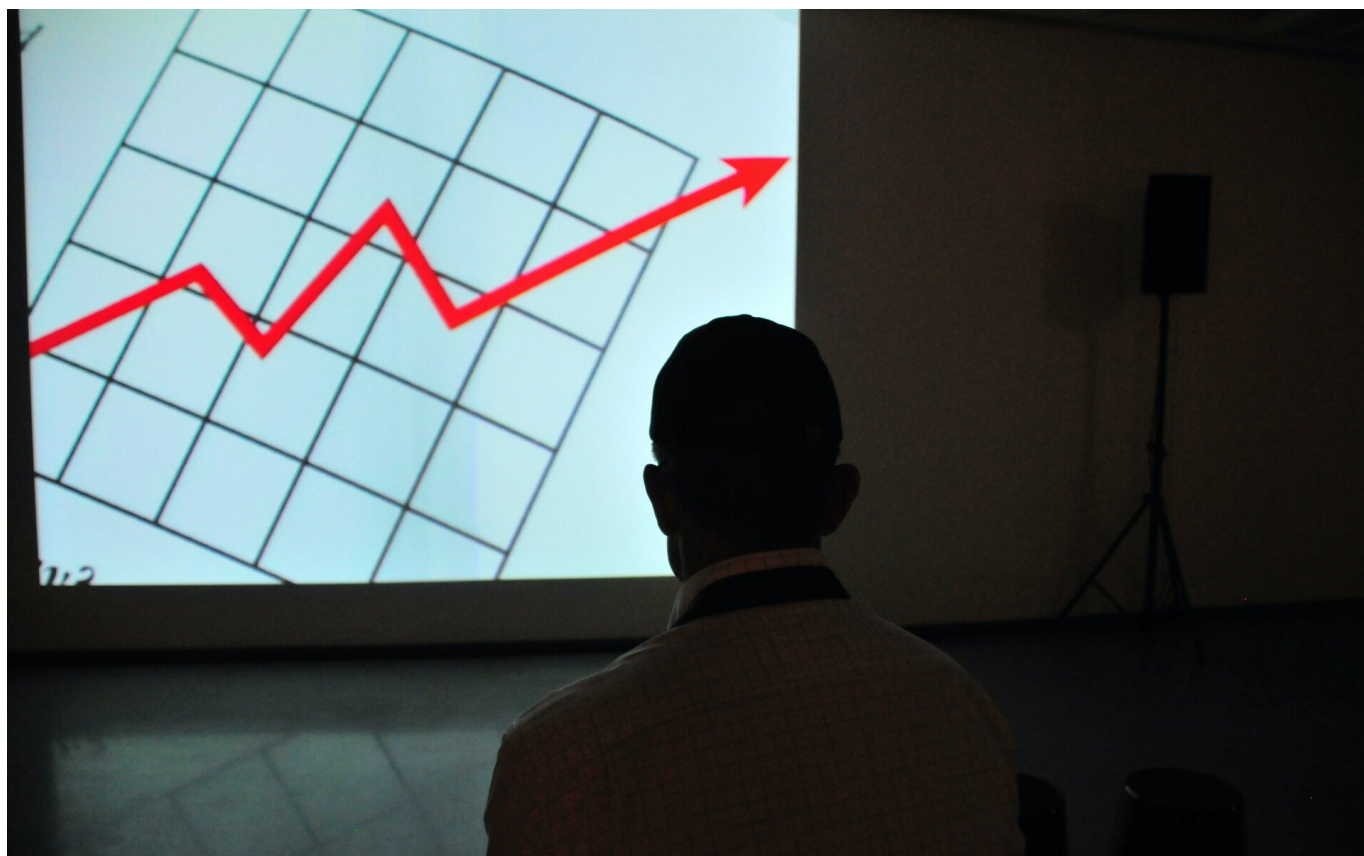




Rzeczywistość sondaży a rzeczywistość w sondażach

- [Wprowadzenie](#)
- [Badanie 1](#)
- [Film](#)
- [Audiobook](#)
- [Badanie 2](#)
- [Dla nauczyciela](#)



Rzeczywistość sondaży a rzeczywistość w sondażach

Źródło: domena publiczna.

Materiał jest częścią serii „**Statystycznie rzecz biorąc**”.

Czy badania opinii publicznej są wiarygodne? Czy badani zawsze mówią prawdę, odpowiadając na pytania sondażowe? A może zawsze kłamią? Jak to sprawdzić?

Twoje cele

- Scharakteryzujesz opinię publiczną i przedstawiś sondaże jako instrumenty jej badania.
- Przeanalizujesz na podstawie przykładowych wyników sondaży relacje, jakie zachodzą między postawami politycznymi Polaków a deklaracjami formułowanymi w sondażach.
- Ocenisz zawartość informacyjną sondaży realizowanych na reprezentatywnych, statystycznych próbkach badawczych.

