

Актуальность темы исследования. Обоснование проблемы.

Степень разработанности темы.

Теоретическая база исследования.

Эмпирическая база исследования. Хронологические рамки.

Объект.

Предмет.

Цель.

Задачи.

Методология и методика исследования.

Научная новизна.

Основные положения, выносимые на защиту.

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Апробация результатов исследования.

Структура работы.

Теоретические методы

Выбор теории:

Теория систем. Метод системного анализа.

Система – элементы и структура.

Феноменология – подход, основанный на исследовании собственных интеллектуальных процессов в познании явлений опытным путем (феноменологическая редукция).

Герменевтика - теория и методология истолкования и интерпретации.

Методы познания

Анализ - выделение в предмете или явлении отдельных частей (элементов), признаков и свойств (структур и функций).

Синтез - соединение отдельных элементов, частей и признаков в единое целое.

Индукция - выявление и определение частных, единичных признаков и явлений и построение на их основе общих заключений обо всем классе изучаемых объектов.

Дедукция - объяснение единичных и частных признаков, исходя из знания об общих законах и принципах функционирования объекта.

Метод системного анализа

- **структурно-функциональный метод**

Социальная система представляет собой совокупность элементов (различных социальных групп, слоев, социальных общностей, индивидов), находящихся между собой в отношениях и связях (их совокупность определяет социальную структуру) и образующих определенную целостность. Функционирование социальной системы во внешней среде опирается на упорядоченность ее элементов и структуры. Структурно и функционально различные аспекты упорядоченности образуют основу для выделения в социальной системе ее подсистем.

- *Функция* понимается как деятельность, роль объекта в рамках системы, которой он принадлежит, а также как вид связи между объектами, когда изменение одного из них влечет изменение другого. Функция служит саморегуляции и адаптации данной системы к среде. Функция также понимается как предназначение выполнять или совершенствовать что-либо (специальная деятельность), которое приводит систему и элементы в движение, выражая их динамику.

Социальная система

- *Подсистемы и их функции:*

Политика (целедостижение),

Экономика (адаптация),

Культура (воспроизводство ценностей),

Социум (интеграция)

Толкотт Парсонс

«Система современных обществ».

Институты и их функции

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

- учреждения с развитой организационной структурой (анализ организации);
- формы и сущности функций и отношений (функциональный анализ);
- совокупность ролей и статусов, предназначенная для удовлетворения определенных социальных потребностей и занимающая определенное место в системе общественных отношений (ролевой анализ);
- устойчивые формы социальной практики, которые возникают и поддерживаются с помощью социальных норм и посредством которых организуется общественная жизнь, обеспечивается устойчивость социальных отношений (нормативный анализ).

Институт журналистики

- Журналистика и СМИ
- Функции журналистики
- Статус и роль, социальные функции, взаимосвязь с другими институтами
- Журналистика как социальная практика (деятельность), нормативность в журналистике

Журналистика как социальный институт

Функции:

- 1) создание интереса к конкретной социальной или политической проблеме;
- 2) создание символических форм, которые упорядочивают социальный опыт с помощью определенных методов для тех, кто может использовать эти формы (как аудитория, так и журналист);
- 3) создание аудиторий, использующих журналистские произведения для различных видов деятельности или других целей (в зависимости от характеристик аудитории);
- 4) создание референтных групп (критиков и посредников между СМИ и обществом), которые выносят суждения для своих аудиторий (в том числе и в СМИ).

Журналистика как политический институт

- Регулятивные функции:

Управление (инструмент)

Самоуправление (гражданское общество)

Контроль

(изоляция, обособление, реабилитация)

Диалектический метод

Диалектика - метод постижения противоречий (*Гегель Г. В. Ф. Наука логики*).

Законы:

- единства и борьбы противоположностей,
- перехода количественных изменений в качественные,
- отрицания отрицания

(*Энгельс Ф. Диалектика природы*).

