Въпросник

|  |  |
| --- | --- |
| Учебна дисциплина: | Социални и медийни изследвания |
| Специалност | Социология |
| ОКС: | Бакалавър |
| Катедра: | Икономическа социология |
|  | Доц. д-р Александър Стоянов  февруари 2019 |

1. Същност на социалните и медийните изследвания. Необходимост от изследвания. Понятие за емпирична информация. Делението „емпирично – теоретично“ в познанието и неговата роля в социалните и медийните изследвания.
2. Основни цели на социалните изследвания. Емпиричната информация и рисковете свръх-обобщение (извличане на обобщаващи изводи от единични случаи) и редукция (приписване на групови характеристики на отделни индивиди).
3. Валидност и представителност на информацията. Вътрешна и външна валидност. Понятие за представителност.
4. Водещи концепции и индикатори. Значение на определянето на водещи концепции. Операционализация на концепциите. Нива на операционализация
5. Обхват и дефиниция на корупцията. Механизми на корупцията, равнища на корупция и критерии за злоупотребата с власт.
6. Форми на корупция и основни индикатори за изследване на корупционното поведение. Оценка на равнището и формите на корупция: методология на изследванията и съществуващи системи за измерване – СМК, Селди, Евробарометър.
7. Основни резултати от прилагането на различните методологии за измерване. Корупционен натиск, участие в корупцията, податливост на корупция, склонност към корупция, отношение към корупцията и представи за нейното разпространение.
8. Методологията за оценка на корупцията на Прозрачност без граници и нейните резултати. Корупцията в частния сектор – методология на измерване и резултати.
9. Обща характеристика на явлението престъпност. Престъпност и девиантно поведение, зависимости на престъпността от пола и възрастта. Модели на обяснение на наблюдаваните закономерности. Източници на информация за престъпността. Насоки/индикатори за изследване на престъпността.
10. Характеристика на равнището на престъпност в България. Особености на полицейската статистика. Престъпността в България и ЕС по данни на полицейската статистика и статистическите институти (Евростат).
11. Същност на виктимизационните изследвания. Равнище на виктимизация, полицейски филтри и латентност. Методология на виктимизационните изследвания. Виктимизационни изследвания в България: основни резултати и тенденции. Измерване на отношението към престъпността в ЕС.
12. Методологии за изследване на организираната престъпност. Комбиниране на количествени и качествени изследвания; институционална информация, маркетингови изследвания и виктимизационни изследвания.
13. Понятие за различие и неравенство. Структура на неравенството: класи, касти и групи. Модели на неравенство: класово, стратификационно, кастово. Видове неравенство и тенденции на неравенството. Политически виждания за същността и характера на неравенството.
14. Измерване на икономическото неравенство. Характер на подоходната диференциация. Основни измерители на икономическа диференциация: коефициент на Джини и децилни отношения. Тенденции на икономическата диференциация в България.
15. Еволюция на доходите на най-богатата част от населението (1%) и най-бедната част от населението по света. Децилни отношения в България през последните 10 години.
16. Измерване на неравенството между мъжете и жените. Либерална и консервативна концепция. Феминистка концепция. Основни показатели за измерване на различията в световен план: икономическо участие, образование, здраве и оцеляване и политическо участие. Джендър баланс и дистанция между половете (Gender Gap Report). Представи за неравенството между мъжете и жените (Евростат).
17. Измерване на престижа. Същност, показатели и резултати за България.
18. Измерване на представите за неравенството. Основни показатели (достатъчност на доходите, справедливост на разпределението, размер на диференциацията, фактори за неравенство).
19. Дефиниране на понятието социален прогрес. Основни измерения на социалния прогрес. Декомпозиция на измеренията на индекса на социалния прогрес до отделни емпирични индикатори. Измерения, основни индикатори, под-индикатори и източници на информация.
20. Набиране на информация за индекса на социалния прогрес, определяне на граници на индикаторите и нормализация на данните. Пресмятане на индекси на подкомпоненти и изчисляване на цялостен индекс на социалния прогрес. Резултати на Индекса на социалния прогрес.
21. Понятие за сива икономика. Дефиниране на сивата икономика. Разлика между различни типове понятия, отразяващи близки до сивата икономика явления: сива, скрита, неформална, неофициална, нелегална, черна и др.
22. Системи за измерване на размера на сивата икономика. Измерване на сивата икономика чрез данните на националните статистически институти.
23. Измерване на сивата икономика чрез декомпозицията и на елементи и оценки, основани на извадкови изследвания. Резултати и тенденции. Технологични методи за оценка на размера на сивата икономика. Резултати и тенденции.
24. Поява на масовите медии и медийни аудитории и засилването на интереса към въздействието и значението на медиите. Теоретични подходи към медиите и изследването на медиите – позитивизъм, интерпретативизъм, критическа теория.
25. Място на медиите в обществения процес. Основни направления в изследването на медиите. Еволюцията в структурата на медиите. Основни въпроси и индикатори при изследване на медийните аудитории.
26. Рекламата като основен източник за финансирането на медиите. Структура на рекламните инвестиции в България. Разпределение на рекламните инвестиции. Основните клиенти на медийните изследвания и техните интереси: медии, рекламодатели и медия-шопове.
27. Класификация на типовете изследвания на медиите и медийната аудитория. Изследвания и измервания на телевизионната аудитория. Същност на пипълметричните системи, организация и техническо оборудване. Комитет за наблюдение и контрол върху пипълметричните системи. Финансиране. Основни клиенти. Резултати и начин на достъп до базите данни. Рекрутиращо изследване и неговите параметри.
28. Измерване на аудиториите на радиостанциите и музикалните вкусове. Изследвания, основани на дневници и изследвания основани на технически устройства. Основни модели на изследване и методологии. Основни индикатори – yesterday aided recall. Музикални формати на радиостанциите и изследване на музикалните предпочитания. Резултати относно радиоаудиториите и тяхната динамика.
29. Изследване на аудиторията на пресата и доверието в печата. Теоретична основа и водещи индикатори. Съществуващи системи за измерване и техните резултати.
30. Наблюдение на рекламата. Технология, основни индикатори и резултати. Използване на резултатите.
31. Изследване на използването на Интернет и социалните медии. Теоретични основи, еволюция и основни индикатори. Технология за изследване на Интернет поведението.

**ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА**

**А. Основна**

Нончев А., В. Стоилова, М. Стоянова, Ал. Стоянов, Г. Петрунов, М. Мишева (2017). Икономическа социология. София: Издателски комплекс – УНСС

Калчев Й., В. Велева (2015). Проектиране на емпирични социални изследвания. Благоевград: Университетско издателство „Неофит Рилски“

България в международните класации. 69 мерки за повишаване на благосъстоянието на България. (2010). София: ИПИ.

Панчев, С. (2013). Дефиниране и измерване на средната класа в България. София: ИПИ.

Bezlov, T., & Gounev, P. (2005). Crime Trends in Bulgaria: Police Statistics and Victimization Surveys. Sofia: Centre for the Study of Democracy.

Kubitschko, S., & Kaun, A. (Eds.). (2016). Innovative methods in media and communication research. Cham: Palgrave Macmillan.

Sloan, L., & Quan-Haase, A. (2016). The SAGE Handbook of Social Media Research Methods. London: SAGE Publications Ltd.

**Б. Допълнителна**

Стойнова, Н, Безлов, Т., Дал, Й., & Бйеланд, Х. (2017). Трансгранична организирана престъпност. България и Норвегия в контекста на миграционната криза. София: Център за изследване на демокрацията.

Бюджети на домакинствата в Република България 2016. (2017). София: Национален статистически институт.

Индикатори за бедност и социално включване, основани на европейско изследване на доходите и условията на живот (EU-SILC) в контекста на отворения метод на координация. (n.d.). НСИ.

ИПИ. (2014). Бедност и неравенство в България. Методологически коментар и преглед на данните. София: Институт за пазарна икономика.

НСИ. (2003). България: предизвикателства пред бедността. Анализ по данни на многоцелевото наблюдение на домакинствата 2003. София: Национален статистически институт.

Centre for the Study of Democracy. (2007). Organized Crime in Bulgaria: Markets and Trends. Sofia: Centre for the Study of Democracy.

Ducato, M., Favarin, S., Hideg, G., & Illyes, A. (2013). The crime against businesses in Europe: A pilot survey. Brussels: The Gallup Organization, Europe, Transcrime, European Commission.

Schneider, F., Buehn, A., & Montenegro, C. E. (2010). Shadow Economies all over the World: New Estimates for 162 Countries from 1999 to 2007. The World Bank.

Publications Office of the European Union. (2018). Monitoring EU crime policies using the International Classification of Crime for Statistical Purposes (ICCS). Luxembourg.

Geoffroy Patriarche, Helena Bilandzic, Jelena Juriši, & Jakob Linaa Jensen (Eds.). (2014). Audience Research Methodologies. London and New York: Routhledge.

Webster, J. G., Phalen, P. F., & Lichty, L. W. (2006). Ratings analysis: the theory and practice of audience research (3rd ed). Mahwah, N.J: L. Erlbaum Associates.

TNS Opinion & Social. (2017). Special Eurobarometer 465. Gender equality. European Commission.

TNS Political & Social. (2017a). Flash Eurobarometer 457: Businesses’ attitudes towards corruption in the EU. Report. Brussels: European Union.

TNS Political & Social. (2017b). Special Eurobarometer 470: Corruption. Report. Brussels: European Union.