



*Предгорненское районное местное отделение
Общероссийского общественного благотворительного фонда
«Нет алкоголизму и наркомании»*

СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫЙ ПРОЕКТ

*«Региональный ресурсный центр общественной инициативы
«Содействие+»*

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ МОНИТОРИНГА В ПРОФИЛАКТИКЕ ЗАВИСИМОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЁЖИ

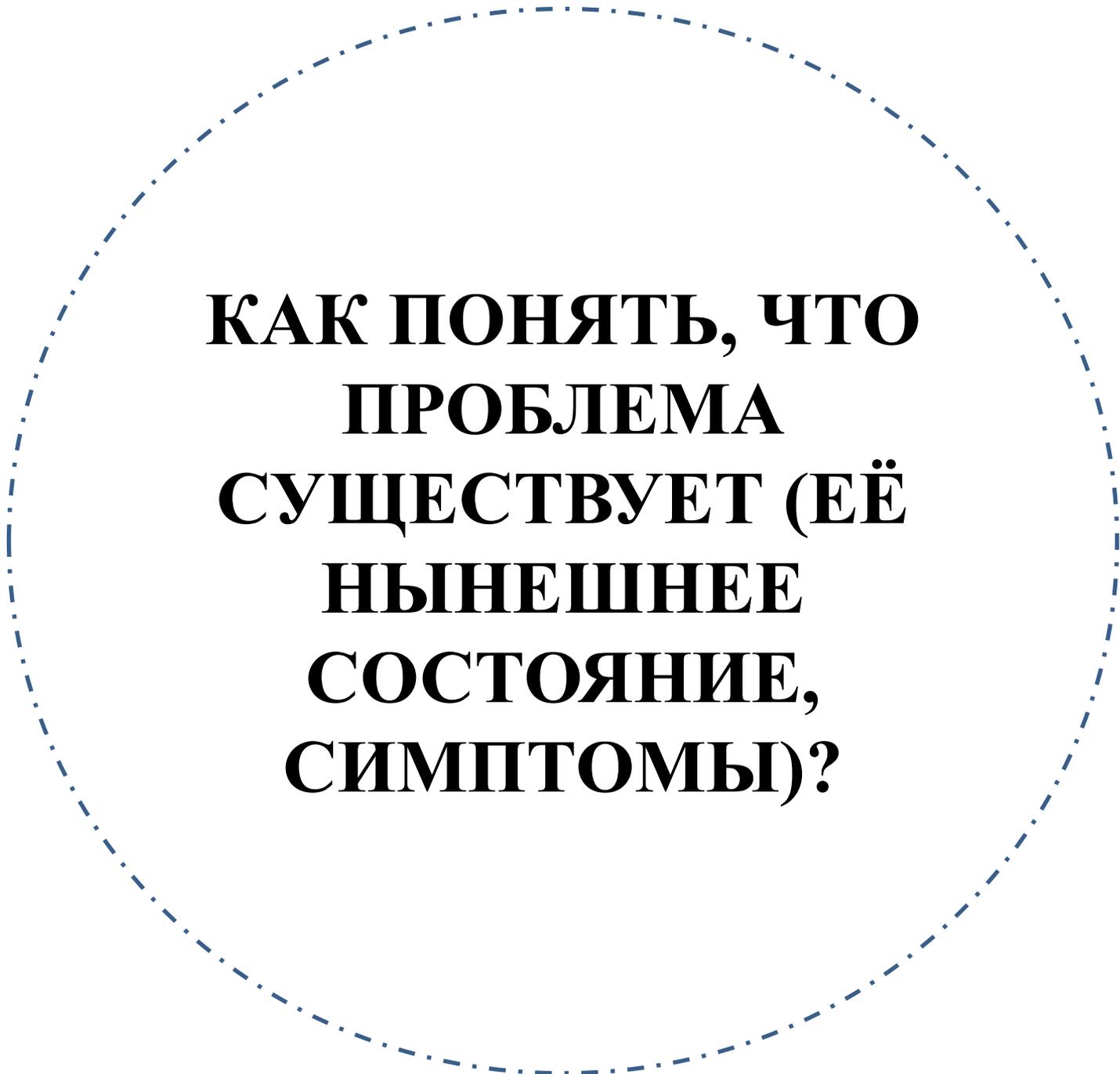
16 ноября (СУББОТА)