Концепции - Парадигмы

Теории

- Структурный функционализм (*Т. Парсонс, Р.Мертон*)
- Марксизм (*К.Маркс, В.И.Ленин*),
неомарксизм (*Франкфуртская школа, Ю. Хабермас*)
- Феноменология (*Э.Гуссерль, Г.Г.Шпет*)

Концепции системного анализа

- **Социокультурные**

М.Вебер – рациональное социальное действие

Г.Риккерт – отношение к ценностям

П.А.Сорокин – социокультурная динамика

- **Модернизации**

Х.Ортега-и-Гассет – массовое общество

Д.Белл, Э.Тоффлер – информационное общество

Г.М.Маклюэн – технология

- **Конфликтологические**

Р.Дарендорф, Л.Козер – идеология («4 теории прессы»)

Структурализм

- Предмет исследований – совокупность инвариантных отношений (структур) в динамике различных систем. *Ф.де Соссюр*

Лингвистические теории коммуникации –

Р.О.Якобсон, В.Б.Шкловский, В.Я.Пропп, М.М.Бахтин

Семиотика – *Р.Барт*

Структурная антропология – *К.Леви-Стросс*

Дискурс – *М.Фуко, Т. ван Дейк*

Семиосфера – *Ю.М.Лотман*

Феноменология. Концепции

- **Этнометодология** (Г.Гарфинкель)

Фоновые ожидания – представления социального субъекта в форме «правил» (стандартов, образцов) действия (поведения, понимания, объяснения и т. д.), с помощью которых люди творят социальную действительность.

Рефлексивность означает возникновение социальных структур в ходе их субъективной интерпретации, из чего следует, что изучать нужно не то, что сказано, а то, как сказано.

Этнометодология

КОММУНИКАЦИИ

- в коммуникации непременно присутствуют элементы взаимного понимания, хотя обсуждаемые проблемы могут и не упоминаться;
- понимание устанавливается не только на основе сказанного, но и на основе невысказанного;
- понимание устанавливается не вследствие строгости употребления понятий и терминов, а в результате временной последовательности речи;
- понимание достигается в результате не актуального разъяснения, а существующей модели восприятия;
- в понимании заключено ожидание соответствующей реакции партнеров

Феноменология. Концепции

- **Символический интеракционизм**

(Ч.Г.Кули, Д.Г.Мид, Н.Н.Евреинов, И.Гофман)

- 1) люди реагируют на окружающую среду в зависимости от тех значений – символов, которыми они наделяют элементы своего окружения;
- 2) данные значения (способ связи явления и символа) выступают продуктом социального повседневного межличностного взаимодействия – интеракции;
- 3) социокультурные значения подвержены изменениям (управлению) в результате индивидуального восприятия в рамках такого взаимодействия.

Ролевая концепция – *Й.Хейзинга, Э.Берн, Э.Эриксон, Г.Дебор.*

Теории (концепции) «среднего уровня»

- Концепция массовой коммуникации

Г.Луссуэлл, П.Лазарсфельд

- Концепция общественного мнения

Э.Ноэль-Нойман, Б.А.Грушин

- Сетевая теория

Д.Хоманс, П.Блау, М.Кастельс

«Особые» концепции

- Теория систем

Н.Луман «Реальность массмедиа»

- Концепция социальных полей

П.Бурдьё «О телевидении и журналистике»

- Постмодернизм

Ж.Бодрийяр «Общество потребления»

Сферные концепции

Медиаасфера. Медиасреда. Медиаполис

- Медиаатизация политики. Медиаакратия
(П.Манчини)
- Медиаатизация экономики
(П.Шуметер, Ф.фон Хайек)
- Медиаатизация общества
(Р.Сильверстоун, Н.Больц, Д.Вольтон)

- Метод системного анализа
- Герменевтический метод
- Диалектический метод
- Структурно-функциональный метод
- Институциональный анализ
- Анализ организации
- Функциональный анализ
- Ролевой анализ
- Нормативный анализ

Методы организации исследования

- Case-study. Монографическое исследование.

Биографический метод

Ивент-анализ

- Сравнительный метод

Компаративный метод

Сравнительно-исторический метод

Типологический метод

- Дискурс-анализ

- Выборочные методы

- ***Case-study*** - детальное целостное описание индивидуального случая, включенного в более широкий социальный и политический контекст.
- ***Монографическое исследование*** – изучение одного или нескольких объектов, типологически выбираемых на основе имеющейся информации. Предполагается, что объекты характерны для всего класса явлений.
- ***Биографический метод*** состоит в фокусировании внимания на уникальных аспектах истории жизни человека и на личностном, субъективном подходе к ее описанию, оценке политических, социальных и культурных условий («история жизни»).
- ***Ивент-анализ*** – исследование сообщений о событиях.

Сравнительный метод

Компаративный метод – метод кросскультурного исследования в целом.