Dla zainteresowanych



**Badania opinii
publicznej: historia,
metody i ośrodki**



**Badanie opinii
publicznej**



**Kształtowanie się opinii
publicznej**



**Wpływ opinii publicznej
na decyzje polityczne**

Badanie 1

Odpowiedz na trzy pytania, wybierając jedną z zaproponowanych odpowiedzi.

Wariant „trudno powiedzieć” wybierz tylko wtedy, gdy rzeczywiście nie potrafisz się zdecydować na żaden z pozostałych wariantów.

Ćwiczenie 1

Jak sądzisz, w jakim stopniu wyniki badań opinii publicznej na tematy społeczne i polityczne są przydatne dla ludzi nauki badającym nasze społeczeństwo?

☐

w wysokim stopniu

☐

w średnim stopniu

☐

w niskim stopniu

☐

w ogóle nie są przydatne

☐

trudno powiedzieć

Oprac. na podst.: *Polacy o sondażach i ich znaczeniu*, Komunikat z badań CBOS nr BS/135/2010, s. 3.

Ćwiczenie 2

Jak sądzisz, w jakim stopniu wyniki badań opinii publicznej na tematy społeczne i polityczne są przydatne dla rządzących sprawujących władzę?

- ☐ w wysokim stopniu
- ☐ w średnim stopniu
- ☐ w niskim stopniu
- ☐ w ogóle nie są przydatne
- ☐ trudno powiedzieć

Oprac. na podst.: *Polacy o sondażach i ich znaczeniu*, Komunikat z badań CBOS nr BS/135/2010, s. 3.

Ćwiczenie 3

Jak sądzisz, w jakim stopniu wyniki badań opinii publicznej na tematy społeczne i polityczne są przydatne dla przeciętnych obywateli?

- ☐ w wysokim stopniu
- ☐ w średnim stopniu
- ☐ w niskim stopniu
- ☐ w ogóle nie są przydatne
- ☐ trudno powiedzieć

Oprac. na podst.: *Polacy o sondażach i ich znaczeniu*, Komunikat z badań CBOS nr BS/135/2010, s. 3.

Porównaj swoją odpowiedź z propozycjami innych uczniów. Czy między waszymi odpowiedziami były duże rozbieżności?

Ćwiczenie 4

Rozważ następujące problemy.

Jakimi informacjami, których udzielają obywatele, odpowiadając na pytania sondażowe, może być zainteresowany socjolog, jakimi polityk, a jakimi zwykły obywatel?

Czy wysondowanie cudzej opinii wystarczy, by wiedzieć, co ten ktoś naprawdę myśli?

Czy wysondowanie cudzej opinii na temat planowanego zachowania (działania) wystarczy, by wiedzieć, co ten ktoś robi tak naprawdę?

Jak należy ocenić słuszność zakazu publikowania wyników sondaży przedwyborczych w czasie ciszy wyborczej? Jak tę ocenę można uzasadnić, aby przekonać do niej innych (mających opinię przeciwną)?

Przedyskutuj swoje odpowiedzi z koleżankami i kolegami z klasy. Przeanalizuj, czy wasze rozwiązania bardzo się różnią. Ustalcie wspólnie, z czego to wynika.



Film

Polecenie 1

Obejrzyj film i scharakteryzuj czynniki, które twoim zdaniem mogą wpływać na prawdomówność respondentów pytanym o poszczególne kwestie wymienione w prezentacji.