Шаповалов Алексей Викторович,

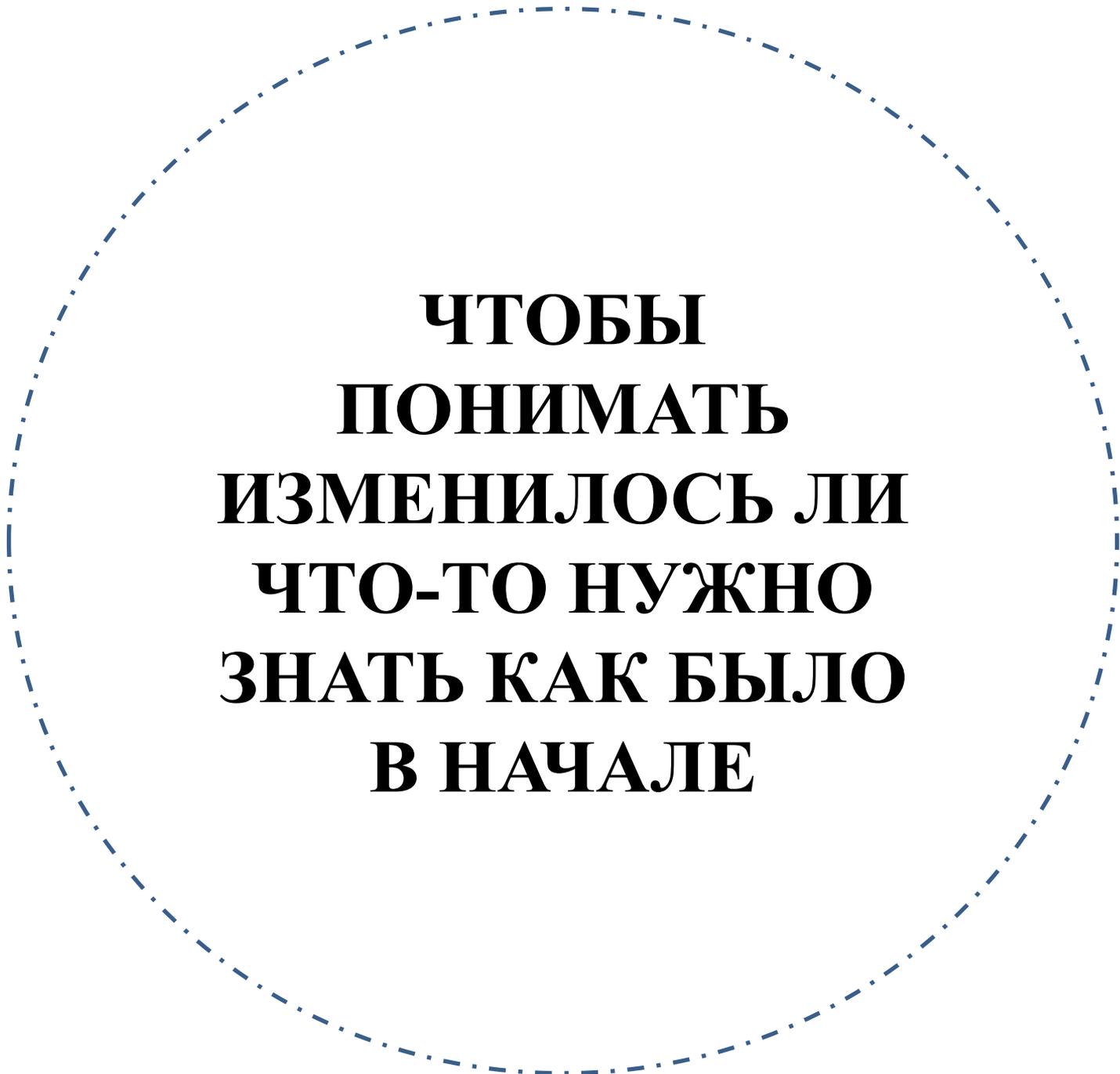
руководитель социологической службы социально-значимого проекта «Региональный ресурсный центр общественной инициативы «Содействие+»

**ФОНД
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ**

г. Ставрополь, 2019



**КАК ПОНЯТЬ, ЧТО
ПРОБЛЕМА
СУЩЕСТВУЕТ (ЕЁ
НЫНЕШНЕЕ
СОСТОЯНИЕ,
СИМПТОМЫ)?**



**ЧТОБЫ
ПОНИМАТЬ
ИЗМЕНИЛОСЬ ЛИ
ЧТО-ТО НУЖНО
ЗНАТЬ КАК БЫЛО
В НАЧАЛЕ**

ПРОБЛЕМА, РЕШЕНИЮ (СНИЖЕНИЮ ОСТРОТЫ) КОТОРОЙ ПОСВЯЩЁН ПРОЕКТ – ПРОТИВОРЕЧИЕ МЕЖДУ ЖЕЛАЕМЫМ И ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫМ



