в СМИ.

2. Термин «общественное мнение» впервые ввел:

- 1) Д. Солсбери;
- 2) У. Петти;
- 3) Н. Макиавелли;
- 4) Г. Гегель.

3. Термин «общественное мнение» стал общепринятым:

- 1) с конца XII в.
- 2) с конца XVIII в.
- 3) с середины XIX в.
- 4) с начала XX в.

4. Начало теоретических исследований общественного мнения связано с работами:

- 1) Г. Тарда;
- 2) Г. Лассуэлла;
- 3) П. Лазарсфельда;
- 4) Б. Берельсона.

5. Исследователями «двухступенчатого порога коммуникации» являются:

- 1) Б. Берельсон, П. Лазарсфельд, Г.Годе;
- 2) У. Липпман, А. Лоуэлл, Н. Луман;
- 3) Ю. Хабермас, Г. Лассуэлл, Э. Нойман;
- 4) К.Шеннон, У. Вивер, У.Шрамм;

6. Какой механизм социального поведения лежит в основе «спирали

молчания» Э. Ноэль-Нойман:

- 1) подражание;
- 2) конформизм;
- 3) нонконформизм;
- 4) внушение.

7. Стереотип – это:

- 1) упрощенные, эмоционально окрашенные образы, представления, понятия, устойчивые формы поведения;
- 2) устойчивая организация знаний, чувств и мотивов, вызывающая соответствующее отношение человека к общественным явлениям;
- 3) система субъективных предрасположенностей личности к определенному поведению в определенных социальных условиях;
- 4) схематизированный образ социальной объекта, обладающий устойчивостью.

8. Особенностью изучения общественного мнения российскими социологами по сравнению с западными учеными является:

- 1) рассмотрение общественного мнения как социального института;
- 2) рассмотрение общественного мнения как социального феномена;
- 3) отнесение общественного мнения к сфере сознания;
- 4) рассмотрение общественного мнения как социального процесса.

9. Проблема определения и интерпретации субъекта общественного мнения возникает еще в античной философии. Протагор определяет общественное мнение как:

- 1) мнение большинства;
- 2) мнение аристократии;
- 3) мнение правящей элиты;
- 4) мнение политических лидеров.

10. Субъектом общественного мнения по Б.А. Грушину является:

- 1) социальная общность;
- 2) народ в целом;
- 3) трудовой коллектив;
- 4) регион.

11. Социальная оценка – это:

- 1) выражение отношения субъекта к объекту, которое заключается в том, что субъект определяет соответствие данного объекта или отдельных сторон и свойств критериям им выдвигаемым;
- 2) ценностное отношение к социальному объекту, выраженное в готовности к положительной или отрицательной реакции на него;
- 3) система субъективных предрасположенностей личности к определенному поведению в определенных социальных условиях;

4) регулятор системы общественных отношений

12. Наиболее значимыми характеристиками общественного мнения являются:

- 1) экстенсивность, интенсивность, стабильность;
- 2) стихийность, направленность, экстенсивность;
- 3) неустойчивость, компетентность, распространенность;
- 4) зрелость, динамизм, объективность.

13. Основным фактором формирования общественного мнения:

- 1) уровень образованности населения;
- 2) политическое и экономическое состояние в обществе;
- 3) уровень культурного развития;
- 4) актуализированный общественный интерес.

14. Решающее влияние на динамическую структуру общественного мнения оказывают:

- 1) политические лидеры;
- 2) внешняя и внутренняя политика государства;
- 3) информационный процесс / масс-медиа;
- 4) экономическое развитие.

15. Основными методами формирования общественного мнения НЕ являются:

- 1) фрустрация, отражение, эмпатия;
- 2) идентификация, стереотипизация, конформизм;
- 3) СМИ, пропаганда, агитация;
- 4) внушение, убеждение, подражание.

16. Результатом взаимодействия рационального и эмоционального компонентов общественного мнения является:

- 1) социальная оценка;
- 2) социальная установка;
- 3) социальные настроения;
- 4) социальные представления.

17. Специфическое проявление общественного сознания, в котором отражается отношение (оценка) больших социальных групп, народа в целом к актуальному явлению, представляющим общественный интерес, на основе существующих общественных отношений – это ...:

- 1) массовая коммуникация;
- 2) средства массовой информации;
- 3) общественное настроение;
- 4) общественное мнение.