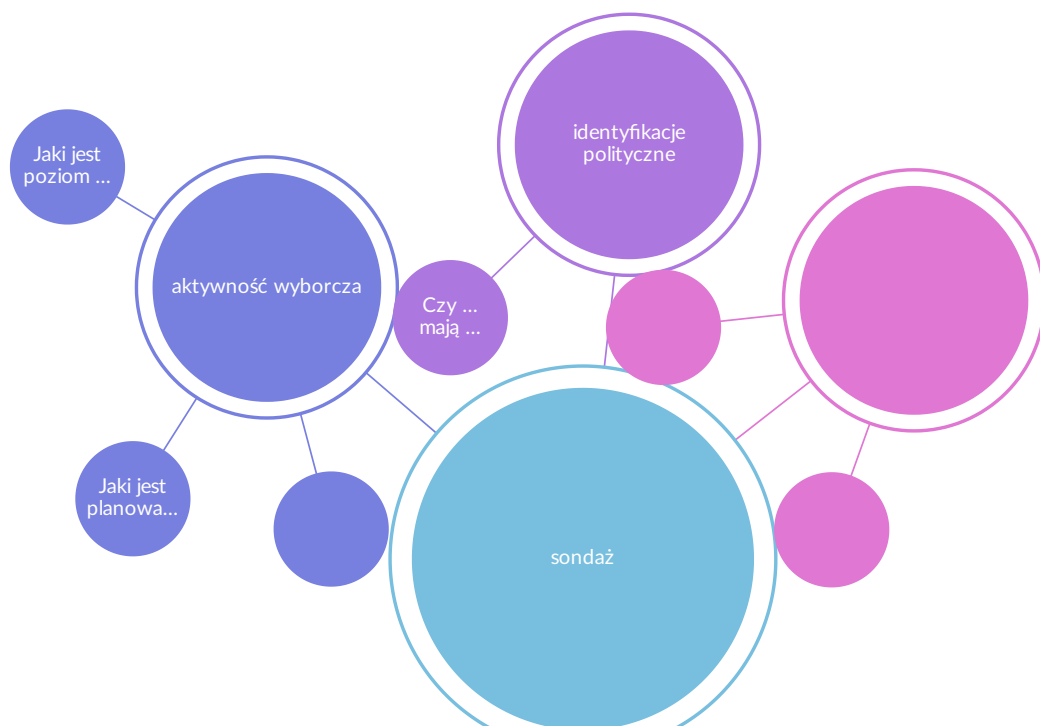
Film dostępny pod adresem <https://zpe.gov.pl/a/DGMLun3gV>

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Film opowiada o prawdomówności respondentów w sondażach.

Ćwiczenie 1

Stwórz w formie mapy myśli zestaw problemów dotyczących sfery wyborów parlamentarnych, które chcesz rozwiązać, uzyskując od badanych Polaków odpowiedzi na pytania sondażu. Problemy powinny być w postaci pytań badawczych – głównych i składowych.



Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Audiobook

Polecenie 1

Wysłuchaj audiobooka i zastanów się nad sposobem istnienia [opinii publicznej](#) i możliwością jednoznacznego określenia jej stanowiska w sprawach istotnych dla osób i instytucji zarządzających społeczeństwem.

Audiobook można wysłuchać pod adresem: <https://zpe.gov.pl/b/P1BvoRAqd>

Opinia publiczna i sondaże

Czym jest rzeczywistość sondaży? Przyjmijmy na przykład, że rzeczywistość sondaży ma charakter metodologiczny. To pewne zasady konstruowania kwestionariuszy, w tym pytań zadawanych respondentom. To także inne zasady metodologiczne i organizacyjne związane ze zdobywaniem informacji, ich przetwarzaniem, analizowaniem i prezentowaniem (a więc, między innymi, ze sposobem doboru reprezentatywnej próby badawczej).

W tym sensie rzeczywistość sondaży warunkuje w sposób bezpośredni rzeczywistość w sondażach, a więc obraz świata społecznego, jaki wyłania się z wyników zebranych i przedstawionych w raportach i innych publikacjach. Czy jednak ta druga rzeczywistość obejmuje cały społeczny świat? Otóż nie. Socjologia usiłuje go opisać. Socjologowie w tym celu podejmują różne badania, czasami oparte na skomplikowanej metodologii, a metody sondażowe wchodzą w skład repertuaru metod socjologicznych, ale nie wyczerpują go w pełni. Sondaż bowiem jako metoda pojawia się wraz z odkryciem opinii publicznej i to ona w zasadzie stanowi rzeczywistość sondaży.

Opinia publiczna jako pojęcie wcale nie jest taka oczywista. To zresztą jedna z różnic, jaka istnieje między sondażystami a socjologami. Tak ją opisuje nestor polskich badań socjologicznych i znawca metodologii sondaży społecznych – Antonii Sułek, w książce „Sondaż polski”:

„Badania opinii dzieli od socjologii także samo rozumienie opinii publicznej w sensie atrybutywnym. Różnica ta ma swe źródło w podwójnej metryce badawczych zainteresowań opinią publiczną. Dziś opinię publiczną utożsamia się