Сравнительно-исторический метод – метод сравнения явлений в исторической перспективе.

Типологический метод – метод типологического моделирования.

Дискурс – это текст в событийном аспекте, рассматриваемый как целенаправленное социальное действие.

Критический дискурс-анализ изучает способы осуществления господства с помощью текстов.

Дискурс-анализ – метод исследования дискурса как:

1. Фрагмента действительности, который обладает временной протяженностью и логикой своего развертывания. Здесь выделяются два аспекта: *дискурс-рамка* как порождающая система (например, один и тот же термин наполняется разным содержанием в зависимости от идеологии) и конкретный дискурс или *дискурс-произведение*, обладающий определенным сюжетом (например, конфликт). Задача дискурс-анализа состоит в выявлении внутренней логики явления, определении способов и приемов, с помощью которых сюжет конструируется и разворачивается в действительности.

2. Особого вида коммуникации – письменной и речевой, вербальной и невербальной. В этом смысле дискурс выступает как диалог между индивидами, группами, организациями. Дискурс СМИ (медиадискурс) в данном случае выступает как особый уровень дискурса, наряду с повседневным и официальным.

3. Интегративной структуры, в которой выделяются шесть уровней дискурса:

- *семиотический* (знаковые системы, язык, жесты, образы, формы знания);
- *деятельностный* (характер социальных действий, направленных на поддержание существующих знаковых систем и на создание новых смыслов);
- *материальный* (среда взаимодействия – время, место, условия);
- *политический* (формирование и воспроизводство властных отношений в обществе);
- *социокультурный* (ценности, социальная дифференциация);
- *прикладной* (анализ речей, текстов, интервью, дебатов).

Лингвистический анализ.

Задачи:

- определение того, кто из участников коммуникации устанавливает тему беседы (кто производит повестку дня);
- выяснение того, как в дискурсе используются (не используются) метафоры;
- выявление специфики этоса (как посредством языка, мимики, жестов создаются и подтверждаются идентичности участников коммуникации), фразопостроения, грамматики (особое внимание обращается на транзитивность, номинализацию и модальность).

Норман Фэркло. О нем: Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. 2-е изд., испр. Харьков, 2008.

Транзитивность состоит в выявлении наличия или отсутствия связей в тексте между фактами, событиями и действиями.

Номинализация проявляется в употреблении разных оценочных категорий для обозначения одних и тех же явлений действительности.

Модальность позволяет выявить степень включенности автора в тему высказывания, убежденности в произносимом.

Социолингвистический анализ вскрывает причинные связи в тексте между языком и фактами общественной жизни. Он используется для изучения языка массовой коммуникации в историческом и современном аспектах. Социолингвистический анализ учитывает особенности языка разных типов СМИ, поскольку одно и то же явление для разных групп аудиторий передается разными языковыми средствами.

Психоллингвистический анализ основан на предпосылке о возможности психологически понять текст. В сфере внимания психоллингвистического анализа находятся действующие лица, занимающие стратегические и лидирующие позиции, неоднозначные и нестабильные ситуации, приводящие к импровизационному поведению.

Выборочные методы

- **Генеральная совокупность** – совокупность всего объема эмпирической базы исследования.
- **Выборочная совокупность (выборка)** – часть объектов генеральной совокупности, отобранных с помощью специальных приемов для получения информации обо всей совокупности в целом.

Выборочные методы

Вероятностные модели	Целенаправленные модели
Простой отбор	Метод основного массива
Механический отбор («Искусственная неделя»)	Метод типичных представителей
<i>Серийная выборка</i>	Стихийные выборки (в т. ч. метод «снежного кома»)
<i>Гнездовая выборка</i>	Квотная выборка

Квотная модель (на примере исследования аудитории)

Возраст Пол	16-25	26-35	36-45	46-55	Ст. 55	Всего
Мужско й	12%	11%	9%	8%	7%	47%
Женски й	12%	12%	11%	10%	8%	53%
Всего	24%	23%	20%	18%	15%	100%

Доверительный интервал (ошибка выборки)

Объем %	3 000	1 500	1 000	600	400	200
10	1	2	2	4	4	5
20	2	2	3	4	5	7
30	2	3	4	5	6	8
40	2	3	4	5	6	9
50	2	3	4	5	6	9
60	2	3	4	5	6	9
70	2	3	4	5	6	8
80	2	2	3	4	5	7
90	1	2	2	4	4	5

Методы сбора информации

- ***Источники информации:***

Люди, документы, исследователь.