Список литературы

Основная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения: учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870589>
2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243>

Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 488 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210883>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. В. Епархина. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 240 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.
4. Франц, В. А. Управление общественным мнением : [учеб. пособие] /В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с.

Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.pu.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВЫХ
РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Социология общественного мнения

Направление подготовки 39.03.01 Социология
Направленность (профиль) «Аналитика и консалтинг»
Форма обучения – Очная, заочная
Год начала обучения 2026г.

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Цели и задачи курсовой работы.....	4
2.	Формулировка задания и его объём.....	6
3.	Основное содержание курсовой работы по разделам, последовательность и порядок их выполнения.....	9
4.	Общие требования к курсовой работе.....	12
5.	Рекомендации по организации деятельности по выполнению курсовой работы.....	20
6.	Последовательность выполнения курсовой работы и порядок представления курсовой работы к защите, процедура защиты....	20
7.	Список рекомендуемой литературы.....	22
8.	Приложения.....	26

Введение

Развитие навыков самостоятельной учебной, исследовательской и научной работы студентов происходит в процессе выполнения курсовых работ (проектов).

Обобщающим показателем подготовленности социолога является знание социальной структуры общества, влияния стратификации на различные сферы общественной жизни, в процессе изучения которых важная роль отводится курсовой работе.

Курсовая работа является важным звеном в выработке навыков творческого изучения теоретического материала, в совершенствовании применения методов социологического исследования, приобретении опыта самостоятельного получения и накопления знаний, а также их систематизации.

1. Цели и задачи курсовой работы

Цель выполнения курсовой работы – формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций будущего бакалавра по направлению подготовки 39.03.01 «Социология»:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен разрабатывать дизайн и стратегию прикладного социологического исследования с учетом специфики исследования рынков (ПК-4).

Выполнение курсовой работы имеет целью расширение знаний студентов в области устройства общества, его структуры, обучение методам теоретического анализа явлений социальной стратификации и закономерностей социального развития, отработку навыков самостоятельного применения теоретических знаний к комплексному решению профессиональных задач, использования справочной литературы, методов математической обработки экспериментальных данных, компьютерных технологий.

В процессе выполнения курсовой работы студентом должны решаться следующие задачи:

1. Приобретение новых теоретических знаний в соответствии с темой работы и заданием руководителя.
2. Умение систематизировать, обобщать и логично излагать концепции, альтернативные точки зрения по исследуемой проблеме.
3. Развитие учебно-исследовательских и методических навыков, необходимых для системного научного анализа изучаемого явления.
4. Совершенствование профессиональной подготовки.

При написании курсовой работы студент должен показать:

1. Общеуниверситетскую подготовку в области основ социологии.
2. Знание основных социальных процессов и категорий, умение анализировать их.

3. Умение анализировать социальные явления и их особенности на местном и региональном уровнях.

4. Умение работать со справочной литературой, подбирать научно-методический материал по теме.

5. Умение систематизировать, анализировать, обобщать и научно излагать изученный материал, делать самостоятельные выводы и обобщения.

6. Умение правильно оформить научный аппарат курсовой работы.

2. Формулировка задания и его объём

2.1. Примерные темы курсовых работ

1. Оценка влияния медиапропаганды на содержание интернет-дискуссий (на примере анализа полемик о)

2. Отношение студентов к использованию инструментов с генеративным искусственным интеллектом в вузе

3. Российский футбол в зеркале общественного мнения молодежи

4. Доверие россиян искусственному интеллекту: по материалам социологического исследования

5. Квадробинг в зеркале общественного мнения

6. Отношение россиян к ужесточению контроля в интернете

7. Современная молодежь о дружбе и любви

8. Стресс в жизни россиян

9. Взгляда молодежи на родительство

10. Отношение населения к проблемам семьи, детей, государственным программам повышения рождаемости

11. Анализ потребительских предпочтений населения в отношении продовольственных товаров (на примере г. Ставрополя)

12. Потенциал протеста населения как угроза национальной безопасности территории

13. «Чего боится Россия?»: в оценках жителей г. Ставрополя

14. Доверие к политическим институтам в России

15. Роль интернет-СМИ в формировании социальных установок россиян в отношении мигрантов (по результатам контент-анализа новостных интернет-сайтов)

16. Третья мировая война: угроза или реальность?