В НАЧАЛЕ ПРОЕКТА

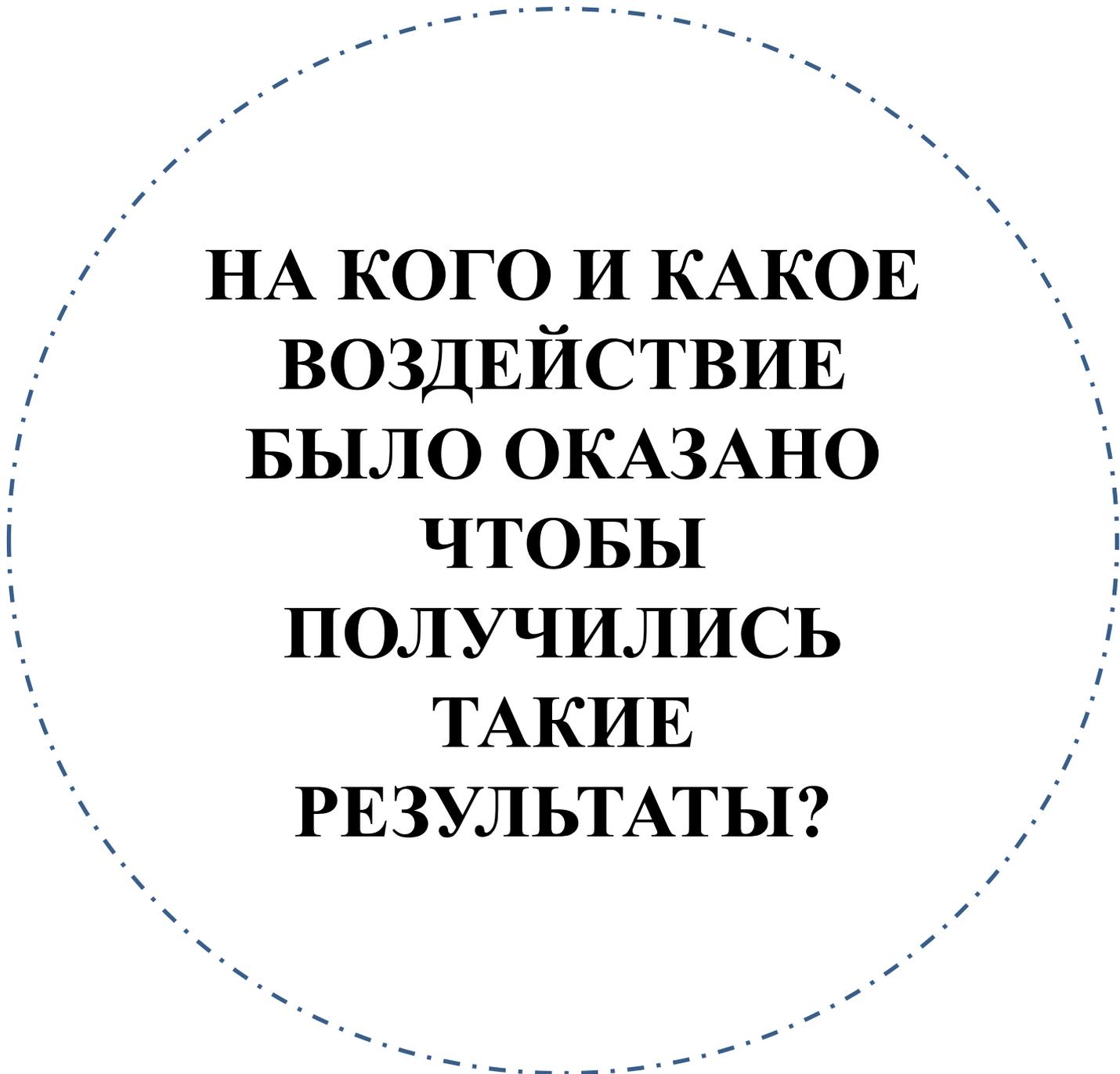


В КОНЦЕ ПРОЕКТА

ПРИМЕР

До проведения проекта «...»
конфликты в школе случались 5
раз в месяц

После реализации проекта «...»
конфликты происходят 1 раз в
месяц, при этом отработаны
инструменты их разрешения...



**НА КОГО И КАКОЕ
ВОЗДЕЙСТВИЕ
БЫЛО ОКАЗАНО
ЧТОБЫ
ПОЛУЧИЛИСЬ
ТАКИЕ
РЕЗУЛЬТАТЫ?**

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

**Количество людей,
принявших участие в
тренинге**

КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

**Что в этих участниках
тренинга качественно
изменилось (например,
повысился уровень
правовых знаний) - как
(каким инструментом)
мы это измерим?**

КАК ДЕЛАЕМ

1. Статистика (данные) подтверждает то что Вы хотите сказать.
2. Статистика (%) отмечает позитивную тенденцию, однако при этом ...
3. ... (дополняем)

ПРИМЕР-1

В КОНФЛИКТНОЙ
СИТУАЦИИ ШКОЛЬНИКИ,
ЧАЩЕ ВСЕГО, ПЫТАЮТСЯ
РЕШИТЬ ВОЗНИКШУЮ У
НИХ ПРОБЛЕМУ САМИ

ПРИМЕР-2

КАЖДЫЙ ТРЕТИЙ
ШКОЛЬНИК В
ВОЗНИКШЕЙ
КОНФЛИКТНОЙ
СИТУАЦИИ ПЫТАЕТСЯ
РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ
САМОСТОЯТЕЛЬНО

ПРИМЕР-3

35,6 % ШКОЛЬНИКОВ В
ВОЗНИКШЕЙ У НИХ
КОНФЛИКТНОЙ
СИТУАЦИИ ПЫТАЮТСЯ
РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ
САМОСТОЯТЕЛЬНО

ПОКАЗАТЕЛЬ УСПЕШНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Наличие в проекте статистических данных (пункт **«ОБОСНОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ ПРОЕКТА»**) – социальные проекты направлены на снижение остроты социальных проблем, поэтому необходимо знать исходную ситуацию (например, для того чтобы повысить уровень правовой культуры молодёжи, необходимо знать на каком уровне он в настоящее время «находится»)

**В ТЕКСТЕ ПРОЕКТА
(ОБОСНОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ
ЗНАЧИМОСТИ ПРОЕКТА)**

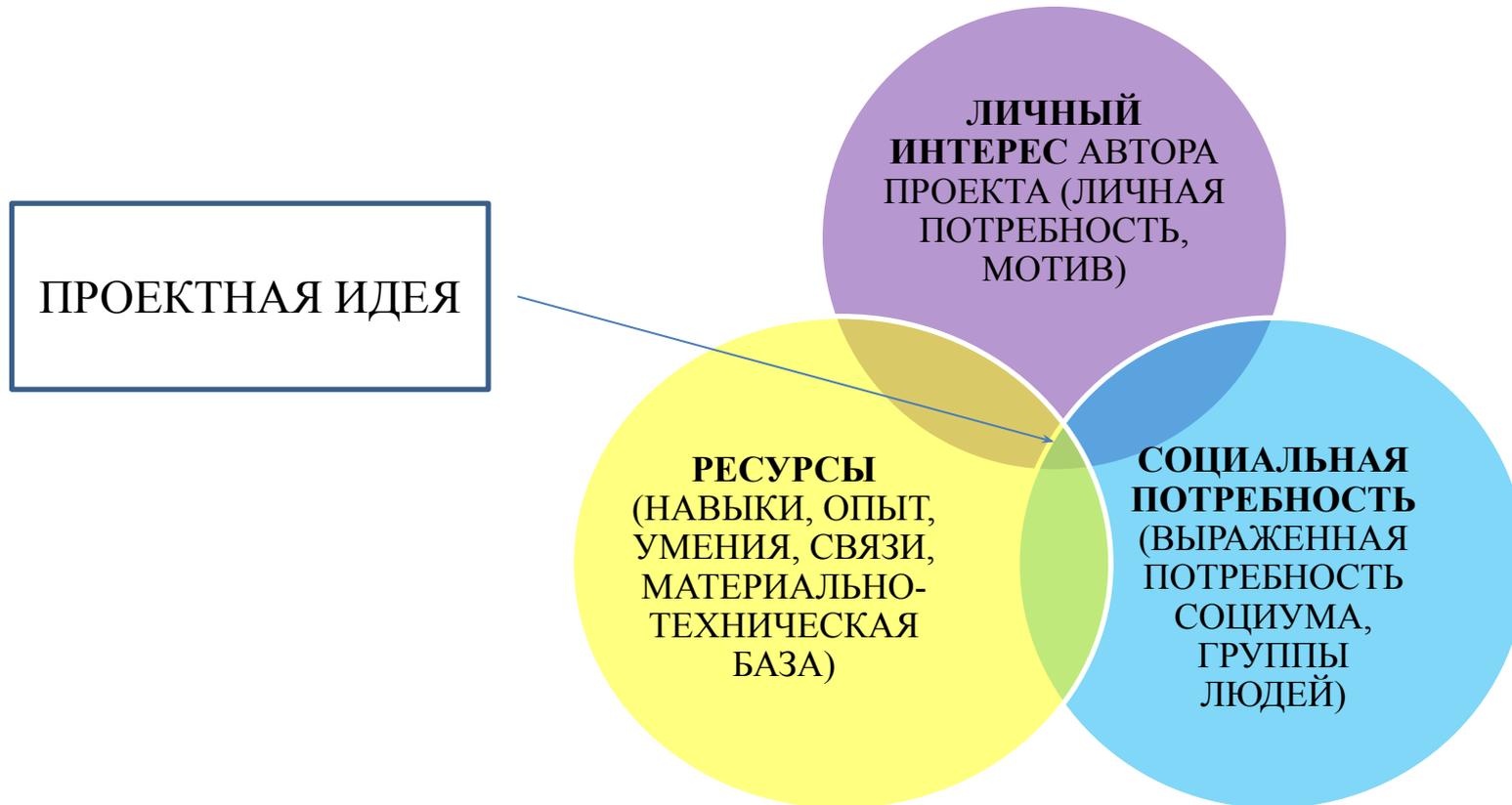
**СТАТИСТИКА + МАТЕРИАЛЫ
СОБСТВЕННЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ
(АНКЕТНЫЙ, ЭКСПЕРТНЫЙ
ОПРОС, МАТЕРИАЛЫ
НАБЛЮДЕНИЙ**