- ***Группы методов:***

Опрос, анализ документов, наблюдение.

Синтетические методы – эксперимент и т.

п.

Люди как источники информации

- Эксперты
- Участники
- Наблюдатели, свидетели
- Личности как объект исследования

Опрос

- **Анкетирование**

Индивидуальное – Групповое.
Очное – Заочное
(дистанционное).

По способу связи:

Непосредственное,
Почтовое,
СМИ (в т. ч. прессовый опрос),
СМК (Web-ресурсы, SMS),
Социальные сети.

- **Интервьюирование**

Индивидуальное (личное) –
Групповое.

По способу связи:

Непосредственное
(face-to-face),
Дистанционное (телефон,
Интернет и др.).

***По степени
стандартизации:***

Стандартизированное,
Фокусированное,
Глубинное (глубокое),
Свободное.

Опросные методики

- Экспертиза:

Метод Дельфи, «мозговой штурм», brainstorming – метод групповой экспертной оценки (в методе Дельфи – заочной).

- Фокус-группа:

Метод группового фокусированного интервью.

- Холл-тест:

Метод опроса с демонстрацией продукта (произведения).

- **Медиапланирование** – процесс выбора средства, места, времени, размера и частоты размещения рекламы.
Эффективным медиапланированием можно назвать то, которое имеет комплекс положительных решений, то есть когда рекламное сообщение будет размещено в самое выгодное время, в наиболее подходящем для целевой аудитории рекламоносителе, в выигрышном месте, оптимальным размером, необходимом числе раз при минимальном бюджете.

Документальные источники информации

- Нормативные и официальные документы
- Документы «субъектной презентации» (пресс-релизы и т. п.)
- Материалы СМИ, информационных агентств
- Авторские произведения (научные и художественные)
- Материалы СМК (социальные сети, форумы и т. п.)
- Личные документы
- Материальные носители информации

Виды анализа текстов

- анализ *технических* характеристик материала – структурных особенностей текста, размещения, объема, степени эффективности.
- *количественный* (формализованный) анализ – определение частоты появления анализируемых категорий, частоты и объемов их совместного появления, характера и динамики их направленности, интенсивности присутствия.
- *качественный* – психологический, мотивационный, ролевой анализ.

Контент-анализ:

Единица анализа: понятия, темы, герои (типажи, характеры), ситуации, суждения, сообщения, действия;

Индикаторы единицы: знаки, термины, названия, имена, символы;

Количественные показатели – частотность, объем, интенсивность (повторяемость).

- **Метод нахождения контекстов** основывается на выборе предложений, в которых встречается та или иная категория. В полученной подвыборке текста определяются контексты: выясняются простые частоты употребления категорий, относительные частоты (доли), оценки категорий относительно норм словоупотребления и т. д.
- **Контент-мониторинг** – постоянное, воспроизводимое во времени выполнение узко очерченного своими задачами контент-анализа непрерывных потоков информации. Среди основных принципов построения системы мониторинга выделяют принципы системности, адресности и предметной направленности.
- **Медиастатистический анализ.** Медиаиндексы.

Неформализованный анализ

ТЕКСТОВ

- Интерпретация содержания с помощью ответов на следующие вопросы: Какие проблемы автор считает важнейшими? Каковы предполагаемые пути решения? Кто адресат сообщения? К чьему мнению автор апеллирует, чьей поддержки ищет? Каково самоопределение автора в политическом поле? Кто союзники и кто противники автора? Как соотносится позиция автора с текущим моментом, с проводимой политикой? С кем автор вступает в полемику и по каким вопросам? Что нового вносит текст в баланс политических сил? В каком направлении автор стремится изменить ситуацию?
- Анализ используемых автором средств и приемов: Какие риторические, стилистические и графические средства использованы в тексте? Каковы образы автора, адресата, оппонентов, союзников? Как автор позиционирует политических игроков в символическом пространстве «я» – «мы» – «они»? Как описываются субъекты действия? Возникает ли из текста образ врага (кто враг и какой он)? Какие способы аргументации (обращенные к логике или эмоциям) использованы в тексте?
- Оценка идей и априорных посылок, которыми руководствуется автор текста. Реконструкция его политических ценностей, установок и предпочтений.

Алтунян А. Г. Анализ политических текстов: учеб. пособие. М., 2006.