zwykle z rozkładem opinii indywidualnych: »jest to zbiór indywidualnych opinii w sprawie publicznie żywej« – mówi podstawowa encyklopedia nauk społecznych. A ponieważ reprezentacyjny sondaż od triumfów Gallupa i Ropera uznany jest za najlepszy sposób ustalania tego rozkładu, wśród badaczy opinii istnieje (...) skłonność do wiązania pojęcia opinii publicznej z wynikami sondaży. Opinia publiczna jest »tym, co sondaże opinii próbują mierzyć« (...). Opinia publiczna staje się opinią sondażową. Najlepiej wyrażają ją procenty – wyznawców jakiegoś poglądu lub zwolenników jakiejś partii w społeczeństwie lub w jego segmentach wyróżnionych na podstawie atrybutów badanych jednostek. Klasyczna tradycja socjologiczna widziała w opinii publicznej coś więcej niż sumę indywidualnych opinii w kwestiach publicznych – widziała zjawisko kolektywne. Nie oznaczało to przyjęcia koncepcji typu »umysł grupy« czy »dusza tłumu«. Opinia publiczna – brzmi często cytowane zdanie Cooleya – to »nie tylko agregat oddzielnych sądów indywidualnych, lecz organizacja, wspólny (...) produkt komunikacji i wzajemnego wpływu«. W tym rozumieniu opinia publiczna to opinia publiczności, sąd ogółu, byt kolektywny. Różnica ma charakter zasadniczy. W agregatywnej koncepcji opinii publicznej mierzone w sondażu opinie indywidualne są składnikami i jednostkami opinii publicznej, a w koncepcji socjologicznej – tylko jej przejawami i wskaźnikami. W pierwszym przypadku opinia publiczna jest produktem agregacji (ale nie wytworem!) socjologa, w drugim – samodzielną siłą społeczną. W pierwszym opinia publiczna istnieje już wtedy, gdy ludzie mają zdanie w jakiejś sprawie, w drugim natomiast pojawia się dopiero wtedy, gdy istnieje komunikacja i interakcja między ludźmi zainteresowanymi sprawą. Znaczna liczba osób może mieć bardzo podobne poglądy, ale dopóki każda z nich pozostaje nieświadoma poglądów innych osób, ich prywatne poglądy nie złączą się w opinię publiczną”.

Spółecznie wyrażane opinie dotyczyć mogą oczywiście wielu kwestii. Do tych najczęściej realizowanych należą sondaże o tematyce politycznej. A wśród nich sondaże przedwyborcze. Przeprowadzenie sondażu na próbie jest jednym z wyzwań metodologicznych, jakie stoi przed kimś, kto interpretuje wyniki. Szczególnie sondażu politycznego, który czasami decyduje o losie całej partii. Problem ten warto przedstawić na przykładzie.

W kwietniu 2013 roku portal rmf24.pl opublikował tekst pod tytułem „PiS goni w sondażu PO, dzieli je zaledwie 1 procent”. Autor tekstu powoływał się na wyniki sondażu TNS Polska, zleconego przez TVP Info i przeprowadzonego na grupie

1000 osób 10 i 11 kwietnia. Badanie wykazało poparcie dla Platformy Obywatelskiej na poziomie 34%, a dla Prawa i Sprawiedliwości – 33%.

Autorzy artykułu zatytułowanego „Ani fakt, ani fikcja. Dlaczego sondaże mówią nie to, co komentatorzy?” wskazują, że wyniki badania nie pozwalają na wysnucie żadnych wniosków na temat przewagi jednej partii nad drugą. Dlaczego?

„Ze względu na tak zwany błąd statystyczny z próby. Idea błędu statystycznego jest bardzo prosta. Skoro dobieramy z populacji (wszystkich Polaków) próbę (zwykle 1000 osób), to z pewnością popełnimy jakiś błąd. Niewielki, ale zawsze. Ten błąd to właśnie błąd statystyczny z próby. Błąd statystyczny z próby określa, z jak wysokim prawdopodobieństwem (...) odsetek z próby nie będzie się różnił od odsetka w populacji o więcej niż przyjęty błąd statystyczny. Przy próbie 1000 osób standardowy błąd to 3%. Zwykle przyjmuje się też poziom ufności na poziomie 0,95. Jeżeli chcemy określić wahania poparcia dla danej partii, od podawanego w mediach wyniku powinniśmy odjąć i dodać 3%. To oznacza, że rzeczywiste poparcie dla PO waha się między 31% a 37%. Spróbujmy przełożyć definicję na powyższy przykład. Z prawdopodobieństwem 95% poparcie dla PO w wysokości 34% różni się od rzeczywistego poparcia o nie więcej niż 3%. Czyli przedział od 31% do 37% pokrywa rzeczywiste poparcie (którego nie znamy, jeśli nie przebadamy dokładnie wszystkich Polaków) z prawdopodobieństwem 95%.