ГДЕ Я НАХОЖУСЬ? ПОИСК ПРОБЛЕМЫ?

ПРАВИЛО «0»: для того
чтобы решить проблему
нужно изучить её, чтобы
понять – существует ли
она и можем ли мы что-
то (что именно?)
изменить



ПРОЕКТНАЯ (ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ) ИДЕЯ



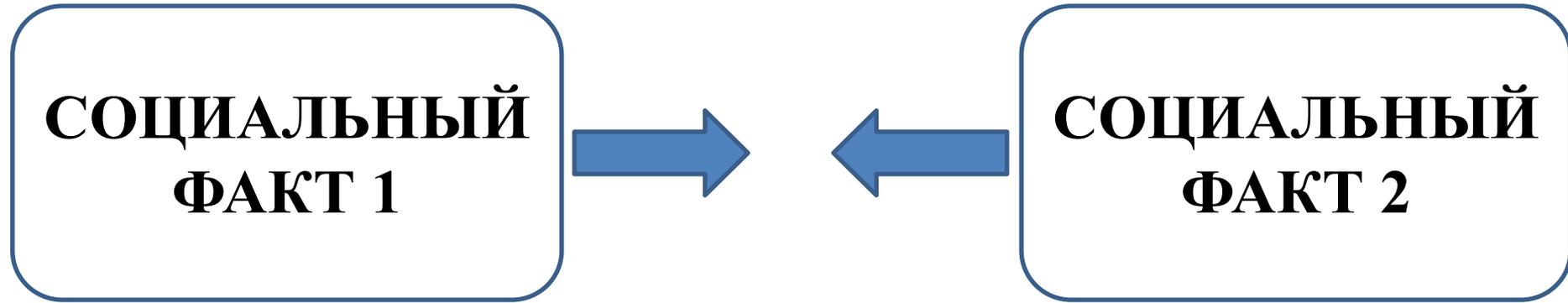
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ Я-КОНЦЕПЦИЯ



ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ

СФОРМУЛИРОВАТЬ
ПРОБЛЕМУ (В ВИДЕ
ПРОТИВОРЕЧИЯ) И **ЦЕЛЬ**
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ

УГЛУБЛЕННОЕ ИЗУЧЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ



«ПОЧЕМУ СТЕРИЛЬНЫЙ ШПРИЦ В АПТЕКЕ
СТОИТ 3 РУБЛЯ, НО ПОТРЕБИТЕЛИ
ИНЪЕКЦИОННЫХ НАРКОТИКОВ
ПРЕДПОЧИТАЮТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ
НЕСТЕРИЛЬНЫМИ ШПРИЦАМИ» *(ПРИМЕР И.
Е. ШТЕЙНБЕРГА)*

УГЛУБЛЕННОЕ ИЗУЧЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ

КТО? ГДЕ? КАК ДОЛГО?

**ЧТО БУДЕТ ЕСЛИ НЕ
РЕШИТЬ?**

И ЧТО ДАЛЬШЕ? ЗАЧЕМ?

ПРИМЕР

ПРОБЛЕМА – НИЗКИЙ УРОВЕНЬ ПРАВОВЫХ ЗНАНИЙ МОЛОДЁЖИ / СТУДЕНТОВ 1 КУРСА СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЭКОНОМИКА» ... (КАК ПОДТВЕРДИТЬ ЧТО ПРОБЛЕМА СУЩЕСТВУЕТ? КАК ЕЁ ИЗМЕРИТЬ? – *ДЛЯ СОЦИОЛОГА*)

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА – ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ПРАВОВЫХ ЗНАНИЙ МОЛОДЁЖИ (А КАК МЫ ПОДТВЕРДИМ, ЧТО ПРОБЛЕМА РЕШЕНА? – *ДЛЯ СОЦИОЛОГА*)

ОТКУДА БРАТЬ ОБОСНОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ

СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА



ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ ПРОЕКТА
(НОСИТЕЛИ ЗНАНИЯ – *ИНОГДА*
ЭКСПЕРТЫ – О СОЦИАЛЬНОЙ
ПРОБЛЕМЕ)

СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

1. В чем состоит предлагаемая к решению проблема (сущность проблемы, симптомы проблемы, причины проблемы)?
2. В какой степени она серьёзна, насколько она распространена, кого затрагивает и как долго существует?
3. Какие источники информации (статистическая и аналитическая информация) свидетельствуют о том, что проблема существует и её важно решить?
4. Какие меры по её разрешению уже предпринимались, и какова была их эффективность?
5. В чем состоят, по Вашему мнению, потенциальные угрозы бездействия?