Изучение исторических источников

- первичные (официальные документы)
- вторичные (отчеты, интервью, журналистские материалы и др.).

Определение достоверности:

- поверхностно прочитайте текст документа (просмотрите видеозапись), оцените его с позиции читателя прессы (зрителя программы), в которой документ был обнародован;
- проанализируйте, что отсутствует в документе (какая информация требует конкретизации);
- определите, точку зрения каких политических сил выражает автор документа;
- определите функции документа (для кого и с какой целью он был создан);
- проверьте соответствие оформления, лексики и стиля документа нормам, принятым во время его изготовления.

Требования:

- учитывать цели и намерения составителей документа;
- различать описание событий и их оценку;
- проводить сравнение «целевых» документов (они более тенденциозны, так как создаются с целью оказать воздействие на адресата) и «естественных»;
- учитывать прирост искажения информации во вторичных документах.

Структурный анализ:

- тематический анализ СМИ (исследуется структура тем),
- анализ профилей материалов (исследуется соответствие публикаций типу СМИ как жанрово, так и стилистически),
- анализ цитируемости (исследуется цитируемость СМИ или отдельного журналиста в различных источниках, а также объемы и источники цитирования в изучаемом СМИ).

Стилистический анализ – исследование стилистических особенностей материалов во взаимосвязи с жанрами и функциями СМИ.

Например:

Публицистический стиль: документализм, содержательность, официальность, абстрагированность изложения, открытая оценочность и экспрессивность.

Интент-анализ

- исследование речи, позволяющее определить намерения высказывающегося, реконструировать интенции говорящего по его речи, а также метод исследования психологического содержания текста, который состоит в экспертном оценивании целевой (интенциональной) направленности речи публичных деятелей, выраженной в конкретном тексте.

Францев Роберт. Обмани меня – к чему призвал Обама // Россия24. Факты. 2013. 11 сентября

«Объявления войны не последовало. Зато прозвучало огромное количество самых разных обтекаемых фраз. Мы все это досконально проанализировали, чтобы выяснить, что в действительности стоит за нечеткими формулировками и всей этой дипломатической игрой.

Всего обращение к нации в исполнении Обамы **продолжалось 15 минут 34 секунды. За это время президент успел произнести 2225 слов.** Далеко не все из них несли смысловую нагрузку. **Неинформативный сегмент речи**, который принято называть “водой” составил почти 70% от всего выступления. Обама заявил, что в свете российского предложения по передаче химоружия под международный контроль, США стоит подождать с нанесением удара и попытаться решить проблему мирным путем. Достаточно расплывчатая формулировка, поэтому мы решили вычленить главную суть.

Вот наиболее часто употребляемые слова, такое **семантическое ядро**. Особенно Обама упирал на такие термины как “Асад”, “chemical weapon”, глагол “use”, и здесь легко угадывается фраза: “Асад использует химоружие”. Становится ясно, что никаких сомнений у Обамы на этот счет нет. И, собственно, в других словах, которые также составляют это семантическое ядро, угадываются и дальнейшие **намерения** американского президента. Особенно активно он использовал глагол “will”, то есть “будем”, и глагол “force” в значении “принуждать, оказывать давление”. Выходит что-то вроде: “Америка будет принуждать мир к военным действиям”. Вот, собственно, **в этих двух фразах и весь смысл** этого пятнадцатиминутного спича. Правда, без анализа уловить его было бы практически невозможно.

Обама в своем выступлении активно использовал разные хитрые **конструкции**, например, конструкцию с союзом “но”. По сути, все, что стоит до союза “но” практически не имеет никакого значения. Например, Обама рассказывал, что нельзя закончить чужую гражданскую войну через внешнее вмешательство, особенно после десяти лет войны в Ираке и Афганистане, но тут же добавил: “**Но** ситуация кардинально поменялась 21 августа, когда Асад использовал химическое оружие”. Или, рассуждая о роли Аль-Каиды в рядах повстанцев, президент США опять добавляет: “**Но** есть и другая позиция, согласно которой эти люди просто хотят жить в свободной стране”. В общем, если присмотреться, очевидно, что акценты расставлены отнюдь не так двусмысленно, как может показаться на

Медиапортретирование

Медиапортрет – образ субъекта в информационном пространстве, который характеризуется качеством присутствия в медиасфере.

