

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ**

Кафедра общей и этнической социологии

Р.Р.Гарипова, Л.Р.Низамова

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Учебно-методическое пособие

Казань – 2024

УДК 316

ББК 60.5

Принято на заседании учебно-методической комиссии ИСФН и МК

Протокол № 5 от 14 мая 2024 года

Гарипова Р.Р., Низамова Л.Р.

Современные методы социологических исследований: учебно-методическое пособие / Р.Р.Гарипова, Л.Р.Низамова. – Казань: Казан. ун-т, 2024. – 62 с.

Учебно-методическое пособие по курсу «Современные методы социологических исследований» предназначено для студентов заочной формы обучения по направлению подготовки 39.04.01 – «Социология», профиль подготовки магистров «Социология управления инновационными процессами». Составлено в соответствии с требованиями ФГОС ВО к обязательному минимуму содержания и уровня подготовки и учебным планам по направлению 39.04.01 «Социология» (магистратура). Излагается тематическое содержание курса и его основные понятия, предлагаются планы семинарских занятий, примеры тестовых заданий, а также рекомендуемая литература.

Подготовлено на кафедре общей и этнической социологии Института социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ.

© Гарипова Р.Р., 2024

© Низамова Л.Р., 2024

© Казанский университет, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ.....	4
2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КУРСА ПО ТЕМАМ И ВИДАМ РАБОТ.....	8
3. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА.....	10
4. ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	16
5. ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ.....	43
6. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ И ЭКЗАМЕНУ.....	45
7. ТЕСТЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ.....	48
8. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	61
Основная литература.....	61
Дополнительная литература.....	61

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

1. Цель курса

состоит в том, чтобы студенты, обучающиеся по магистерской дисциплине «Современные методы социологических исследований», овладели современными методами проектирования и реализации социологических исследований - способами и инструментами сбора и анализа социальных данных, возникших под влиянием современных информационно-коммуникационных технологий, процессов автоматизации и цифровизации, а также влияния междисциплинарности и заимствования инструментов других родственных социогуманитарных дисциплин для разработки предложений и рекомендаций проведения социологической экспертизы и консалтинга.

2. Задачи курса включают:

- изучение содержания, методики и техники современных методов социологического исследования, связанных с применением компьютерных, цифровых технологий и автоматизированных средств сбора и анализа данных, и методов, заимствованных из смежных социогуманитарных дисциплин;
- овладение умением отбирать релевантные технологии из арсенала современных методов социологического исследования; проектировать конкретное социологическое исследование для анализа социально значимых проблем;
- овладение навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в реализации конкретного социологического исследования для выработки практических рекомендаций по актуальным социальным проблемам.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел «Б1.О.01 Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы 39.04.01

«Социология (Социология управления инновационными процессами)» и относится к обязательной части ОПОП ВО. Осваивается на 1, 2 курсах в 1, 3 семестрах.

4. Требования к уровню освоения курса «Современные методы социологических исследований»

Студент, завершивший обучение по курсу, должен:

- знать основные исследовательские стратегии и подходы, существующие в современной социологии, их особенности, преимущества и недостатки; требования профессиональной этики при проведении прикладных исследований; основные количественные и качественные методы исследований; виды выборок и способы их формирования, требования к проведению выборочных исследований; способы анализа данных в социологии;
- уметь выбирать исследовательские подходы и методы в зависимости от особенностей объекта и проблемы исследования; корректно осуществлять сбор и анализ данных, интерпретировать результаты исследования и формировать прогнозы;
- владеть навыками сбора, обработки, анализа и интерпретации данных в рамках количественной и качественной методологии социологических исследований; основными методами сбора и анализа данных, существующими в современной социологии.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины предполагает выполнение обучающимися нескольких видов работ. В основу подготовки нужно положить рабочую программу дисциплины.

Практические занятия. Подготовку к каждому семинарскому (практическому) занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом семинарского (практического) занятия, который отражает содержание предложенной темы.

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо осмыслить и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы семинара, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ. Предполагаются интерактивные формы проведения занятий - дискуссии, презентации, обсуждение медиаисточников. На семинарских занятиях обсуждаются тексты, предлагаемые для самостоятельного чтения (фрагменты из монографий, научные статьи, социологические данные и правовые источники).

Самостоятельная работа включает работу с литературными источниками. В процессе подготовки к семинарским занятиям студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической и научной литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Освоению вопросов способствует работа с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского (практического) занятия; она позволяет выявить широкий спектр мнений и подходов по изучаемой проблеме.