ПРИМЕР-1 (источник – сайт ФПГ)

«В селе Мильково и Мильковском районе около **500 безнадзорных кошек**. Это создает огромные проблемы для жителей села, так как кошки плодятся не менее трех раз в год, таким образом приносят около **18 котят в год**. Такое огромное количество животных создает антисанитарную обстановку в жилых домах и на улицах села. Приюта для кошек на Камчатке нет. В организацию поступают десятки звонков с просьбой помочь решить проблему бесконтрольного размножения кошек на территории села». (При этом – целевая группа – население села)

ПРИМЕР-2 (источник – сайт ФПГ)

«Опрос целевой аудитории из 274 респондентов, проведенный в феврале-марте 2018 года, показал, что многие НКО Ставропольского края не уделяют должного внимания информационному сопровождению. (Подробнее: <http://sk-news.ru/tsgrp/news/obrazovanie/53418/>). Чаще всего, этим занимается либо руководитель организации (35,5 %), либо «все понемногу от случая к случаю» (36,6 %). 14,3 % признались в том, что информсопровождение – «это слабое место» их организации). Публикуются в СМИ, только четверть опрошенных. С теми или иными проблемами в взаимодействия со СМИ знакомы 20,1 % («мы пытаемся, но все хотят денег», «мы не знаем, как это делается»). (При этом – целевая группа – представители НКО СК, молодёжь и студенты)

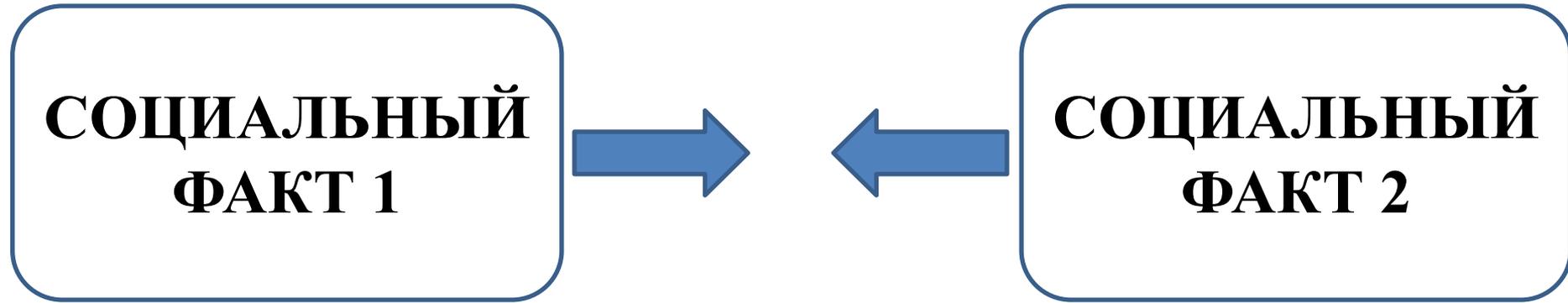
ПРИМЕР-3 СОЦИОЛОГИЯ

«...Подтверждают проблематику и проведенные нами исследования в 2013-2017гг. (2500 респондентов – школьников, 300 учителей). Ответы на вопросы «Что такое «право»?» и «Что такое «обязанность»?» показали явную подмену представлений в понятийном аппарате и о роли прав и обязанностей в жизни человека (25% опрошенных воспринимает обязанности как круг действий, связанных с исполнением какой-нибудь должности, 38% относятся к обязанностям как к требованию, которое желательно выполнить и лишь 30% респондентов воспринимают обязанность как предписанную законом необходимость поведения)...»

СВЯЗЬ СТАТИСТИКИ И СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ В ПРОЕКТЕ (И В ЖИЗНИ)

1. НЕОБХОДИМО ДОКАЗАТЬ ЧТО ПРОБЛЕМА СУЩЕСТВУЕТ РЕАЛЬНО И ЗАТРАГИВАЕТ ОПРЕДЕЛЁННЫЙ КРУГ ЛИЦ.
2. ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ ДОЛЖНА БЫТЬ ПРОПИСАНА КОНКРЕТНО И ИЗМЕРИМО (ЭТО ДАЮТ ЦИФРЫ)
3. НУЖНО ЧЁТКО ПОНЯТЬ ЧТО ЕСТЬ И ЧЕГО НЕТ?
4. РЕЗУЛЬТАТЫ (В ТОМ ЧИСЛЕ И ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ) ПРОЕКТА (ОСОБЕННО КАЧЕСТВЕННЫЕ) ДОЛЖНЫ БЫТЬ ПОДТВЕРЖДЕНЫ
5. ИЗМЕРЕНИЕ КАЧЕСТВЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ (ИЗМЕНЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ) – **НАПРИМЕР, КАК МЫ ИЗМЕРИМ ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ЗНАНИЙ МОЛОДЁЖИ...**

УГЛУБЛЕННОЕ ИЗУЧЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ



«ПОЧЕМУ СТЕРИЛЬНЫЙ ШПРИЦ В АПТЕКЕ
СТОИТ 3 РУБЛЯ, НО ПОТРЕБИТЕЛИ
ИНЪЕКЦИОННЫХ НАРКОТИКОВ
ПРЕДПОЧИТАЮТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ
НЕСТЕРИЛЬНЫМИ ШПРИЦАМИ» *(ПРИМЕР И.
Е. ШТЕЙНБЕРГА)*

ДИЗАЙН СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ – стратегия
проведения эмпирического
социологического исследования
(методы отбора респондентов для
участия в исследовании, сбора и
анализа данных)

