

Н.Н. Елкина

**ИНФОГРАФИКА КАК СРЕДСТВО ВИЗУАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Елкина Наталья Николаевна

elkinann@gmail.com

*ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический
университет» РФ, г. Екатеринбург*

INRFORAFIKA AS A MEANS OF IMAGING RESULTS OF THE SURVEY

Elkina Natalia Nikolaevna

FGAOU VPO "Russian State Vocational Pedagogical University"

Russia, Yekaterinburg

***Аннотация.** В статье описана технология организации социологического исследования как один из способов организации междисциплинарного группового проекта. На примере разработанной инфографики показаны способы визуальной интерпретации индикаторов показателей сравнения.*

***Abstract.** The article describes the technology of the organization of sociological research as one of the ways of organizing an interdisciplinary group project. On the example of the developed infographic shows how visual interpretation of indicators comparisons.*

***Ключевые слова:** инфографика, социологическое исследование, опросы, визуализация*

***Keywords:** Infographics, case studies, surveys, visualization.*

В основе федеральных образовательных стандартов среднего (полного) образования системно-деятельностный подход, который должен обеспечивать активную учебно-познавательную деятельность обучающихся.

Примером организации такого вида деятельности может стать учебный проект по организации социологического исследования любой направленности. Результатом такого исследования может стать инфографика – новый, эффективный способ донесения информации посредством визуальных образов.

Для организации социологического исследования важно познакомиться с технологией его проведения и определиться с понятиями.

Социологическое исследование — это процесс, состоящий из логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных единой целью — получение достоверных данных об изучаемом явлении для последующего практического применения (2).

На первом этапе важно определиться с проблемой и целью социологического исследования, выбрать целевую аудиторию - это элемент объекта, представляющий практический интерес для исследователя.

Сегодня существуют эффективные технологические возможности организации опроса в сети Интернет. Мировая практика использования Интернета для проведения социологических опросов существует уже более десяти лет. В нашей стране такие опросы все чаще входят в практику. Существуют инструменты, позволяющие организовать опрос в сети и получить ответы респондентов для анализа в личный кабинет организатора опроса, например, Google-опросы, Анкетер и др.

Существует возможность создания разнообразных типов вопросов:

- *Закрытые вопросы* – вопросы с несколькими возможными вариантами ответов. Для ответа на закрытый вопрос респонденту необходимо отметить выбранный единственный вариант ответа.

- *Открытые вопросы* в отличие от закрытых не содержат подсказок. Они дают более богатую по содержанию информацию, так как опрашиваемые имеют возможность выразить свое мнение со всеми подробностями.

- *Вопросы типа «Да – Нет»*. Этот вопрос является самым простым и известным. Используется в основном для получения данных о фактах и действиях.

- *Альтернативные вопросы*. Ответы на эти вопросы носят взаимоисключающий характер. Сумма ответов на альтернативный вопрос равняется 100%.

- *Поливариантные вопросы*. Это вопросы типа «меню». Дается набор вариантов ответов, из которого респондент может выбрать несколько.

- *Шкальные вопросы* содержат шкалу измерения признака вопроса. При ответе респонденту необходимо отметить интенсивность какого-либо явления или мнения (3).

Большое значение имеет привлечение внимания аудитории к социологическому исследованию. С этой целью для организации исследования в сети создают сетевой ресурс, где респондентов настраивают на тему исследования, заставляют задуматься о проблеме. При правильном настрое аудитории исследователи могут получить более точные ответы на поставленные вопросы.

Когда ответы получены в сетевой кабинет организатора опроса, важно провести анализ полученных данных. Существуют разные формы представления полученных данных в сети – это диаграммы, которые автоматически выстраиваются и могут быть использованы для общего анализа опроса, а также таблицы, где собраны все ответы респондентов. В таблицах можно создавать формулы подсчетов средних значений, процентов.

На стадии интерпретации перед социологом стоит задача превращения социологических данных в показатели. Полученные числовые величины (проценты, среднее арифметическое и т.п.) должны приобрести определенное смысловое содержание. Их необходимо соотнести с первоначальными замыслами исследователя, целью и задачами исследования, т.е. перевести в индикаторы. Социологические данные становятся показателями только в том случае, если исследователь «вносит» в них содержательный смысл, т.е. соотносит их с изучаемой проблемой, наиболее важными сторонами предмета исследования (1).

Представление анализа – завершающий этап социологического исследования. Формы представления могут быть различными от текстового описания до графического представления. Современный способ визуального или наглядного представления информации - инфографика.

Инфографика- это способ, который используется там, где нужно представить быстро и чётко, сложную информацию. Появилась инфографика в 1982, постоянно развиваясь, стала одним из самых модных, актуальных и влиятельных видов визуальной коммуникации, получив огромное распространение. Еще в 1911 году редактор газеты Time Артуром Брисбэйном высказал рекомендацию для коллег: «используйте картинку, она стоит тысячи слов» (4).