17. Исследование латентного экстремизма в образовательной среде вуза

18. Гражданственность и патриотизм как основания социальной консолидации российского общества

19. Актуальные проблемы Северного Кавказа в оценках жителей г. Ставрополя

20. Настоящее и будущее России в ценностных ориентациях и представлениях студенческой молодежи

21. Состояние межнациональных отношений в молодежной среде Ставропольского края

22. Моделирование сберегательного поведения населения в условиях

нестабильности: оценка опыта россиян

23. Электоральное поведение жителей Ставрополя.

24. Эффективность государственной политики на Северном Кавказе: мнения жителей ...

25. Образ Европы в зеркале общественного мнения россиян

26. Политическая культура жителей как фактор их электорального поведения

27. Образ идеального политика в восприятии современных избирателей

28. Ценность образования в общественном сознании различных поколений

29. Оценка населением образа современной России и ее положения в мире

30. Власть и оппозиция — на чьей стороне симпатии россиян

31. Анекдот как средство выражения общественного мнения

32. Слухи и их роль в формировании общественного мнения

2.2. Выбор темы курсовой работы

Общий перечень тематики курсовых работ, утверждённый кафедрой, предлагается студентам для ознакомления заранее. Тема курсовой работы закрепляется за студентом по его выбору после обязательного согласования с научным руководителем.

В некоторых случаях студент может сам предложить тему, обосновав её актуальность и целесообразность разработки на базе практики, где может быть собран необходимый фактический материал.

Объём курсовой работы должен соответствовать 1,5-2 печатным листам, что составляет примерно 30-40 страниц машинописного текста.

2.3. Во время работы над выбранной темой, студент обязан:

1. Подобрать и изучить литературные источники и научные материалы по теме, составить библиографию.
2. Собрать и проанализировать эмпирические данные по теме курсовой работы.
3. Своевременно подготовить проект курсовой работы и сдать его на проверку научному руководителю.
4. Оформить работу в соответствии с требованиями для сдачи её к защите.

3. Основное содержание курсовой работы по разделам, последовательность и порядок их выполнения

Состав и структура курсовой работы должна содержать следующие разделы:

1. Титульный лист (ПРИЛОЖЕНИЕ 3).
2. Содержание.
3. Введение.
4. Основная часть:

Раздел 1. Название раздела
1.1 Название подраздела
1.2. Название подраздела
1.3. Название подраздела
Выводы по первому разделу
Раздел 2. Название раздела
2.1. Название подраздела
2.2. Название подраздела
2.3. Название подраздела
Выводы по второму разделу

5. Заключение.

6. Список используемых источников.

7. Приложения.

Содержание представляет собой последовательное перечисление наименований разделов (глав), подразделов (параграфов), а также указание номеров страниц, на которых они размещаются. Содержание должно включать все заголовки, имеющиеся в работе, в том числе список используемых источников и приложения.

Введение (2–3 стр.) содержит обоснование актуальности исследования выбранной темы, ее значение в ходе познания социальных процессов; формулировку проблемы, цели и задач курсовой работы, объекта и предмета исследования, указание методов исследования.

Основная часть работы состоит из двух разделов (глав): теоретического и практического. В этой части работы подробно рассматривается методология исследования, обобщаются результаты, формулируются и обосновываются рекомендации по решению поставленных проблем. Содержание глав основной части должно точно соответствовать теме курсовой работы и полностью ее раскрывать.

Раздел 1 – теоретический анализ проблемы исследования, описание объекта и предмета исследования.

В первом разделе необходимо рассмотреть существующие теоретические подходы к исследованию выбранной проблемы. Анализ имеющихся точек зрения необходимо дать с позиции объективного отражения процессов, происходящих в обществе. Также может быть дан исторический аспект изучаемой проблемы, обязательно изложено современное значение поставленной проблемы.

Первый раздел может содержать 2 – 3 подраздела, обозначаемые в тексте, как 1.1, 1.2, 1.3. Объем первого раздела не должен быть более 10 – 12 страниц.