Этапы:

- Составление списка анализируемых источников, которые структурируются в зависимости от целей исследования по критериям канала распространения информации (периодическая печать, телевизионные и радиопрограммы, сетевые СМИ), тематики, характеристик аудиторий, территории распространения и т. д.

Если в исследовании используется выборочный метод, список сопровождается обоснованием и объемом выборки материалов за определенный срок, например: 200 материалов в общественно-политических периодических печатных изданиях Санкт-Петербурга за период 2012-2013 гг.

- Определение тем, в соответствии с которыми характеризуется субъект в СМИ.

Например, деятельность губернаторов описывается в контексте тем экономического развития региона, международных связей региона, партийной работы, коррупции, работы правоохранительных органов и т. д. Выявленные темы представляются в виде рейтингов.

- Выставление оценок, демонстрирующих, как характеризуется субъект в каждом отобранном материале.

Можно разработать собственную систему оценивания, также можно использовать подходы, разработанные в практике исследований связей с общественностью. Например, положительные (+), отрицательные (–), сбалансированные (+/–) и нейтральные (0) оценки. Оценивание позволяет группировать СМИ на основе их отношения к исследуемому субъекту политики.

Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью. Теория и практика. М., 2003. С. 67.

- Выявление позиций с целью уточнения характеристик отношения отдельных авторов и СМИ к исследуемому субъекту. В медиапортрет включаются наиболее характерные фрагменты материалов, позволяющие выделить контексты, определить источники информации и особенности авторского стиля.
- Представление мнений и оценок независимых экспертов. Специалисты могут дополнить сведения, полученные из материалов СМИ, а также оценить соответствие медиапортрета реальному субъекту.

Наблюдение

- Метод сбора первичных эмпирических данных, который заключается в направленном, систематическом, непосредственном восприятии и регистрации значимых (с точки зрения целей и задач исследования) процессов, явлений, ситуаций, фактов, подвергающихся контролю и проверке.
- Метод монографического анализа случая (case-study).

По методике *Дж. Спрэдли* результаты наблюдения должны содержать следующие данные:

- 1) описание пространства, местоположения событий и участников;
- 2) описание акторов (действующих лиц), участвующих в событии;
- 3) описание деятельности, характера взаимодействия людей в ситуации;
- 4) описание объектов, всех физических предметов в поле наблюдения (предметной среды);
- 5) описание актов – отдельных действий, совершаемых людьми;
- 6) описание события как взаимосвязанных действий людей;
- 7) описание времени (временное упорядочивание происходящего);
- 8) описание цели, к которой стремятся люди;
- 9) описание чувств участников, выражаемых ими эмоций и переживаний.

Включенное и невключенное наблюдение.

Gold, R. L. Roles in Sociological Fieldwork // Social Forces. 1958. Vol. 36.

- «Полный наблюдатель». Полное исключение реакций изучаемых людей на исследователя.
- «Наблюдатель как участник». Соучастники событий – информаторы, осведомлены о том, что в событиях участвует исследователь.
- «Участник как наблюдатель». Соучастники предлагают исследователю включение в ситуацию.
- «Полный участник». Скрытое наблюдение. Исследователь принимает роль, уже существующую в наблюдаемой группе.

Установки наблюдателя (исследования автора)

- **Отражение**, фактологическое изложение событий – *«наблюдение без участия»* – беспристрастное отображение (трансляция) действительности.
- **Обобщение**, установление причинно-следственных связей, логики и взаимосвязей с опорой на жизненный опыт, знания, ценности – *«наблюдение частного как проявления общего»*.
- **Рекомендация**, инициирование принятия решений – *«участие как апелляция»* (явная и латентная).
- **Влияние** – *«участие»* – достижение определенных целей, изменение и формирование реальности, создание ситуаций.