Dla PiS przedział wygląda następująco: 30–36%. W praktyce nie trzeba pamiętać dość skomplikowanej definicji – wystarczy dodawać i odejmować 3%. Przy czym warto mieć na uwadze, że to może być więcej niż 3% – takie dane powinny się pojawiać przy wynikach sondaży obok między innymi wielkości próby, metody czy okresu przeprowadzania badania. Skoro poparcie wszystkich partii nie jest punktem, ale pewnym przedziałem, to również mówienie o różnicach między partiami oraz o trendach zmian w poparciu partii powinno być dużo bardziej ostrożne. (...) przedział ufności czyni interpretację danych dużo bardziej wieloznaczną niż ta powszechna w mediach. Dla partii o poparciu oscylującym w granicach progu wyborczego (5%) idea błędu statystycznego z próby jest szczególnie istotna. Ma on znaczenie, gdy w wynikach sondaży dwie partie mają poparcie 5% (przedział 2–8%) i 7% (przedział 4–10%). Można sobie wyobrazić sytuację, że obie partie nie pojawią się w sejmie (jedna może mieć poparcie 2%, a druga 4%), i taką [sytuację], w której obie będą w sejmie reprezentowane (jedna może mieć poparcie 8%, a druga – 10%), i to z niezłym wynikiem wyborczym.

Dlatego też ważne jest uwzględnianie w przedstawianych w mediach wynikach badań nie tylko partii, które przekroczyły 5% poparcia (przedział od 2% do 8%) – co jest częstą praktyką. Dolnym progiem przy błędzie 3% powinno być poparcie rządu 2%, bo przedział poparcia sięga tych pięciu granicznych procent”.

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Ćwiczenie 1

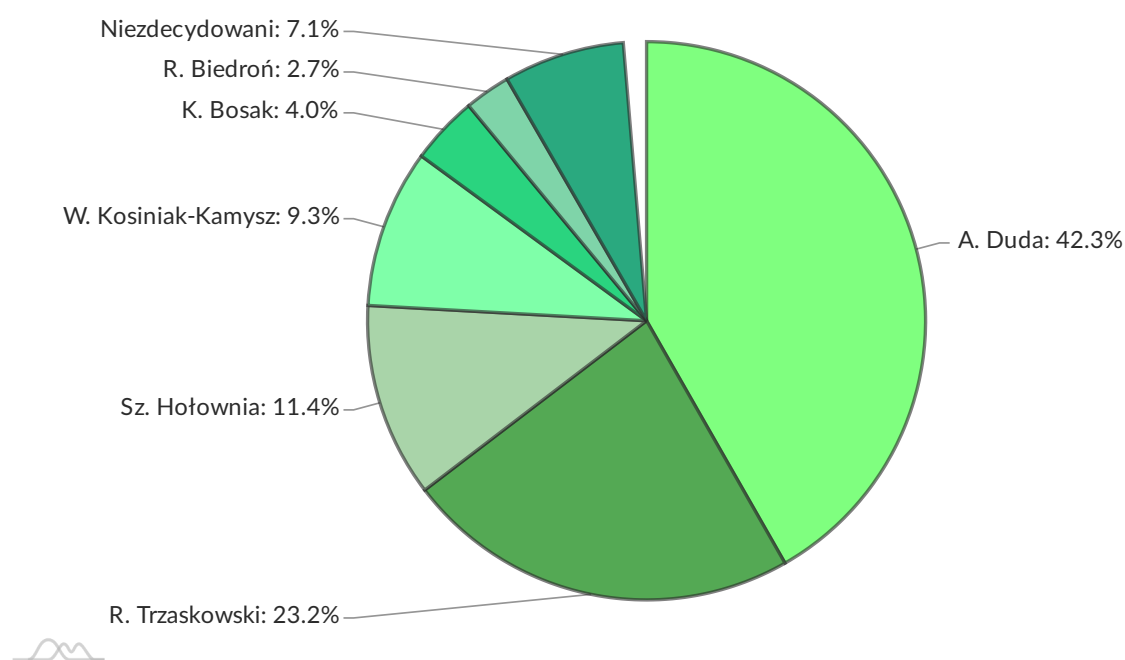
Zdecyduj, które stwierdzenia są prawdziwe, a które fałszywe.

Stwierdzenie	Prawda	Fałsz
W wyborach prezydenckich wygrywa ten kandydat, który uzyska w sondażu przedwyborczym co najmniej 50% głosów i jeden.	☐	☐
Jeśli sondaż jest poprawny metodologicznie i respondenci mówią prawdę, wynik sondażu wyborczego zawsze pokryje się z rzeczywistym wynikiem wyborów.	☐	☐
Do oceny rzeczywistej wartości wskaźnika procentowego używamy alternatywnie: błędu szacowania lub poziomu istotności.	☐	☐
W świetle definicji encyklopedycznej opinia publiczna jest to zbiór indywidualnych opinii w sprawie publicznie żywej.	☐	☐
Składnikami opinii w agregatywnej koncepcji opinii publicznej są tzw. jednostkowe opinie uwspólnione (między innymi w procesie komunikacji).	☐	☐
W prezentacji wyników sondaży przedwyborczych należy umieszczać nawet te partie, które w badaniu nie uzyskały minimalnego, dla przekroczenia progu wyborczego, procentu respondentów deklarujących, że będą na tę partię głosować.	☐	☐

Ćwiczenie 2

Zapoznaj się z wykresem, który prezentuje wyniki prezydenckiego sondażu przedwyborczego wykonanego na 1100-osobowej próbie (zakładany błąd 3%, poziom istotności 0,95), i wykonaj polecenie.