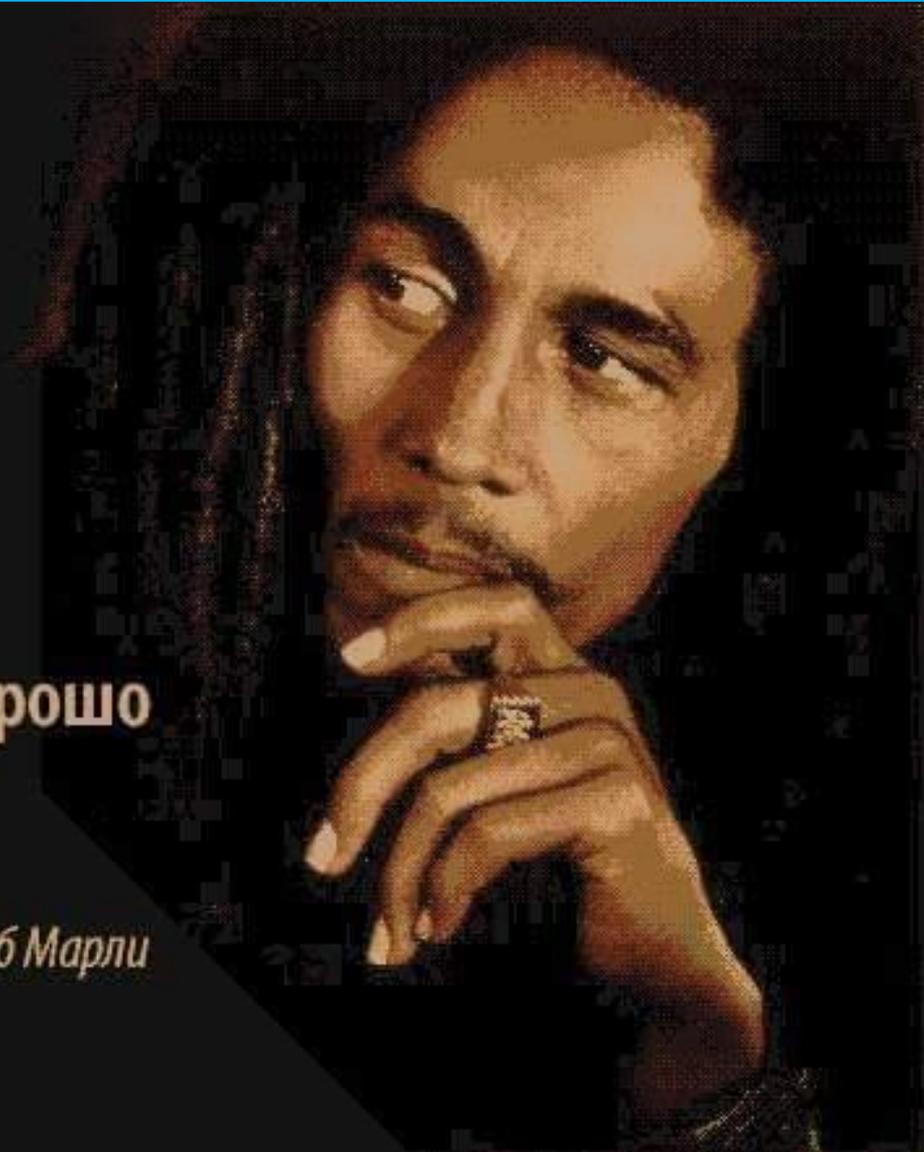
ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОВОДИТСЯ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ РЕКОМЕНДАЦИЙ

1. Предполагает неочевидное суждение...
2. Для решения какой проблемы может использоваться?
3. Кому конкретно адресована рекомендация (кому она может быть полезна)?
4. В каких именно условиях она может быть полезна?
5. Конкретность формулировки (для Ставрополя подходит, для Пятигорска – уже нет) для данной проблемной территории.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОВОДИТСЯ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ РЕКОМЕНДАЦИЙ

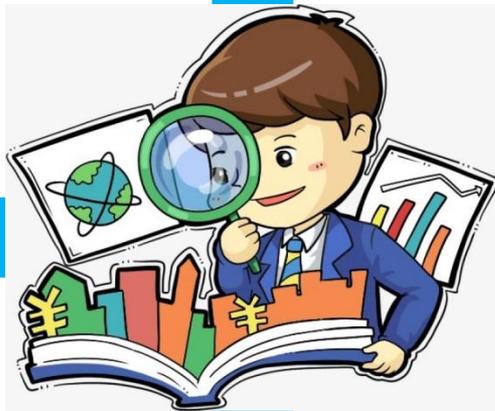
Главное, что бы все хорошо
учились и не курили

Боб Марли



КАК НАЙТИ ПРОБЛЕМУ?

1 СПОСОБ – ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ «Я-КОНЦЕПЦИЯ»



1. Где я нахожусь?

2. Какие проблемы меня окружают?

3. Какие из тех проблем, что меня окружают, я могу решить (имею желание и возможности)?

КАК НАЙТИ ПРОБЛЕМУ?

2 СПОСОБ – СПИСОК ПРОБЛЕМ (МОЗГОВОЙ ШТУРМ)



А теперь выберите ту проблему, над решением которой будете работать

КАК НАЙТИ ПРОБЛЕМУ?

3 СПОСОБ – ОРИЕНТАЦИЯ НА ЦЕЛЕВУЮ ГРУППУ (ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ / ВЫБОРКА)



ФОРМУЛИРОВКА ЦЕЛИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ



Пошла Машенька в лес по грибы да по ягоды. Вернулась ни с чем, потому что надо ставить перед собой конкретные цели

S – конкретность

M – измеримость

A – достижимость

R – выгодность

(социальная
значимость)

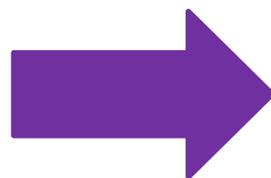
T – временные рамки

ПРИМЕР ФОРМУЛИРОВКИ ЦЕЛИ ДЛЯ ПСИ

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА – НА ОСНОВАНИИ
ДАННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗРАБОТАТЬ
ПРАКТИЧЕСКИЕ
РЕКОМЕНДАЦИИ,
НАПРАВЛЕННЫЕ НА ...
(ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ...)

ФОРМУЛИРОВКА ЗАДАЧ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Задача
исследования



Конкретный
измеримый
результат

Неверно

Провести социологическое
исследование среди учащихся
11 классов школы № 1 г.
Ставрополя

Верно

Выявить уровень правовой
культуры учащихся 11 классов
школы № 1 г. Ставрополя

ЗАДАЧИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Задача в исследовательском проекте – этап достижения цели (один из этапов), конкретный промежуточный (по отношению к цели) результат (при формулировке задачи – ориентируемся не на процесс, а на результат), к которому необходимо прийти, для того, чтобы эффективно достичь цели, того образа будущего, к которому мы стремимся.

Формулировка проектной задачи (задачи в исследовательском проекте) начинается с активного глагола совершенного вида (отвечающего на вопрос – «что сделать?»).

В ряде случаев, проект может быть направлен на **РАЗВИТИЕ** позитивных тенденций, уже имеющих место быть в реальности.