Выводы по первому разделу – автор обобщает материалы, изложенные в первом разделе, делает самостоятельные выводы. По объему они должны занимать около 1 страницы текста.

Раздел 2 – эмпирическое исследование и практическое применение изучаемых социальных явлений.

В данном разделе описывается организация, проведение и результаты

исследований, проведенных автором, или приводятся экспериментальные исследования ученых (с указанием фамилии, места и времени проведения) по изучаемой проблеме.

Раздел 2 может содержать 1 – 3 подраздела, обозначаемые в тексте, как 2.1, 2.2, 2.3. По объему он должен быть от 10 до 15 страниц.

Выводы по второму разделу – автор обобщает результаты эмпирического исследования, изложенные во второй главе, делает выводы. По объему они должны быть около 1 страницы.

В **заключении** (3–4 стр.) подводятся итог исследования, излагаются выводы и обобщения, сделанные автором в результате теоретического и практического изучения проблемы исследования, даются практические рекомендации использования полученных данных и обозначаются перспективы дальнейшего изучения темы. По объему заключение может быть 3 – 4 страницы.

Список используемых источников (25–30 наименований) должен содержать перечень литературных источников, правовых актов, источников статистических данных и иных опубликованных документов и материалов, интернет-ресурсов, использованных при написании курсовой работы.

В список используемых источников включаются только те, на которые в курсовой работе имеются ссылки. Каждому источнику присваивается порядковый номер, и приводятся его выходные данные.

При подборе литературы следует исходить из того, что полное и точное библиографическое описание печатного издания состоит из трех обязательных элементов – фамилии автора, заглавия и выходных данных литературного источника.

Приложения включают справочные и аналитические материалы, которые по тем или иным причинам (например, из-за большого объема) нецелесообразно приводить в тексте работы. Приложения не являются обязательным элементом курсовой работы.

Весь необходимый материал студент подбирает самостоятельно, опираясь на список основной литературы, рекомендованный в данных методических указаниях.

4. Общие требования к курсовой работе

Курсовая работа должна быть выполнена в машинописном варианте (1-2 п.л.). Объем выполненной курсовой работы не должен превышать указанное количество страниц текста.

Курсовая работа, выполненная в машинописном варианте, должна быть подготовлена в текстовом редакторе Word for Windows и представлена в электронном и распечатанном виде в одном экземпляре на кафедру. Диск с указанием автора и названия работы сдается в конверте.

Текст курсовой работы следует оформлять на одной стороне листа белой бумаги формата А4 по ГОСТ 9327 (210 297 мм).

Текст оформляется шрифтом «Times New Roman», с размером шрифта – 14.

Текст работы следует располагать, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм; правое – 10 мм; верхнее – 20 мм; нижнее – 20 мм.

Интервал между строк – полуторный. Абзацный отступ – 0,8.

Страницы работ нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией по всему тексту работы.

Нумерация страниц ведется, начиная с титульного листа, при этом номера страницы проставляются с раздела Введение в правом нижнем углу.

ВНИМАНИЕ: на титульном листе работы номер страницы не ставится!

Основной текст курсовой работы как было указано выше, состоит из разделов (глав) и подразделов. Каждая новая глава в курсовой работе начинается с новой страницы.

Названия разделов (глав) следует печатать полужирными прописными буквами без точки в конце, не подчеркивая. Названия подразделов печатаются полужирными буквами (первая буква – прописная, остальные – строчные). Точка в конце заголовков не ставится. Если заголовок раздела или подраздела состоит из двух предложений, то они разделяются точкой. Подчеркивание заголовка и перенос слов в заголовке не допускается.

Расстояние между заголовками разделов, подразделов и текстом – 2 интервала. Если заголовок размещается в две и более строки, то расстояние между строками заголовка должно быть равно одинарному интервалу.

Заголовки глав имеют порядковые номера в пределах всей выпускной работы и нумеруются арабскими цифрами. Слово «Глава» не пишется.

Подразделы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точкой.

В конце номера подраздела точка не ставится, например: «2.3» (третий подраздел второго раздела).

Слова, являющиеся заголовками соответствующих разделов работы – СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЕ – пишут так же, как и заголовки разделов, без кавычек полужирным шрифтом по центру листа. Каждый соответствующий раздел также следует начинать с новой страницы.