Зачет. Итоговой формой контроля первого семестра учебным планом предусмотрен зачет. Для успешной сдачи зачета необходимо ознакомиться с

основной литературой, изучить теоретическую часть по конспектам, овладеть практическими навыками и уметь их продемонстрировать. При оценке теоретических знаний и практических навыков студентов при опросе на зачете учитывается их участие в работе на семинарских (практических) занятиях, выполнение ими тестов и презентаций.

Экзамен. Итоговой формой контроля по дисциплине в третьем семестре учебным планом предусмотрен экзамен, который проводится в устной форме. Для успешной сдачи экзамена необходимо ознакомиться с основной литературой, изучить теоретическую часть по конспектам лекций, овладеть практическими навыками и уметь их продемонстрировать. При ответе на вопрос приветствуются практические иллюстрации, отсылка к актуальным событиям и кейсам, а также к собственному опыту реализации группового исследовательского проекта в ходе изучения дисциплины и подготовке магистерской диссертации. Задания к промежуточной аттестации ориентированы на проверку степени сформированности каждой из компетенций, предусмотренных учебным планом.

2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КУРСА ПО ТЕМАМ И ВИДАМ РАБОТ

№	Разделы дисциплины (модуля)	Се м е с т р	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самос тоятел ьная работа
			Ле к ц и и	Пра кти ческ ие заня тия	Лабо ратор ные работ ы	
1	Современные методы социологических исследований: введение в проблематику	1	2	4	0	22
2	Массовые опросы в современных условиях (телефонный опрос, СAPI, онлайн-опрос (CAWI))	1	2	2	0	21
3	Большие данные и социальные медиа в социологическом исследовании	1	2	2	0	21
4	Введение в семиологию и социологический анализ дискурса	1	2	2	0	21
5	Синтез качественного и количественного методологических подходов в социологии	3	2	2	0	29
6	Кейс-стади. Этнографическое исследование. Автоэтнография	3	2	4	0	29
7	Качественные интервью	3	2	2	0	29
8	Анализ данных в исследованиях качественной стратегии	3	2	2	0	29
	Итого		16	20	0	201

Форма итогового контроля: зачет в 1 и экзамен в 3 семестрах.

3. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Современные методы социологических исследований: введение в проблематику

Методы социологических исследований как конкретные познавательные приемы, способы и инструменты сбора и анализа данных. Методы сбора социальной информации, обработки и анализа данных, методы построения теории. Общенаучные и конкретно-социологические, опросные и неопросные, количественные и качественные методы. Трансформация традиционных социологических методов в условиях современных ИКТ, Интернета, автоматизации и цифровизации. Появление новых источников социальной информации: социальные медиа (блоги, социальные сети, комментарии пользователей), "большие данные", искусственный интеллект. Расширение компьютеризации: от обработки и анализа к сбору, фиксации и контролю данных. Влияние междисциплинарности и заимствование методов других родственных социогуманитарных дисциплин.

Тема 2. Массовые опросы в современных условиях (телефонный опрос, CATI, онлайн-опрос (CAWI))

CATI, CATI, онлайн-опрос. Исследовательские компании на рынке изучения общественного мнения. Телефонные опросы со случайным набором номеров как вид выборочного исследования. Репрезентативность и случайная выборка. Виды ошибок репрезентации: ошибки покрытия, выборки, ответов. Системные дефекты проведения полевых работ. Стратегия перехода к безбумажным технологиям: интервью с применением планшета (CATI) и онлайн-опрос (CAWI). Основные преимущества и ограничения применения CATI. Программное обеспечение CATI. Практика проведения онлайн-опросов (CAWI) в России. Проблема репрезентативности полученных данных и ошибка покрытия. Процедура проведения веб-опроса. Преимущества CAWI по

сравнению с традиционными опросами. Недостатки и ограничения онлайн-опроса. Многообразие и специфика интернет-платформ проведения CAWI.

Тема 3. Большие данные и социальные медиа в социологическом исследовании

Значение больших данных (big data) для государственного управления, бизнеса, ученых и пользователей. Понятие, виды и характеристики больших данных. Административные и технологические проблемы и трудности использования: право собственности на данные, контроль данных, управление сбором данных, конфиденциальность и повторная идентификация, требования к навыкам исследователей и вычислениям и др. Источники больших данных. Большие данные и изменение парадигмы социальных исследований. Процесс обработки больших данных: последовательность операций. Достоинства и недостатки исследований с применением больших данных. Традиционные опросные методы и социальные медиа как источник информации в изучении общественного мнения и социального поведения. Динамика интернет-пользователей и пользователей социальных сетей в России и мире. Понятие и виды социальных медиа. Блоги, микроблоги, социальные сети, хостинги и форумы, виртуальные миры. Трудности формирования основы выборки для отбора респондентов. Проблема репрезентативности получаемых данных и неполнота сведений. Изменчивость доступной информации. Выбор единицы анализа: посты, слова, уникальные пользователи, веб-страницы, др. Многообразие методов анализ данных. Правовые и этические вопросы применения данных социальных медиа. Достоинства и ограничения изучения общественного мнения в социальных сетях.

