



Аналитический отчет

Курс лекций

**«Методы комплексного исследования и
оценки положения молодежи в обществе»
(лекция 7)**

Преподаватель: Цихончик Надежда
Васильевна, старший преподаватель
кафедры социальной работы

План лекции

1. Отчет по итогам исследования
2. Публикация
3. Требования к отчету по самостоятельной работе

Итоговые документы исследования

По форме и назначению различают три основных вида итоговых документов:

1. отчет
2. научные публикации
3. публикации в средствах массовой информации

Научный отчет адресован заказчику,
научная статья — специалистам,
а публикация в прессе — широкой публике

Отчет

Объем научного отчета в фундаментальном исследовании очень большой, а его структура повторяет в основных чертах программу исследования

Краткая форма отчета о фундаментальном исследовании состоит из 22—24 страниц. Краткий вариант прикладного отчета не превышает 10 страниц

Научный отчет академический ученый сдает руководству своего института (факультета) либо представителям научного фонда, от которого получен грант на исследование. Прикладник же отправляет свои документы непосредственно заказчику — администрации области или частной компании.

Структура отчета

1. *Вводная часть* включает титульный лист, договор на проведение исследования, меморандум, оглавление, перечень иллюстраций и аннотацию
2. *Основная часть* отчета состоит из введения, характеристики методологии исследования, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, а также выводов и рекомендаций
3. В *заключительной части* приводятся приложения, содержащие дополнительную информацию, необходимую для более глубокого осмысления полученных результатов

Разделы отчета

Характер отчета во многом зависит от типа исследования — проводилось оно в соответствии с научными либо прикладными целями

1. постановка проблем, их концептуальная разработка и формулировка задач исследования
2. состояние проблемы
3. специальный раздел отчета отводится проблемам методологии — выбору и обоснованию инструментария исследования, типологии выборки, методов сбора социальной информации
4. содержательный анализ полученных результатов исследования
5. указание на практические результаты исследования и конкретные выводы
6. приложения и методические средства

К основным структурным элементам отчета относятся:

- титульный лист;
- список исполнителей;
- реферат;
- содержание;
- термины и определения;
- обозначения и сокращения;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Краткий отчет

1. Цель исследования
2. Задачи исследования:
3. Характеристики исследования
4. Портреты респондентов (пол, возраст, образование)
5. Портреты экспертов
6. Краткие выводы
7. Рекомендации (основные, дополнительные)

Основные требования к отчету

1. возможно более полное и глубокое отображение всех ступеней проведенного исследования, взаимосвязанность всех его звеньев и логику научного поиска
2. строгое следование разработанному программой методологическому аппарату исследования
3. Итоги исследования в отчете рассматриваются как применительно к решаемым задачам и выдвинутым гипотезам, так и организационно — в соответствии с планами
4. обосновываемые в отчете рекомендации не только соотнобразуются с полученными результатами, но и сопоставляются с предшествовавшей практикой решения выдвинутых в исследовании проблем

Рекомендации

1. Рекомендации носят сугубо утвердительный характер, и в них вносятся лишь только то, что подлежит внедрению в научную или практическую деятельность
2. Рекомендации должны быть доведены до сведения коллектива работников изучаемого объекта
3. желателен выпуск соответствующих распорядительных документов по предприятиям

Практические советы

1. опасаться «смешения жанров»
2. Не объемы выборки и не ссылки на компьютерный анализ данных, но содержательные доказательства обеспечивают доверие к итоговым результатам
3. краткие выводы сопровождаются полным отчетом
4. качественный инструктаж интервьюеров



2 вопрос лекции. Научная публикация


Публикация, статья

1. Публикация - (от лат. publico - объявляю всенародно) - 1) доведение чего-либо до всеобщего сведения посредством печати, радиовещания или телевидения; 2) изданное произведение
2. Статья - это текст, посвященный одной конкретной теме, опубликованный в журнале, газете или каком-либо издании.

Публикация основных результатов исследования

1. Наиболее распространенным видом публикаций являются **тезисы** докладов и выступлений. Это изложенные в краткой форме оригинальные научные идеи по выбранной соискателем теме.
2. **Научная статья** — это законченное и логически цельное произведение, посвященное конкретной проблеме, входящей в круг проблем, связанных с темой
3. **Методические рекомендации и программы учебных курсов**
4. **Учебное пособие, учебник**
5. **Монография**
6. **Соавторство**

Требования к публикациям



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА
АРХАНГЕЛЬСК

ГЛАВНАЯ
АБИТУРИЕНТ
ФАКУЛЬТЕТЫ
НАУКА
СТРУКТУРА

УЧЕБНАЯ РАБОТА
ВНЕУЧЕБНАЯ РАБОТА
МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ
СИСТЕМА КАЧЕСТВА
ТРУДОУСТРОЙСТВО
ИВЦ
ИЗДАТЕЛЬСТВО
БИБЛИОТЕКА
ЛОМОНОСОВЕЦ
КОНКУРСЫ
РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

