

RAZISKOVALNO PODROČJE SOCIOLOGIJA

**VSEBINSKO POROČILO ZA
LETO 2011**

Opis dosežkov

Druga izdaja monografije Exploratory Social Network Analysis with Pajek.

Monografija se na številnih univerzah po svetu uporablja kot učbenik pri predmetih, ki vključujejo analizo omrežij. Glede na prvo izdajo iz leta 2005 so bila v drugi izdaji popravljena in dopolnjena vsa poglavja. V drugi izdaji je bilo dodano tudi novo poglavje o slučajnih omrežjih (npr. mali svetovi in brezlestvična omrežja); vključena so bila večrelacijska omrežja, otoki, množenje matrik, koeficienti zgoščenosti in nove metode za vizualizacijo omrežij. Prav tako so predstavljene možnosti za uporabo formata Unicode, kar omogoča, da uporabniki pripravijo podatke kar v svojih pisavah (npr. v kitajskem, japonskem in drugih jezikih).

- NOOY Wouter de, MRVAR Andrej, BATAGELJ Vladimir: Exploratory Social Network Analysis with PAJEK. Cambridge University Press; 2011; 442 str.

Etičnost znamčenja zdravja.

Znamčenje prehranskih izdelkov s simboli zdravja postaja pomembna trženjska strategija, saj lahko dosega komercialne uspehe in hkrati promovira zdravo življenje. A ni brez pasti. Ker tržniki pomembno vplivajo na vedenje povezano z zdravjem, pa tudi na širše zdravstveno stanje ljudi, se morajo zavedati etične razsežnosti svojega delovanja. Ta članek predstavlja konceptualno analizo možnih etičnih problemov pri znamčenju izdelkov kot zdravih. Analiza razgrinja številne etične pomisleke povezane z znamčenjem zdravja, posebej pa izpostavi uporabo treh elementov znamčenja izdelkov kot zdravih (funkcionalne trditve, procesne trditve in simboli zdravja). Pričujoča analiza je pionirska, zato postavlja temelje teoretske obravnave znamčenja zdravja, praktike pa opozarja na probleme, ki jih morajo upoštevati pri trženju t.i. zdravih tržnih znamk.

ANKER, Thomas Boysen, KAMIN, Tanja. Health branding ethics. *J. bus. ethics*, 2011, vol. 104, no. 1, str. 33-45

Pripadnost skupnosti in pomen vrednot: primerjava dveh sosesk v Sloveniji.

V članku je analizirana pripadnost skupnosti v dveh različnih soseskah v Sloveniji. Avtorici sta opazovali 3 dimenzije pripadnosti skupnosti. Vrednote obravnavata kot pomembne karakteristike povezane s pripadnostjo skupnosti. Analiza je bila opravljena na kvotnem vzorcu 337 posameznikov. Avtorici pokažeta, da pripadnost skupnosti sestavljajo trije faktorji: (1) stiki s sosedi; (2) socialna kontrola; (3) navezanost. Analiza je pokazala da vrednote pomembno izboljšajo eksplanatorno moč modela in da se soseski zelo razlikujeta v tem, katere spremenljivke vplivajo na pripadnost skupnosti.

FILIPOVIČ HRAST Maša, DOLNIČAR Vesna. Sense of Community and the Importance of Values: Comparison of Two Neighborhoods in Slovenia, Journal of urban affairs; 2011; str. 120;