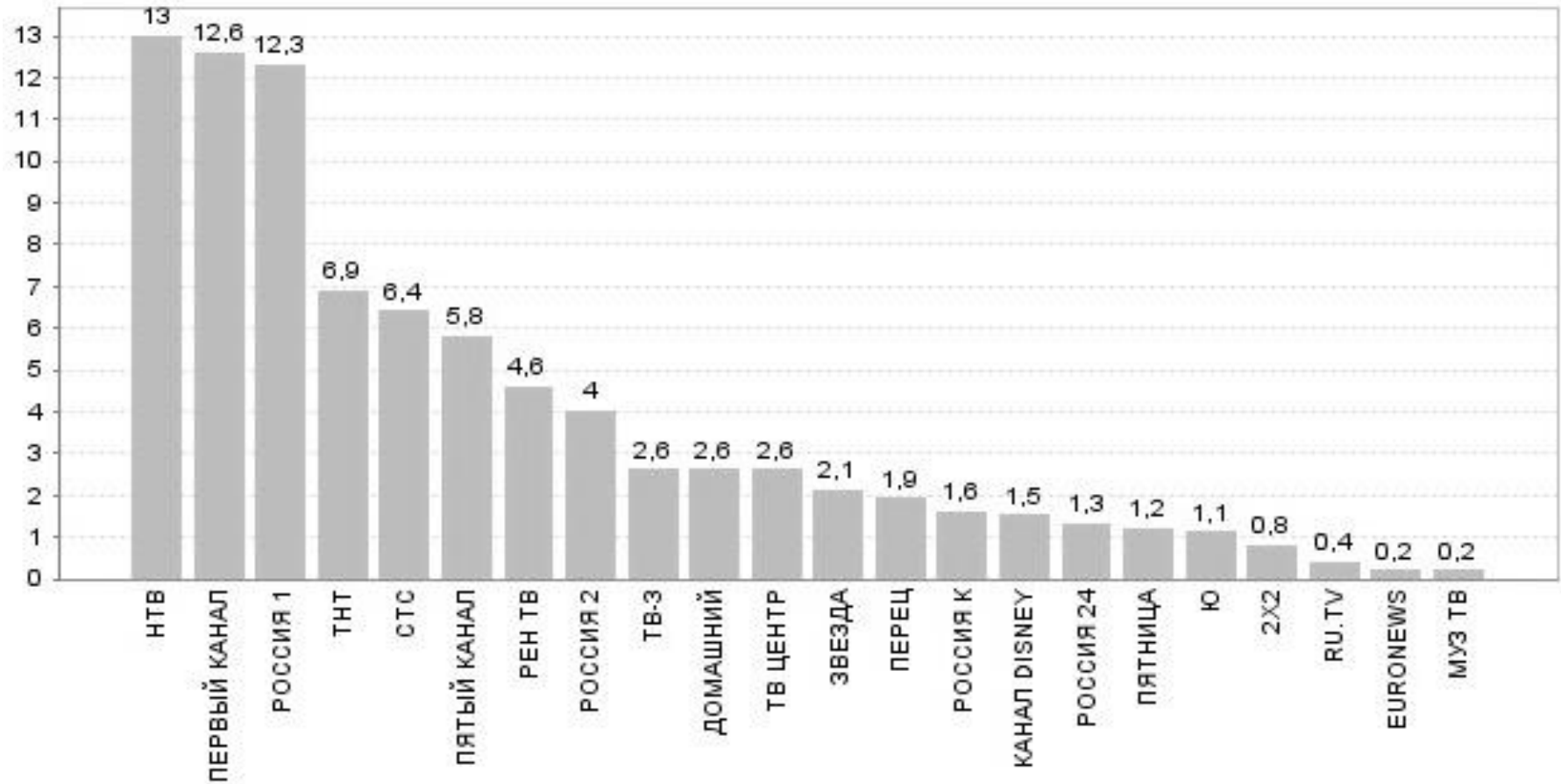
Action research (AR) – семейство научно-практических методологий, которые на равных основаниях используют методы научного познания (опрос, наблюдение, диагностику, экспертизу и др.) и активного вмешательства (изменения, преобразования, улучшения) в объект изучения.

Методы обработки информации

- Линейная обработка – ранжирование (рейтинг)
- Шкалирование – линейные группировки по числовым показателям
- Моделирование
- Корреляционный анализ – выявление зависимостей переменных величин
- Факторный анализ – определение влияния факторов на переменную величину
- Кластерный анализ – многомерные группировки (типологии)

Линейная обработка – ранжирование (рейтинг)

12.08.2013-18.08.2013



Шкалирование

- Шкалы наименований
(описание)
- Шкалы порядка (рейтинг)
- Интервальные шкалы (оценка)
- Шкалы отношений
(рейтинг/оценка)

Корреляционный анализ

	A	B	
C	400	300	700
	67%	75%	-----
	57%	43%	100%
	40%	30%	70%
D	200	100	300
	33%	25%	-----
	67%	33%	100%
	20%	10%	30%
	600	400	1000
	100%	100%	100%
	-----	-----	100%
	60%	40%	100%