Текст работы должен быть кратким, четким и не допускать двусмысленных толкований.

Если в тексте имеются перечисления, то перед каждой позицией перечисления можно использовать:

- дефис. В этом случае текст печатается со строчной буквы и в конце каждой строки ставится точка с запятой;
- арабские цифры. В этом случае позиции перечисления печатаются с прописной буквы и в конце каждой строки ставится точка.

В тексте работы не допускается:

- использовать математический знак «минус» (–) перед отрицательными значениями величин. Вместо математического знака (–) следует писать слово «минус»;

- употреблять математические операторы (, , , =), а также знаки №, %, без цифр;
- применять индексы нормативных документов без регистрационного номера.

Рекомендуется избегать включения в текст примечаний. В примечаниях к отдельным пунктам и таблицам допускается помещать только справочные или поясняющие данные.

Если в работе приводятся высказывания авторов или дословная информация, взятая из учебников, статей или других источников, необходимо делать ссылки на литературные источники, которые содержат эту информацию. Ссылки на источники литературы, необходимо печатать по тексту, заключая их в квадратные скобки с указанием порядкового номера источника, указанного в списке литературы.

Оформление таблиц

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Это необходимо для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Оформление таблиц рекомендуется выполнять в соответствии с ГОСТ 7.32-2001.

Размер шрифта для набора таблицы – 14 кегль. В случае, если таблица громоздкая, допускается размер шрифта – 12 кегль. Интервал между строками внутри таблицы одинарный. Ширина таблицы должна соответствовать ширине текстового блока.

Каждая таблица должна иметь заголовки (название), которые должны отражать ее содержание, быть точными, краткими. Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строчку с ее номером через тире.

Заголовки граф и строк таблицы должны начинаться с прописных букв, а подзаголовки со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком.

Если подзаголовки таблицы грамматически не подчинены стоящему над ними заголовку верхнего яруса и являются самостоятельными, то они также пишутся с прописной буквы.

Таблицы нумеруются последовательно арабскими цифрами сквозной нумерацией (за исключением таблиц, приведенных в приложении).

Если таблица переносится на следующую страницу и если она при этом не закончена, то головку таблицы следует повторить и над ней поместить надпись «Продолжение таблицы 1». Если таблица переносится на следующую страницу и заканчивается, то следует сделать надпись «Окончание таблицы». В случае, если головка таблицы очень громоздкая, то допускается ее не повторять. В этом случае пронумеровывают графы и повторяют их нумерацию на следующей странице. Заголовок таблицы не повторяют.

Текст таблицы не должен выходить за линии, ограничивающие графы. Числа в таблице, имеющие более трех цифр, должны делиться на классы по 3 цифры (например: 23 756), интервалом в 1 пробел (исключение: номера и

даты). Разряды чисел в графе должны быть расположены один под другим, для этого используют выравнивание по правому краю.

Следует избегать графы «№ п/п», которая в большинстве случаев не нужна. Ее используют только тогда, когда в тексте есть ссылки на эту нумерацию.

Примечания и сноски по содержанию таблицы необходимо печатать только под таблицей.

На все таблицы в курсовой работе должны быть сделаны ссылки по тексту.

Ссылки на таблицы оформляются по тексту работы, при этом слово «Таблица» в тексте пишут полностью, с указанием ее номера, например: «...в таблице 2 даны ...», «...в таблице 3 представлены...». В повторных ссылках на таблицы и иллюстрации в скобках следует указать сокращенно слово «смотри», например: (см. таблицу 2).

Кроме того, после каждой таблицы автор курсовой работы должен провести, так называемый текстовый анализ или описание таблицы.

Оформление иллюстраций (рисунков, графиков, схем и т. д.)

Иллюстрации в тексте работы должны быть выполнены черной тушью или черными чернилами, пастой или с помощью ЭВМ на белой непрозрачной бумаге, в соответствии с требованиями стандартов ЕСТД, ЕСКД. Оформление рисунков рекомендуется выполнять в соответствии с ГОСТ 7.32-2001.

Количество иллюстраций должно быть достаточным для пояснения излагаемого текста.

Иллюстрации следует размещать по тексту выпускной работы после первой ссылки на них с тем расчетом, чтобы они, по возможности, располагались на одной странице текста работы. Иллюстрации должны быть расположены так, чтобы их было удобно рассматривать без поворота работы или с поворотом по часовой стрелке.