Sondaż prezydencki, 2020 r.



Oprac. na podst.: *Sondaż prezydencki IBRiS*, ewybory.eu 24.05.2020 [dostęp: 12.06.2020].

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Na podstawie wykresu rozstrzygnij, czy którykolwiek kandydat może być pewny na 100%, że będzie musiał wziąć udział w II turze wyborów.

Rozstrzygnięcie:

Uzasadnienie:

agregacja

procedura tworzenia nowej klasy obiektów z obiektów (lub ich klas) już istniejących; ogólnie – łączenie elementów w całość; w statystyce polega na wyliczaniu jednej lub wielu statystyk dla podzbiorowości; np. w sondażu przedwyborczym jest to wyliczenie procentowego udziału wśród wszystkich wyborców elektoratów poszczególnych partii

atrybutywny

odnoszący się do cech jakiejś rzeczy, jej atrybutów

en bloc

fr. w całości, całkowicie

ergo

a więc

frakcja

odłam, wyodrębniona część; w partii politycznej członkowie, którzy się wyłamują, oddzielają programowo lub w inny sposób od reszty członków danej partii; ale w parlamencie oznacza ugrupowanie członków parlamentu o wspólnej przynależności; w statystyce synonim podgrupy wyodrębnionej ze zbiorowości ze względu na cechę, określonej ilościowo (np. 50% kobiet)

konfabulacja

(z łac. *confabulatio* od *confabulari* – rozmawiać z, *con* – współ i *fabula* – bajka); uzupełnianie wspomnień informacjami, które są nieprawdziwe, ale pasują logicznie do całości; nie oznacza kłamstwa, gdyż konfabulator wierzy w to, co mówi; jego przeinaczenia są nieświadome; konfabulacje mogą być artykułowane lub tworzone tylko na własny użytek ich autora

opinia publiczna

reakcja zbiorowości na zdarzenia, zjawiska wywołane działaniami władz, instytucji wchodzących w skład szeroko rozumianej sfery publicznej; najogólniej oznacza aprobatę lub dezaprobatę dla widocznych w przestrzeni publicznej stanowisk, zachowań, artykułowaną przez jakąś część społeczeństwa, zbiorowości

respondent

podmiot (najczęściej osoba, ale także podmiot prawny), który przekazuje dane do celów statystycznych; w badaniu sondażowym – osoba wylosowana z populacji, która odpowiada na pytania wywiadu zadawane przez ankietera lub pytania ankiety (poprzez samodzielne wypisywanie odpowiedzi w formularzu)

Badanie 2

Weź pod uwagę dotychczasowe rozważania oraz przypadki i opinie przedstawione w prezentacji i ponownie odpowiedz na trzy pytania, wybierając jedną z zaproponowanych odpowiedzi. Wariant „trudno powiedzieć” wybierz tylko wtedy, gdy rzeczywiście nie potrafisz się zdecydować na żaden z pozostałych wariantów.

Ćwiczenie 1

Jak sądzisz, w jakim stopniu wyniki badań opinii publicznej na tematy społeczne i polityczne są przydatne dla ludzi nauki badających nasze społeczeństwo?

☐

w wysokim stopniu

☐

w średnim stopniu

☐

w niskim stopniu

☐

w ogóle nie są przydatne

☐

trudno powiedzieć

Oprac. na podst.: *Polacy o sondażach i ich znaczeniu*, Komunikat z badań CBOS nr BS/135/2010, s. 3.

Ćwiczenie 2

Jak sądzisz, w jakim stopniu wyniki badań opinii publicznej na tematy społeczne i polityczne są przydatne dla rządzących sprawujących władzę?

- ☐ w wysokim stopniu
- ☐ w średnim stopniu
- ☐ w niskim stopniu
- ☐ w ogóle nie są przydatne
- ☐ trudno powiedzieć

Oprac. na podst.: *Polacy o sondażach i ich znaczeniu*, Komunikat z badań CBOS nr BS/135/2010, s. 3.