Тема 4. Введение в семиологию и социологический анализ дискурса

Социология дискурса: проблематика и основные понятия (знак, символ, значение, текст, дискурс, идеология). У.Эко о предмете семиологии и многообразии "семиотик". Основные виды знаковых систем (семиотик). Предмет семиологии (семиотики) - общей науки о знаках. Ф. де Соссюр как основоположник современной лингвистики и семиологии. Лингвистические и нелингвистические знаки. Дихотомия речи (многообразие индивидуальных речевых актов) и языка. Понятие «знак» в концепции Ф. де Соссюра: означающее и означаемое. Культурный контекст существования знаков и кодов. Модель значения Ч.С.Пирса: знак, интерпретант, объект. Типы знаков: икона, индекс, символ - и их взаимосвязь. Способы организации знаков в коды: парадигма и синтагма. Р. Барт о двух порядках сигнификации. Множественность и разнообразие значений понятия "дискурс". Институты производства и распространения дискурсов. Отличительные свойства дискурса. "Дискурсная формация" ("формация дискурса") М.Фуко. Дискурс и идеология. "Интертекстуальность" идеологии. Р.Барт об идеологии как источнике значений "второго порядка": мифов и коннотаций. Идеологический процесс сигнификации. Визуальная социология: методология, стратегии и методы. Телевизионное кодирование и конструирование социальной реальности. Технические и символические коды визуализации. Критический дискурс-анализ Нормана Фэркло: трехмерная модель (текст - дискурсивная практика - социальная практика). Проектирование исследования с применением дискурс-анализа: основные этапы.

Тема 5. Синтез качественного и количественного методологических подходов в социологии

Фазовая модель синтеза качественных и количественных методов в социологии (А. Бартон, П. Лазарсфельд). Последовательная модель синтеза

качественных и количественных методов в социологии (Д. Морган) и возможности вариантов сочетания качественных и количественных методов. Методологическая триангуляция (Д. Кемпбелл, Д. Фиске) и ее критерии; значение методологической триангуляции в работах Э. Вебба, Н. Дензина, Дж. Максвелла, У. Флик. Методологическая триангуляция в работах А.С. Готлиб, С.А. Белановского, В.П. Култыгина. Качественно-количественный интерфейс в работах Т. Шанина. Синтез качественной и количественной методологий в рамках одного исследования. Теоретическое обоснование методологического синтеза в концепции диалога М.М. Бахтина. Формализованные и неформализованные методы сбора социологической информации. Специфика качественного методологического подхода. Специфика количественного методологического подхода. Критерии классификации качественного и количественного методологических подходов (цель, фокусировка исследования, логика построения исследования, представление первичных данных, продукт, методы анализа собранных первичных данных). Сочетание методов сбора социологической информации, его роль в социологическом исследовании. Комбинирование количественных и качественных методов сбора социологической информации (конвергенция, дивергенция, погружение, фокусировка). Постадийное разделение количественного и качественного этапов социологического исследования, его временное и информационное измерение. Возможности синтеза качественных и количественных методов сбора социологической информации.

Тема 6. Кейс-стади. Этнографическое исследование. Автоэтнография

Кейс-стади, его возможности и особенности применения. Типология исследований в стиле case study: разведывательное (exploratory), описательное (descriptive), объяснительное (explanatory or causal). Монографическое исследование (monographic study). Проектирование исследования в стиле case study: Обоснование выбора объектов (случаев). Методы кейс-стади.