ФОРУМ
ПОЧТА
ТЕЛЕФОНЫ
ПОИСК

163002 Архангельск,
пр. Ломоносова, 4
тел. (8182) 68-27-80
факс (8182) 65-70-56
psu@pomorsu.ru
skype: pomorsu_info

Реквизиты

Требования к оформлению статей

<i>Общие требования</i>	Тексты представляются в электронном и печатном виде. Оба варианта должны быть абсолютно идентичны. Файл со статьей может быть представлен как на диске, так и вложением в электронное письмо, отправленное по указанному ниже адресу.
<i>Электронная копия</i>	Электронный вариант статьи выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word и сохраняется с расширением.doc. В качестве имени файла указывается фамилия автора русскими буквами (например: Иванов.doc)
<i>Параметры страницы</i>	Формат страницы: А 4. Поля: правое, левое — 30 мм; верхнее, нижнее — 20 мм
<i>Форматирование основного текста</i>	Нумерация страниц располагается в правом нижнем углу; Абзацный отступ — 0,5 см. Межстрочный интервал — полуторный
<i>Гарнитура (шрифт)</i>	Times New Roman, Обычный. Размер кегля (символов)- 14 пт; аннотации — 12 пт
<i>Объём статьи</i>	Максимальный объем обобщающих теоретико–экспериментальных работ и обзорных статей — не более 10–12 страниц машинописного текста (для кандидатов и докторов наук, докторантов), сообщений аспирантов — 5–6 страниц, методических статей — 6–8 страниц.
<i>Сведения об авторе</i>	Предоставляются отдельным файлом. Указываются: <ul style="list-style-type: none">■ фамилия, имя, отчество автора (полностью, буква «ё» не должна заменяться на «е»);■ учёная степень, звание, должность и место работы;■ информация о месте учебы аспиранта либо соискательства автора (кафедра, вуз);■ отрасль науки и специальность предполагаемой защиты;■ наличие правительственных званий, относящихся к профессии (например, «Заслуженный работник высшей школы РФ»);■ количество научных публикаций (отдельно указать количество книг, монографий, учебно–методических пособий);■ адрес с почтовым индексом, все возможные средства связи, удобные для быстрого согласования правки (служебный, домашний, мобильный телефоны, факс, e-mail);■ название и шифр специальности предполагаемой защиты;■ основные направления научных исследований.
<i>Индекс УДК</i>	Присваивается в библиотеке по названию статьи и ключевым словам.
<i>Аннотация</i>	Отражает область научного исследования, представляет собой краткое резюме (не более 6 строк), включающее формулировку проблемы и перечисление основных положений работы. Начинается с названия статьи и фамилии автора. Предоставляется на двух языках (русский, английский). Размещается перед основным текстом статьи (после заглавия).

Научные журналы

1. Научный журнал (рецензируемый или реферируемый научный журнал) — журнал, в котором присылаемые статьи перед публикацией представляются на рецензирование независимым специалистам, которые обычно не входят в состав редакции журнала и ведут исследования в областях, близких с тематикой статьи
2. Список научных журналов ВАК — перечень ведущих рецензируемых научных журналов, включенных Высшей аттестационной комиссией России в список изданий, рекомендуемых для опубликования основных научных результатов диссертации на соискание ученой степени кандидата и доктора наук

Научные журналы

1. Журнал «СоцИс»
http://www.isras.ru/socis_2010_01.html
2. «Социологический журнал»
<http://www.isras.ru/Sociologicalmagazine.html>
3. Журнал «Социологическое обозрение»
<http://sociologica.hse.ru/Journal.html>
4. Журнал «Вопросы психологии»
<http://www.voppsy.ru/>
5. «Психологический журнал» (1997-2002)
<http://www.ipras.ru/08.shtml>
6. Самый полный каталог российских научных журналов на сайте **elibrary.ru** (из них 632 - в открытом доступе)



Организации и центры изучения проблем

МОЛОДЕЖИ

Курс лекций

«Методы комплексного исследования и
оценки положения молодежи в обществе»

(лекция 00)

Преподаватель: Цихончик Надежда
Васильевна, старший преподаватель
кафедры социальной работы

Институт Гэллапа

- Американский институт общественного мнения (англ. American Institute of Public Opinion), а также другие учреждения по изучению общественного мнения основанные Джорджем Гэллапом
- на небольшой выборке (3000 респондентов) он смог дать точный прогноз о политических предпочтениях всего населения США (1936 г., перевыборы Франклина Рузвельта)

Институт Гэллага

- В настоящее время *Gallup International Association*, зарегистрированная в Цюрихе, — огромная империя, объединяющая 55 исследовательских организаций, расположенных во всех частях мира
- Центр содержит полные файлы более чем 10 тыс. опросов, проведенных с середины 1930-х гг., и тысячи отчетов по другим обследованиям.