В качестве примера рассмотрим инфографику «Портрет образовательной активности старшеклассников ГО Заречный» (представленный на рисунке 1), созданную для визуализации анализа социологического исследования «Что может сделать нас образованнее?»(5), которое было проведено в ГО Заречный, Свердловская обл.

Социологические данные были переведены в десять показателей для измерения уровня образовательной активности старшеклассников города, которые перечислены в табл. 1. По данным показателям шесть школ города сравнивались друг с другом, организуя рейтинг по каждому из показателей.

На инфографике каждая школа представлена в виде девушки или юноши, в зависимости от процента опрошенных. Фигуры представлены в черно-белых тонах. На рис. 10 цветных частей, которые визуализируют разработанные показатели. Показатели представлены в виде графических объектов, размер которых определяет рейтинг школы по показателю. В табл. 1 описаны разработанные показатели и интерпретация визуализации.

Таблица 1

Показатель	Цветные части фигур	Интерпретация визуализации
1. Активность участия в школьных мероприятиях,	карандаш	Размер карандаша, чем больше, тем выше активность
2. Желание участия в конкурсах, проектах, олимпиадах	пьедестал почета	1, ступенька количесово участвующих 2 ступень, количество желающих, но не участвующих 3 нежелающие Облако определяет название конкурсов, олимпиад, где более всего участвуют респонденты
3. Посещение городских кружков и секций	мяч в руке	Размер указывает на показатель, облако слов на содержание открытых ответов
4. Выполнение домашнего задания	тетрадь,	Размер тетради, чем больше, тем выше ответственность
5. Посещение дополнительных занятий (репетиторство),	деньги в карманах	Количество купюр - % количества, занимающихся репетиторством
6. Самоанализ (рефлексия),	облако слов	Размер указывает на %, содержание облака – ответ на открытый вопрос «Что может сделать нас образованнее»
7. Понимание необходимости самообразования	академическая шапочка	Размер шапочки определяет рейтинг школы по данному показателю
8. Желание получить высшее образование	диплом	Размер диплома определяет рейтинг школы по данному показателю
9. Использование интернет источников в учебных целях	Интернет облако	Размер облака определяет рейтинг школы по данному показателю, содержание облака наиболее используемые сетевые ресурсы
10. Активный вид отдыха зимой	шарф	Размер шарфа определяет рейтинг школы по данному показателю

Рядом с каждым объектом поставлены процент для более точной интерпретации показателя. Пропорции фигур указывают на численность старшеклассников в школе. Более точные числовые показатели по численности представлены рядом с каждой фигурой.

На инфографике представлены в сравнении все 10 показателей образовательной активности старшеклассников школ ГО Заречный. Визуальными средствами получилось показать образовательный портрет каждой школы. Разработанная инфографика позволяет представить степень образовательной активности и особенности каждой школы.

В заключении хочется сказать, что такая форма организации учебной деятельности в формате социологического исследования может быть предложена как межпредметный проект, интегрирующий такие предметные области как обществознание, информатика, МХК, ИЗО и представляющий лично и общественно-значимый продукт, что для реализации системно-деятельностного подхода и формирования метапредметных и личностных результатов весьма актуально.