Пример формулировки (в социальном проекте) задачи, предполагающей проведение социологического исследования

«1. Сформировать базу данных общественных объединений Ставропольского края, *отражающую возможности и потребности отдельных объединений, посредством проведения комплексного исследования проблем и возможностей развития гражданского сектора региона и проведения адресного мониторинга деятельности объединений*».

Пример формулировки фрагмента пункта «Механизма реализации проекта» (одного из этапов)

«1. Проведение комплексного исследования проблем и возможностей развития гражданского сектора региона.
Исследование будет проходить в форме социологического опроса и в форме анализа баз данных государственных и муниципальных органов власти Ставропольского края, анализа информационного поля за последние 2 года. Респондентами социологического исследования станут: руководители общественных объединений – не менее 200 человек, специалисты и волонтеры общественных объединений – не менее 500 человек, жители Ставропольского края – не менее 800 человек.
Исследование позволит определить потенциальные угрозы и возможности развития гражданского сектора в Ставропольском крае, выявить круг потенциальных участников – организаций проекта.»

ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМУЛИРОВКЕ ТЕМЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ:

1. конкретность (тема не должна носить слишком общий, «широкий» характер, например, *«Проблемы современной молодёжи»*, *«Демография и реклама»*, *«Проблемы развития НКО в России»*)
2. практическая возможность выполнения исследования по данной теме (информация может быть «добыта» путём проведения анкетного опроса)

ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМУЛИРОВКЕ ТЕМЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ:

3. ориентация на объект исследования (целевую группу)
4. относительная новизна (понимание того, что социологическое исследование – это не просто реферирование по принципу «CTRL + C → CTRL + V»)
5. практическая и социальная значимость темы (проблемы) – «теория без практики скучна, практика без теории опасна»

ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМУЛИРОВКЕ ТЕМЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ:

6. присутствует исследовательский интерес автора-разработчика – проблемная тема взята *«из жизни»* (если тема выглядит для исследователя банально (*«не “цепляет” интеллектуально и эмоционально»*), тривиально, не вызывает желания в ней разобраться, это скорее всего, негативно отразится на исследовательской работе и приведет к столь же неинтересным, скучным результатам.)

ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМУЛИРОВКЕ ТЕМЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ:

7. избегать тем в стиле «три в одном»
(например «Структурный функционализм и системный подход в творчестве Т. Парсонса и Р. Мертона»)
8. ограниченность во времени и пространстве
9. тема тривиальна и/или давно изучена
(например «Концепция возвращающегося домой в социологическом творчестве А. Щюца»)

ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМУЛИРОВКЕ ТЕМЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ:

10. темы, формулируемые социологами должны быть исследовательскими, а не описательными и повествовательными (например, не «Молодежь Ставрополя», а «Социологический анализ протестной активности молодёжи г. Ставрополя») и предлагать РЕЗУЛЬТАТ (актуальные данные, новый инструментарий, новое решение проблемы и т. д.)

11. ... (ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ ... **Список** пополняется примерами из практики работы)

ПРИМЕР ФОРМУЛИРОВКИ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

КАК **НЕ НАДО** ФОРМУЛИРОВАТЬ ТЕМУ
ИССЛЕДОВАНИЯ – «ДЕМОГРАФИЯ И РЕКЛАМА»

ПОЧЕМУ?

ВОЗНИКАЮТ ВОПРОСЫ:

- В ЧЁМ ПРОБЛЕМА? (ПРОТИВОРЕЧИЕ)
- ЧТО ИМЕННО ХОЧЕТСЯ ИССЛЕДОВАТЬ В ДЕМОГРАФИИ И РЕКЛАМЕ?

ВОЗНИКНУТ ТРУДНОСТИ:

- С ОПРЕДЕЛЕНИЕМ ОБЪЕКТА И ПРЕДМЕТА ИССЛЕДОВАНИЯ
- НЕПОНЯТНО, ЧЕГО КОНКРЕТНО Я ХОЧУ

В ГОЛОВУ ПРИЙДУТ МЫСЛИ:

О ТОМ, ЧТО МНЕ НЕ ХОЧЕТСЯ ЗАНИМАТЬСЯ ДАННОЙ ТЕМОЙ

РАБОТА С ЦЕЛЕВЫМИ ГРУППАМИ



ДАВАЙ!
ИЗУЧАЙ МЕНЯ!!!

ПРОРАБОТКА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



Интересы

Мотивы

Ценности

Потребности

Умения

Навыки

Что хочет?

Чего боится?

Слабые и сильные места

Привычки

Знакомства и связи

...

ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ (ПРЕЗИДЕНТСКИЕ ГРАНТЫ.РФ)

1. Алко- и наркозависимые, а также лица, страдающие от иных видов тяжёлых зависимостей
2. Беженцы
3. Лица без определённого места жительства
4. Ветераны
5. Дети и подростки
6. Женщины
7. Лица, содержащиеся в местах лишения свободы
8. Мигранты
9. Многодетные семьи
10. Люди с ограниченными возможностями здоровья
11. Молодёжь и студенты
12. Пенсионеры
13. Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей
14. Лица, попавшие в трудную жизненную ситуацию
15. Онкобольные
16. Лица с тяжёлыми заболеваниями
17. Лица, пострадавшие от насилия
18. Лица, пострадавшие от катастроф и чрезвычайных ситуаций
19. Лица, участвующие в профилактике и решении проблем окружающей среды

АНКЕТА: ИЗ ЧЕГО ОНА СОСТОИТ

1. Вступление
2. Вопросы (несколько блоков, в том числе социально-демографический блок)
3. «Благодарность респонденту: Благодарим Вас за участие в опросе!»

Анкета

1. Уважаемый участник тренинга, реализуемого в рамках социально значимого проекта «Региональный ресурсный центр общественной инициативы «Содействие+» (обращение к респонденту согласно его нынешнему статусу)! 2. Мы проводим анкетный опрос представителей некоммерческих организаций и общественных объединений с целью повышения уровня умений, навыков, профессиональных компетенций их представителей, необходимых при реализации восстановительных программ в образовательных учреждениях (описание того, что мы делаем и для чего).
3. При заполнении анкеты, выберите, пожалуйста, те ответы, которые совпадают с Вашим мнением, и выделите их кружком или напишите свой ответ. (как заполнять анкету)
4. Анкета анонимна, полученные результаты будут использованы в обобщенном виде. (Порядок использования данных, указание на анонимность)
5. Заранее благодарим Вас за участие в исследовании (Выражение благодарности респонденту).