Нумерация иллюстраций сквозная по всему тексту работы.

Иллюстрации должны иметь название. Каждая иллюстрация снабжается подрисуночной подписью (названием). Название помещают под иллюстрацией слева и выполняют строчными буквами, кроме первой прописной, без точки в конце слова. Вначале пишется полностью слово «Рисунок», затем ставится тире и название иллюстрации.

В тексте на иллюстрацию обязательно делается ссылка, содержащая порядковый номер, под которым иллюстрация помещена в работе.

Оформление формул

Формулы в курсовой работе должны быть полностью впечатаны либо вписаны от руки черной тушью или чернилами. Формулы в работе (если их более одной) нумеруются в пределах всей работы. Порядковые номера формул обозначают арабскими цифрами в круглых скобках у правого края страницы. По тексту на формулы также должны быть сделаны ссылки. Например: «Широта ассортимента товаров определяется по формуле (1), полнота – по формуле (2)».

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в какой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку объяснения начинают со слов «где» без двоеточия.

Оформление списка используемых источников

Список используемых источников должен содержать перечень литературных источников и электронных ресурсов, использованных при написании работы. Все источники располагаются под номерами, после которых (перед описанием источника) делают пробел.

Расположение источников в списке должно быть следующим:

1. Официальные документы:

Конституция;

законодательные материалы;

документы, исходящие от органов представительной, исполнительной и судебной власти (законы, указы, постановления).

2. Статистические сборники, ежегодники и прочие материалы статистических органов.

3. Далее в алфавитном порядке по первым буквам фамилий авторов или названий источников (если нет авторов) перечень отечественной и зарубежной литературы по теме исследования (без подразделения по типам и видам публикаций – книги, статьи, сообщения, тезисы докладов, нормативные документы и др.). Если внутри этого перечня встречаются работы одного автора, то их следует описывать в порядке хронологии.

Оформление приложений

Приложения оформляют как продолжение работы на последующих листах (страницах), располагая их в порядке появления ссылок в тексте. На все приложения в тексте работы должны быть сделаны ссылки.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова ПРИЛОЖЕНИЕ. Его обозначение должно иметь содержательный заголовок, который записывают симметрично относительно текста прописными буквами отдельной строкой.

Приложения нумеруют последовательно арабскими цифрами, например «ПРИЛОЖЕНИЕ 1». Если в работе одно приложение, то оно обозначается просто словом «ПРИЛОЖЕНИЕ».

Оформление иллюстративного материала к курсовой работе (презентации на бумажном или электронном носителе).

Для наглядного представления курсовой работы выпускник готовит иллюстративный (раздаточный) материал, который выносится непосредственно на защиту и представляется членам комиссии и присутствующим на защите.

Это могут быть таблицы, рисунки, схемы, которые студент упоминает в своем выступлении, и которые помогают ему наглядно представить содержание выпускной работы в процессе ее защиты. Данный материал должен отражать основные положения проведенного исследования, а также

выводы и рекомендации студента.

Иллюстративный материал к курсовой работе может быть представлен в форме плакатов, в виде презентации (с использованием мультимедийной аппаратуры), а также на листах формата А4.

В случае, если студент для представления раздаточного иллюстративного материала использует листы формата А4, то весь материал должен быть скомпонован в папку-скоросшиватель и иметь титульный лист. На титульном листе должно быть отражено название курсовой работы, фамилия, инициалы студента, выполнившего работу, фамилия, инициалы и академические звания руководителя работы.

Презентация с использованием мультимедийной аппаратуры оформляется в формате Power Point и представляется выпускником по ходу своего доклада.

Общее количество иллюстративного материала, выносимого на защиту, устанавливается по согласованию с научным руководителем работы. Если студент готовит иллюстративный материал на листах формата А4, то каждый лист иллюстративного материала должен быть представлен в количестве, обеспечивающем возможность каждому члену комиссии ознакомиться с данным материалом.

5. Рекомендации по организации деятельности по выполнению курсовой работы

Выдача задания по курсовой работе происходит на 1-й неделе семестра. Закрепление за студентом темы курсовой работы оформляется распоряжением директора Института образования и социальных наук на основании личного заявления студента (ПРИЛОЖЕНИЕ 1).