Ćwiczenie 3

Jak sądzisz, w jakim stopniu wyniki badań opinii publicznej na tematy społeczne i polityczne są przydatne dla przeciętnych obywateli?

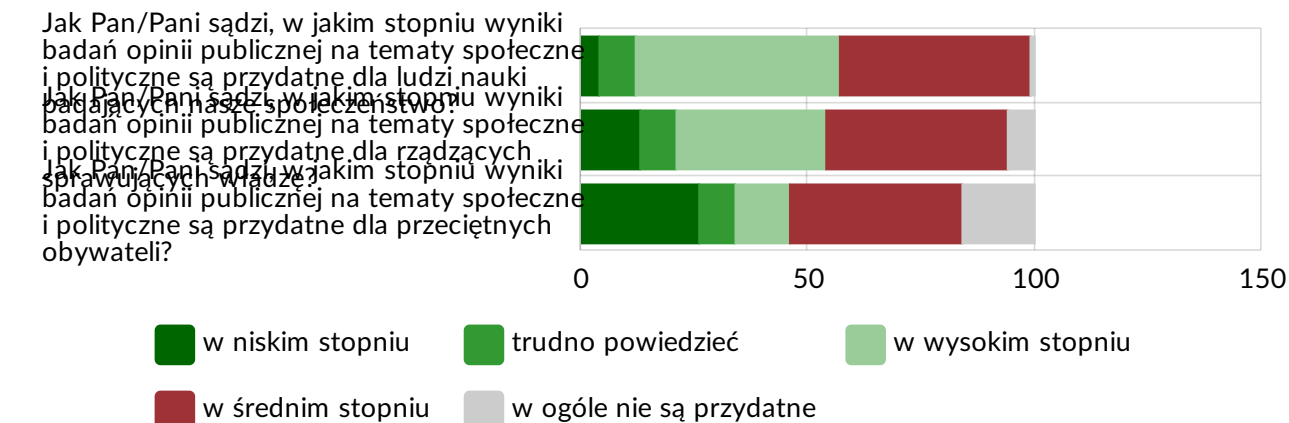
- ☐ w wysokim stopniu
- ☐ w średnim stopniu
- ☐ w niskim stopniu
- ☐ w ogóle nie są przydatne
- ☐ trudno powiedzieć

Oprac. na podst.: *Polacy o sondażach i ich znaczeniu*, Komunikat z badań CBOS nr BS/135/2010, s. 3.

Porównanie sondaży i wyników badań

Ćwiczenie 4

Przeanalizuj różnice w procentowych rozkładach odpowiedzi w sondażu przeprowadzonym przez CBOS i badaniach w twojej klasie.



Oprac. na podst.: *Polacy o sondażach i ich znaczeniu*, Komunikat z badań CBOS nr BS/135/2010, s. 3.

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

W pierwszym kroku porównaj rozkłady procentowe odpowiedzi z badań zrealizowanych przez CBOS na ogólnopolskiej próbie dorosłych Polaków z rozkładami odpowiedzi twojej klasy w Badaniu 1. Rozważ ewentualne przyczyny w różnicach poszczególnych wskaźników procentowych (jeśli uznasz je za istotne). Czy wy jako grupa różnicie się czymś od społeczeństwa polskiego jako całości, co uzasadnia te różnice? Przedstaw swoją opinię.

W drugim kroku porównaj odpowiedzi z obu sondaży przeprowadzonych w klasie. Rozważ ewentualne przyczyny w różnicach poszczególnych wskaźników procentowych (jeśli uznasz je za istotne). Czy refleksja nad pytaniami po pierwszym sondażu oraz treści zamieszczonych materiałów mogły wpłynąć na zmianę wskazań części z was? Jeśli tak, przedstaw, których wskazań i uzasadnij dlaczego. Jeśli nie, również uzasadnij.

W trzecim kroku porównaj rozkłady odpowiedzi dla każdej z grup zainteresowanych wynikami badań sondażowych. Na ile te rozkłady są podobne, na ile różne. Porównaj – en block – różnice uzyskane w badaniu CBOS z różnicami uzyskanymi w sondażu klasowym.

Dla nauczyciela

Autorka: Paulina Wierzbińska

Przedmiot: Wiedza o społeczeństwie

Temat: Rzeczywistość sondaży a rzeczywistość w sondażach

Grupa docelowa:

Szkoła ponadpodstawowa, liceum ogólnokształcące, technikum, zakres podstawowy

Podstawa programowa:

Zakres podstawowy

II. Społeczeństwo obywatelskie.

Uczeń:

9) interpretuje wyniki badań opinii publicznej; porównuje wyniki sondaży z rzeczywistymi postawami lub zachowaniami (np. sondaży przedwyborczych oraz rezultatów wyborów), formułuje hipotezy dotyczące przyczyn różnic przekraczających wartość błędu statystycznego.