Институт Демоскопии

- (ИДА, Германия) был основан в 1947 г. Элизабет Ноэль-Нойман и ее супругом, известным журналистом Эрихом Петером Нойманом
- создавался с целью проведения маркетинговых, медиа- и социальных исследований и изучения общественного мнения
- ИДА возглавляют его основательница проф. Ноэль-Нойман и проф. Ренате Кёхер. В Институте работают около 100 постоянных сотрудников, из них 25 — дипломированные социологи, экономисты, юристы, психологи, статистики. Центр имеет сеть интервьюеров, насчитывающую более 18 000 человек в различных городах и селах Германии.
- ИДА в среднем в год проводит до 100 опросов, в которых участвуют примерно 80 тыс. респондентов. 80% всех исследований проводятся с применением устного интервью

ВЦИОМ

- Всероссийский (до 1992 г. — Всесоюзный) центр изучения общественного мнения
- У истоков ВЦИОМа стояли три выдающихся социолога: Б А Грушин, Т.И. Заславская и Ю А Левада
- С 1992 г. директором ВЦИОМа является проф. Ю.А. Левада. Президент центра — чл.-кор. РАН Т.И. Заславская.
- крупнейшая в России исследовательская организация, занимающаяся социально-экономическими, социально-политическими, а также маркетинговыми исследованиями на базе массовых опросов населения
- работают более 100 специалистов в области социологии, политологии, экономики, психологии, организации массовых опросов и обработки данных, в том числе 6 докторов и 30 кандидатов наук.
- В полевой работе ВЦИОМ участвует более трех тысяч подготовленных интервьюеров. ВЦИОМ опирается на региональную сеть из 10 собственных региональных офисов (Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Ставрополь, Нижний Новгород, Саратов, Пермь, Новосибирск, Красноярск, Хабаровск). Помимо них еще 17 региональных социологических центров, являясь независимыми, работают по методике ВЦИОМ и принимают участие в его программах (Архангельск)

ВЦИОМ

- «Мониторинг»
- «Факт»
- «Экспресс»
- Наиболее оперативными являются «Блиц-опросы» одной-двух тысяч жителей Москвы, до 12 вопросов, по случайной выборке, со сроком проведения 1—3 дня.
- Систематически ведутся исследования по программам «Экономическая реформа», «Уровень жизни», «Русские в республиках» и др.
- С 1989 г. действует исследовательская программа «Советский человек», в рамках которой исследуются ценностные ориентации и образ жизни людей постсоветского общества, а также программа «Институты власти», направленная на изучение политических пристрастий населения

ESOMAR

- *ESOMAR: European Society for Opinion and Marketing Research* (Европейская ассоциация исследований общественного мнения и рынка)
- *ESOMAR* является одной из ведущих всемирных ассоциаций, объединяющих специалистов в области исследований общественного мнения и маркетинговых исследований.
- была основана в сентябре 1948 г. в Амстердаме
- Целью создания ассоциации явилось стремление содействовать развитию и популяризации маркетинговых исследований в Европе и других странах мира.
- Сегодня *ESOMAR* насчитывает более 4000 индивидуальных членов в 100 государствах. Штаб-квартира организации размещается в Амстердаме (Голландия).

NORC

- Национальный центр социальных исследований *National Centre for Social Research, NatCen* является крупнейшим независимым (некоммерческим) исследовательским институтом в Великобритании.
- основан в 1969 г. Роджером Джовеллом (*Roger Jowell*), который по сию пору является его президентом
- Его деятельность, отвечающая самым высоким научным критериям, спонсируется благодаря правительственным заказам и научным фондам
- Центр осуществляет широкое и плодотворное сотрудничество с британскими и зарубежными университетами, участвует во множестве крупномасштабных международных проектах.

ИНИОН РАН

- Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, созданный в 1969 г., — единственный в России научный центр, занимающийся подготовкой научно-информационных и аналитических материалов по всему спектру социальных и гуманитарных наук
- Его база — крупнейший в мире специализированный научный фонд, включающий около 13 млн единиц хранения (более половины — зарубежных).
- Институт обладает автоматизированными базами данных, которые содержат свыше 1,5 млн библиографических описаний и, кроме того, — телекоммуникационным доступом к зарубежным базам данных.

ИНИОН РАН

структурные подразделения:

- Центр социальных научно-информационных исследований,
- Центр гуманитарных научно-информационных исследований,
- Центр научно-информационных исследований глобальных и региональных проблем,
- Центр научно-информационных исследований по науке, образованию и технологиям,
- Центр по изучению проблем европейской безопасности,
- Центр по информационному обеспечению банковской и предпринимательской деятельности,
- Центр информатизации,
- Фундаментальную библиотеку,
- Издательский центр

QUANTUM

QUANTUM (Association for quantification and Methods in Historical and Social Research — Arbeitsgemeinschaft für Quantifizierung und Methoden in der historisch — sozialwissenschaftlichen Forschung

- крупная ассоциация по квантификации в историко-социальных исследованиях в Западной Европе возникла в 1975 г. в Германии (Кельн)
- Целью ассоциации является «внедрение формальных методов, особенно количественных, в историко-социальные исследования»