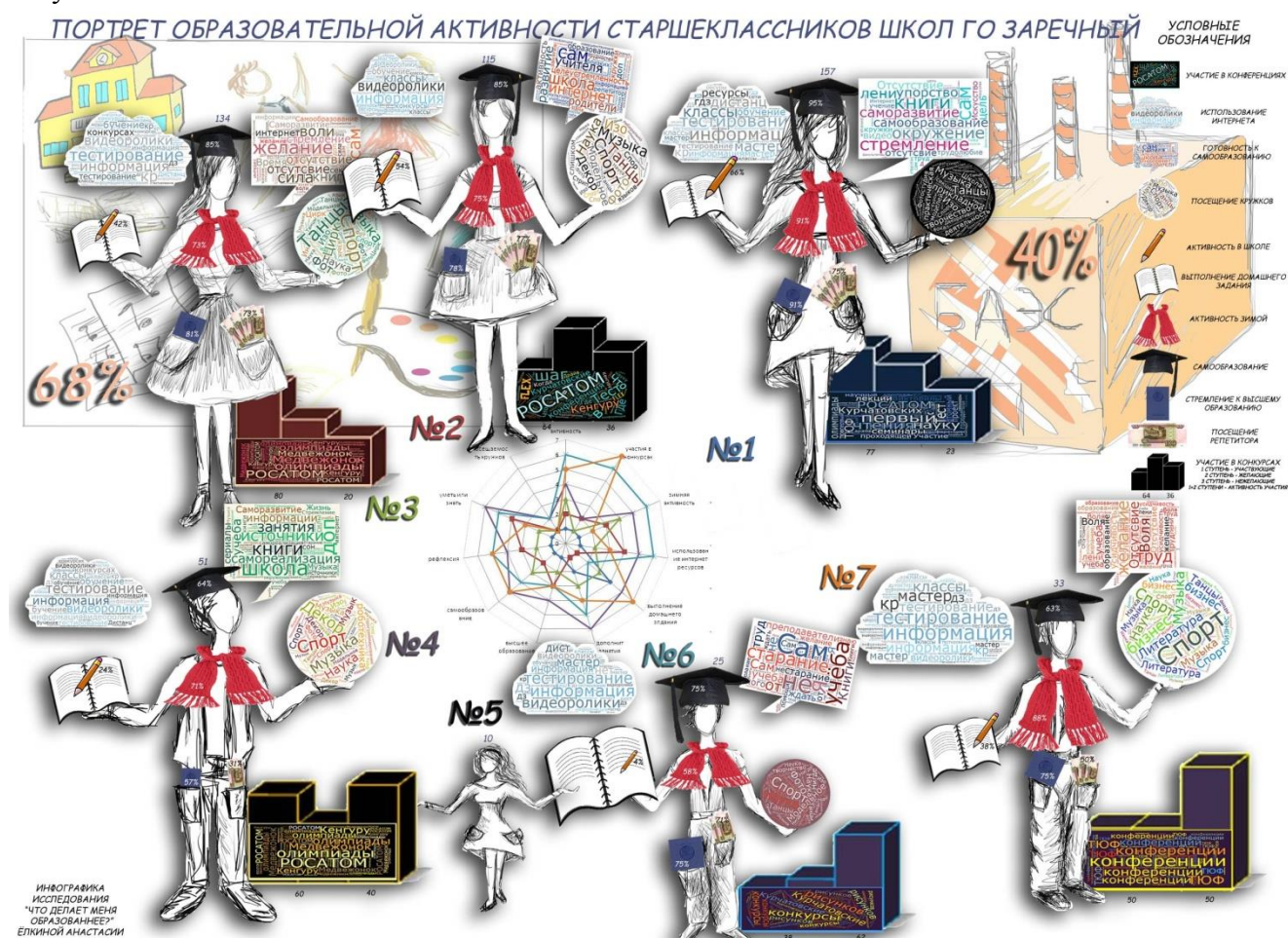


Рис. 1. Инфографика «Портрет образовательной активности старшеклассников»

Список литературы

1. Энциклопедия экономиста. [Электронный ресурс] Социология. Социологическое исследование. - Ресурс доступа <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/interpretaciya-informacii.html>
2. Социологическое исследование. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.novsu.ru/file/811066>

3. Культура Вологодской области. [Электронный ресурс] Электронный учебник: Как провести социологическое исследование? - Режим доступа: http://cultinfo.ru/cic/soc_anketa/page5.html

4. СиБАК. [Электронный ресурс] Научно-практические конференции ученых и студентов с дистанционным участием. Коллективные монографии. Останина А. Инфографика как средство визуальной коммуникации. - Режим доступа: <http://sibac.info/14730>

5. Сетевой ресурс социологического исследования «Что может сделать нас образованнее?» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://cityactive.ru/zarechny>

УДК 371.333

И.А. Сулова, И.А. Садчиков

**КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА, КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ ФОРМИРОВАНИЯ
ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Сулова Ирина Александровна
ipik@yandex.ru

Садчиков Илья Александрович
ilyasadchikov@gmail.com

ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», г. Екатеринбург

**VIDEO GAMES AS ONE OF ASPECTS OF CREATION OF EDUCATIONAL
COMPETENCES**

Suslova Irina Alexandrovna
Sadchikov Ilya Alexandrovich

Russian State Vocational Pedagogical University, Russia, Yekaterinburg

***Аннотация.** Статья рассказывает о текущих трендах применения компьютерных игр в образовательном процессе. Рассматриваются положительные и отрицательные стороны использования подобного инструментария, а также примеры реальных интерактивных программ, используемых в учебном процессе. В статье приведены примеры игровых проектов, созданных на базе РГППУ.*

***Abstract.** Article tells about current video games trends in educational process. Text demonstrates positive and negative sides of gaming tools, and consist real projects examples used in educational process. Last part of article describes game projects created on RGPPU basis.*

***Ключевые слова:** информационные технологии; компьютерные игры; игрофикация; познавательная деятельность; образовательный эффект.*

***Keywords:** IT; gamification; video games; interactive education; educational effect.*

С каждым годом музеи находят новые формы общения со своими посетителями. Сегодня использование информационных технологий в музейной деятельности является распространенной практикой во всем мире. Информационные технологии применяются как для организации собственно рабочего процесса в музее, так и для работы с посетителями, для