Kształtowane kompetencje kluczowe:

- kompetencje obywatelskie;
- kompetencje cyfrowe;
- kompetencje osobiste, społeczne i w zakresie umiejętności uczenia się;
- kompetencje w zakresie rozumienia i tworzenia informacji.

Cele operacyjne:

Uczeń:

- charakteryzuje opinię publiczną i przedstawia sondaże jako instrumenty jej badania;
- analizuje na podstawie przykładowych wyników sondaży relacje, jakie zachodzą między postawami politycznymi Polaków a deklaracjami formułowanymi w sondażach;
- ocenia zawartość informacyjną sondaży realizowanych na reprezentatywnych, statystycznych próbkach badawczych.

Strategie nauczania:

- konstruktywizm;
- konektywizm.

Metody i techniki nauczania:

- dyskusja;
- rozmowa nauczająca z wykorzystaniem ćwiczeń interaktywnych;
- analiza materiału źródłowego;
- badanie sondażowe.

Formy pracy:

- praca indywidualna;
- praca w parach;
- praca w grupach;
- praca całego zespołu klasowego.

Środki dydaktyczne:

- komputery z głośnikami, słuchawkami i dostępem do internetu;
- zasoby multimedialne zawarte w e-materiale;
- tablica interaktywna/tablica, pisak/kreda;
- telefony z dostępem do internetu.

Przebieg lekcji

Faza wstępna:

1. Przedstawienie tematu „Rzeczywistość sondaży a rzeczywistość w sondażach” i celów zajęć.
2. Rozpoznawanie wiedzy potocznej uczniów. Uczniowie próbują intuicyjnie odpowiedzieć na pytania zawarte we wprowadzeniu.

Faza realizacyjna:

1. Zalogowany na platformie nauczyciel wyświetla na tablicy interaktywnej (lub za pomocą rzutnika) po kolei pytania sondażowe z sekcji „Badanie 1”. Uczniowie na telefonach komórkowych lub tabletach logują się do systemu, dołączają do lekcji i przystępują do odpowiedzi na zadane pytania. Nauczyciel, korzystając ze swojego panelu użytkownika, wyświetla zestawienie odpowiedzi uczniów. Chętne osoby mogą uzasadnić swój wybór.
2. Podział klasy na grupy. Każdy zespół rozważa problemy przedstawione w ćwiczeniu 4 w sekcji „Badanie 1”. Następnie reprezentanci grup przedstawiają efekty pracy, które są wspólnie dyskutowane przez uczniów.
3. Praca z materiałem zamieszczonym w sekcji „Film”. Uczniowie zapoznają się z treścią materiału, a potem w parach wykonują polecenia. Następnie wybrana osoba prezentuje propozycję odpowiedzi, a pozostali uczniowie ustosunkowują się do niej. Nauczyciel w razie potrzeby uzupełnia ją, udziela też uczniom informacji zwrotnej.
4. Uczniowie zapoznają się z audiobookiem, zapisują problemy i pytania z nim związane. Następnie prowadzą dyskusję, która pozwala lepiej zrozumieć

poruszaną tematykę. Na końcu przystępują do rozwiązywania zadań w sposób indywidualny.

Faza podsumowująca:

1. Uczniowie ponownie odpowiadają na pytania sondażowe postawione na wcześniejszym etapie zajęć (w sekcji „Badanie 2”). Wyniki są wyświetlone na tablicy interaktywnej.
2. Podział na grupy. Każda z nich wykonuje ćwiczenie 4 w sekcji „Badanie 2”. Uczniowie porównują wyniki sondażu przeprowadzonego przez CBOS oraz wyniki badań przeprowadzonych w klasie. Przedstawiciele zespołów prezentują odpowiedzi, które są wspólnie omawiane i porównywane.
3. Omówienie przebiegu zajęć, przedstawienie mocnych i słabych stron pracy zespołów i przekazanie informacji zwrotnej.

Praca domowa:

1. Napisz krótką notatkę, uwzględniając w niej najistotniejsze informacje dotyczące zagadnień poruszanych na zajęciach.

Materiały pomocnicze:

- *Encyklopedia socjologii*, Warszawa 1998.
- Edward Wnuk-Lipiński, *Socjologia życia publicznego*, Warszawa 2008.

Wskazówki metodyczne opisujące różne zastosowania multimedium:

- Uczniowie mogą wykorzystać multimedium z sekcji „Film” jako inspirację do przygotowania własnej prezentacji multimedialnej.