Вопросы:

1. Как Вы считаете, актуальна ли проблема _____ сегодня в Вашем населенном пункте?
2. Как Вы считаете, в чём причина существования проблемы?
3. Как Вы считаете, как проявляется данная проблема (как данная проблема затрагивает лично Вас)?
4. Как Вы считаете, что необходимо сделать для того, чтобы проблема была решена?
5. Хотели бы Вы принять участие в данном проекте?

ВОПРОСЫ:

- (1) ПРЯМЫЕ И
 - (2) КОСВЕННЫЕ
- (РАЗРАБАТЫВАЮТСЯ – В ВИДЕ ВОПРОСОВ, ОТОБРАЖАЮЩИХ КРИТЕРИИ СУЩЕСТВОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ)

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ: АЛГОРИТМ СОСТАВЛЕНИЯ АНКЕТЫ

- 1.** Подумать и ответить – **КТО ВАША ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ** в проекте (для кого Вы реализуете проект? Качество жизни какой социальной группы повысится?)
- 2.** Выделить и описать образ **ТИПИЧНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ** данной целевой аудитории (иногда их может быть несколько) – через его характеристики и потребности
- 3.** Ответить на вопрос: «**ДЛЯ ЧЕГО ЭТОМУ ТИПИЧНОМУ ПРЕДСТАВИТЕЛЮ УЧАСТВОВАТЬ В ВАШЕМ ПРОЕКТЕ?**» (*ПОСМОТРЕТЬ НА СИТУАЦИЮ ГЛАЗАМИ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ЦА*)

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ: АЛГОРИТМ СОСТАВЛЕНИЯ АНКЕТЫ

4. РАЗРАБОТАТЬ 5 ВОПРОСОВ ДЛЯ АНКЕТЫ:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

**ОТКУДА БРАТЬ
СТАТИСТИКУ И
ДАННЫЕ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ?**

<http://fom.ru/>



Фонд
Общественное
Мнение

<http://www.gks.ru/>



Федеральная служба
государственной статистики

<https://wciom.ru/>



<http://stavstat.gks.ru/>

<http://www.mlg.ru/>



<http://crimestat.ru/> – портал
правовой статистики

<http://www.sk-news.ru/>



ПРЕЗИДЕНТСКИЕ ГРАНТЫ.РФ

КАМПУС НКО.РФ

ПОКАЗАТЕЛИ

- Медовые маршрутки / 10
- Электрички
- Зоны Wi-Fi / 6
- Тропинки / 0
- Освещение / 12
- Мет имеет для парковок / 1
- Детский алкоголь / 13
- Приюты для бездомных людей / 11
- Защита земель городов / 15
- Урбанистика / 6
- Отсутствие оборудования для иппо и орг. возм. / 7
- Досуговые площадки / 14
- Информ. порталы о культуре / 10
- Очереди в мед. учреждениях / 0
- Охрана природы / 9
- Выборы в атмосферу / 2
- Проведение мероприятий / 13
- Детские игры, площадки (лето) / 8
- Взаимодействие с молодежью / 12
- Преприятия для сбора спец. шума / 7
- Зарядка гаджетов / 0
- Гражданская активность / 13
- Бездомные животные / 4

Досуговый перелом!



ПРОБЛЕМА: низкий уровень организации досуговых площадок для молодежи в возрасте от 14 до 18 лет.

Цель: повысить уровень организации досуговых площадок для молодежи в возрасте от 14 до 18 лет посредством проведения интерактивных площадок

Задачи:

1. Проведение исследований
 - 1.1. Выявление проблем
 - 1.2. Опрос «за» и «против»
2. Доведение информации о деятельности проекта
 - 2.1. Через социальные сети
 - 2.2. Раздача программ, флаеров
 - 2.3. Через СМИ

Мероприятия:

- Спорт мероприятия
- Приветствие покоев
- Национальная кухня
- Создание досуговых площадок
- Встреча у костра
- Мастер-классы
- Масовые игры
- Мастер-классы
- Флеш-мобил
- Интерактивный клуб
- Выставки картин
- Создание эмблем
- Похороны в горн
- Интерактивные площадки
- Анимационные конкурсы
- Инициативы
- Диалог
- Лекции

ЧТО ПОЧИТАТЬ ДЛЯ НАЧАЛА

Владимир Савельев

Статистика *и котики*

Самая дружелюбная книга
об анализе данных



При поддержке ЦИиР Юрия Корженевского

ДАРЕЛЛ ХАФФ

КАК ЛГАТЬ ПРИ ПОМОЩИ СТАТИСТИКИ



Полезная книга
и для людей, далеких
от статистики, и для
тех, кто в теме.
Билл Гейтс

ПО ДАННЫМ СТАТИСТИКИ, В МИРЕ ПРОДАНО
7 299 792 458 ЭКЗЕМПЛЯРОВ ЭТОЙ КНИГИ

альпина
ПАБЛИШЕР

ЧТО ПОЧИТАТЬ ДЛЯ НАЧАЛА

БЕСТСЕЛЛЕР THE NEW YORK TIMES И AMAZON

СЕТ СТИВЕНС-ДАВИДОВИЦ

ВСЕ ЛГУТ

ПОИСКОВИКИ,
BIG DATA
И ИНТЕРНЕТ
ЗНАЮТ О ВАС ВСЕ

СЕНСАЦИОННЫЕ
ДАННЫЕ
О ТОМ,

ЧТО ЛЮДИ
ДУМАЮТ
И ДЕЛАЮТ
НА САМОМ
ДЕЛЕ



18+

IT BEST
SELLER

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

ВАШИ ВОПРОСЫ?

Шаповалов **А**лексей **В**икторович,

социолог, кандидат социологических наук,
доцент кафедры социологии СКФУ,
руководитель проекта «Социологическая
школа для НКО», руководитель СР ОО «ЛСИ
ОИ «ЛОГОС»,



Е-MAIL: alex-shapoval@yandex.ru

Тел: 8 (918) 743-82-95

https://vk.com/alex_shapovalov

https://vk.com/socio_logos