Получив от научного руководителя задание на выполнение курсовой работы (ПРИЛОЖЕНИЕ 2), студент собирает материал, разрабатывает план работы, а также составляет отдельные разделы. Утверждение плана курсовой работы происходит на 3-й неделе семестра. Выполнение теоретической части курсовой работы студентом осуществляется на 4 – 6 неделях семестра. Практическая часть работы выполняется на 7 – 9 неделях семестра. Контроль по выполнению курсовой работы осуществляется научным руководителем на 10-й неделе семестра. На 11 – 12 неделях семестра студент исправляет замечания, сделанные научным руководителем по представленному первому варианту курсовой работы. Готовая курсовая работа сдаётся научному руководителю на 13-й неделе семестра для получения отзыва (ПРИЛОЖЕНИЕ 4) и допуска к защите. Дата защиты устанавливается научным руководителем только на основании проверенной и отвечающей всем требованиям курсовой работы. Защита и оценка курсовой работы происходит на 14-й неделе семестра. Форма защиты (собеседование, выступление перед группой, ответы на вопросы) определяются научным руководителем.

6. Порядок защиты и ответственность студента за выполнение

задания по курсовой работе

Защита проводится на заседании кафедры, научно-методического семинара кафедры, научной проблемной группы специальной комиссией, утверждаемой директором института, состоящей обычно из 3 преподавателей кафедры, при непосредственном участии руководителя, в присутствии студентов. Результаты наиболее интересных курсовых работ могут быть доложены на научных конференциях.

Защита начинается со вступительного слова студента, в котором излагается основное содержание работы, выводы и предложения (5 – 7 минут). Затем следуют ответы на вопросы научного руководителя по исследованной проблеме. После этого научный руководитель называет оценку и мотивирует ее выставление.

Критериями оценки курсовой работы являются:

1. степень разработанности темы и проблемы исследования;
2. определение понятийного аппарата исследования;
3. полнота обзора научной литературы, её новизна;
4. творческий подход к написанию курсовой работы;
5. соответствие названий подразделов их содержанию;
6. правильность и научная обоснованность выводов;
7. проведение самостоятельного эмпирического исследования;
8. наличие выводов, обобщений и рекомендаций в заключении;
9. аккуратное и правильное оформление курсовой работы.

Оценку **«отлично»** получают те работы, в которых отмечено высокое качество по указанным выше критериям, содержатся элементы творчества, делаются грамотные самостоятельные выводы и обобщения, приводится аргументированный критический анализ теоретической литературы на основе глубоких знаний в области изучения закономерностей явлений и процессов, происходящих в обществе, описывается самостоятельное исследование.

Оценка **«хорошо»** ставится тогда, когда в работе полно и всесторонне освещаются вопросы темы, но нет должной степени творчества, есть незначительные замечания по оформлению работы.

Оценку **«удовлетворительно»** студент получает в случае, когда работа не полностью отвечает требованиям, а студент не может ответить на замечания и вопросы преподавателя, не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям данной проблемы.

Оценку **«неудовлетворительно»**, студент получает, когда курсовая работа полностью не отвечает требованиям её выполнения, студент не может ответить на вопросы преподавателя, не владеет материалом работы. В этом случае научный руководитель устанавливает дату дополнительных консультаций и срок повторной защиты курсовой работы с доработкой представленных материалов.

7. Список рекомендуемой литературы

7.1. Основная литература:

1. ГОСТ 2.105-95. Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам. – Взамен ГОСТ 2.105-79. ГОСТ 2.906-71; введ. сент. 2005 г. с поправкой (ИУС 12-2001). – М.: Стандартинформ, 2005.
2. ГОСТ 7.32-2001. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. – Взамен ГОСТ 7.32-91; введ. июль 2002 г. – М.: Изд-во стандартов, 2001.
3. ГОСТ 7.1-2003. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. – Взамен ГОСТ 7.1-84; введ. июль 2004 г. – М.: Изд-во стандартов, 2004.
4. Франц В.А. Управление общественным мнением [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Франц В.А.— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016.— 136 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66606.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Хамидуллин, Н.Р. Методика и техника социологических исследований: учебно-методическое пособие / Н.Р. Хамидуллин. - Оренбург: ОГУ, 2017. - 111 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481757>.

7.2 Дополнительная литература

1. Герасимов, В.М. Общественное мнение: ценности и оценки электорального поведения: монография / В.М. Герасимов, К.А. Иваненко. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 224 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253805>
2. Докторов, Б.З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллага до Грушина / Б.З. Докторов. - М. : Директ-Медиа, 2013. - 237 с. [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210884>
3. Информация и общественное мнение [Электронный ресурс]: от репортажа в СМИ к реальным переменам/ Ислам Румин [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 296 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43619.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Климантова Г. И., Черняк Е. М., Щегорцов А. А. Методология и методы социологического исследования. М.: Дашков и Ко, 2014. – 256с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=221289

7.3. Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Социология общественного мнения» - разработано на кафедре социологии СКФУ
2. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы по дисциплине «Социология общественного мнения» - разработано на кафедре социологии СКФУ.

7.4. Интернет-ресурсы:

1. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены». Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.
2. «Журнал социологии и социальной антропологии» / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.
3. «Фонд общественное мнение» (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fom.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.
5. Научная электронная библиотека e-Library / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Приложение 1

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное
государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального
образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Высшая школа креативных индустрий

Кафедра социологии и социальных инноваций

Студент _____
(фамилия, имя, отчество)

Группа _____

Адрес _____

Телефон _____

Заявление

Прошу утвердить мне тему курсовой работы

« _____

_____»

в качестве руководителя кафедра утверждает _____
(Ф.И.О. в родительном падеже)

Дата _____

Руководитель курсовой работы согласен _____
(подпись)

Подпись студента _____
(подпись)

Заведующий кафедрой _____
(подпись)

Приложение 2

«УТВЕРЖДАЮ»
Заведующий кафедрой
социологии и социальных
инноваций
Д. А. Лушников

Высшая школа креативных индустрий
Кафедра социологии и социальных инноваций

Направление 39.03.01 Социология
Профиль Аналитика и консалтинг

ЗАДАНИЕ **на курсовую работу**

студента

(фамилия, имя, отчество)
по дисциплине « _____ »

1. Тема работы _____

2. Цель _____

3. Задачи _____

4. Перечень подлежащих разработке вопросов:

а) по теоретической части _____

б) по практической части _____

5. Исходные данные:

а) по литературным источникам _____

б) по вариантам, разработанным преподавателем _____

в) иное _____

6. Список рекомендуемой литературы _____

7. Контрольные сроки представления отдельных разделов курсовой работы:

25 % -	“ ____ ”	20__ г.
50 % -	“ ____ ”	20__ г.
75 % -	“ ____ ”	20__ г.
100 % -	“ ____ ”	20__ г.

8. Срок защиты студентом курсовой работы “ ____ ” 20__ г.

Дата выдачи задания “ ____ ” 20__ г.

Руководитель курсовой работы

(ученая степень, звание) (личная подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял(а) к исполнению студент(ка) очной формы обучения

__ курса группы _____
(группа) (личная подпись) (инициалы, фамилия)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАОУ ВПО «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ВЫСШАЯ ШКОЛА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ
КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине

« _____ »

на тему:

« _____ »

Выполнил:

студент _ курса
группы _____
направления 39.03.01
Социология _____ формы
обучения

(подпись)

Руководитель работы:

(ФИО, должность, кафедра)

Работа допущена к защите _____
(подпись руководителя) (дата)

Работа выполнена и
защищена с оценкой _____ Дата защиты _____

Члены комиссии: _____
(И.О. Фамилия) (должность) (подпись)

Ставрополь, 202_ г.

Приложение 4

Отзыв

на курсовую работу студента/ки _ курса

Ф.И.О.

Тема: _____

Актуальность: курсовая работа посвящена _____

В первой главе _____

Вторая глава _____

Выводы, сделанные в заключении, соответствуют целям, поставленным во введении.

Проанализирован _____ объем литературы

За время работы студент/ка проявил/а себя как _____

Таким образом, работа выполнена на _____ уровне, соответствует требованиям, предъявляемым к курсовым работам, и заслуживает _____ оценки.

Научный руководитель:

Ф.И.О.

«.....».....202_ г.