Этнографическое исследование: характеристика метода. Организация полевой работы. Проблемы доступа: "открытые" и "закрытые" контексты наблюдения. Репертуар ролей исследователя по степени включенности в ситуацию. "Полевой шок". Скрытое и открытое наблюдение. Коммуникации с участниками изучаемой ситуации, ключевые информанты. Полевые заметки. Фокусировка наблюдения: описательное, фокусированное, избирательное наблюдение. Параметры наблюдаемой социальной ситуации в описательном наблюдении (гранд-тур и мини-тур). Этнографическое письмо. Визуальная этнография. Матрица визуального наблюдения. Образы визуальной социологии. Фотография в социологической работе: практики сбора и презентации. Цифровая этнография. Автоэтнография, возможности и сферы применения. Типология автоэтнографических исследований (Ellis, Adams, Vochner, 2010): аборигенная и нарративная этнографии, рефлексивное диадное интервью, рефлексивная этнография, многослойные учетные записи, интерактивное интервью, коллективная этнография, совместно конструируемые нарративы, личные нарративы. Типы ситуаций самонаблюдения. Дневник самонаблюдения.

Тема 7. Качественные интервью

Качественное интервью как метод исследования. Основные типы качественного интервью по степени структурированности и фокусу исследовательского интереса. Полуструктурированное интервью как метод исследования. Нарративное интервью. Лейтмотивное интервью. Путеводитель (guide) интервью, типы вопросов. Построение выборки в качественном интервью, метод «снежного кома», «восьмиоконная» модель выборки (И. Штейнберг), методы отбора экспертов. Коммуникация в процессе качественного интервью. «Ключевые» информаторы. Этика поведения исследователя. Виды полевых документов. Требования к ведению записей. Концепция социокультурного поля в качественном исследовании. Правила

транскрибирования и цитирования интервью. Основные подходы к анализу интервью: конденсация смыслов, категоризация, нарративный анализ. Проблемы интерпретации. Интервью в мини-группах (диады и триады). Проблема надежности данных качественного интервью. Методы триангуляции.

Тема 8. Анализ данных в исследованиях качественной стратегии

Качественные данные и дилеммы аналитика: поиск баланса между интуицией и формализацией. Подготовка массивов текста для анализа: требования к данным. Аналитические заметки или мемо. Основные стратегии анализа данных (аналитическая индукция, иллюстративный метод, метод идеальных типов, аналитическое сравнение). Кодирование как способ организации и концептуализации данных. Процедура «плотного» аналитического описания. Стратегия построения обоснованной теории и процедуры кодирования по версии А. Стросса и Дж. Корбин (концепты, категории, мемо, типы кодирования: открытое, осевое, избирательное). Качественный контент-анализ: дедуктивный и индуктивный подходы. Тематический анализ. Жанры презентации результатов качественного исследования. Визуальное эссе как жанр представления результатов.

4. ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Современные методы социологических исследований: введение в проблематику

1. Методы социологического исследования: общая характеристика и классификация.
2. Количественно-качественная стратегия анализа и «смешивание» методов.
3. Индустрия изучения общественного мнения: история, организация и принципы деятельности.
4. Развитие метода интервью: новые техники и форматы.

Рекомендуемая литература:

Основная

1. *Климантова Г.И.* Методология и методы социологического исследования: учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. 2-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 256 с. Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091826> (дата обращения: 23.11.2022).
2. *Готлиб А.С.* Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 2: практикум / А.С. Готлиб. – М.: Флинта, 2019. – 363 с. Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047524> (дата обращения: 06.11.2022).
3. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: Учеб. для студентов вузов / В.А.Ядов, В.В.Семенова. – М.: Добросвет, 2003. – 595 с.
4. *Добреньков В. И.* Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добреньков, А.И.Кравченко. – М.: ИНФРА-М., 2021. – 768 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167877> (дата обращения: 06.11.2022).

Дополнительная

1. *Девятко И.Ф.* Методы социологического исследования: учебное пособие для вузов. – М.: Книжный дом «Университет», 2010. – 293 с.
2. *Ваньке А.В.* Как собрать данные в полевом качественном исследовании / А.В. Ваньке, Е.В. Полухина, А. Стрельникова. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2020. – 290 с. Гл. 6 Мобильный исследователь, Гл. 7 Визуальные и проективные данные: больше, чем картинки.
3. *Земнухова Л.В.* Как цифровые технологии трансформируют социальные науки // Этнографическое обозрение. – 2020. – № 1. – С. 23–33.
4. *Савинская О.Б.* Концептуальные представления о стратегиях «смешивания методов» (mixed methods research): этапы развития и современные дискуссии / О.Б. Савинская, А.Г. Истомина, Т.Ю. Ларкина, К.Д. Круглова // СоцИс. – 2016. – № 8. – С. 21–29.
5. *Семенова В.В.* Стратегии комбинации качественного и количественного подходов при изучении поколений / В.В. Семенова // Интер: интеракция, интервью, интерпретация. – 2014. – № 8. – С. 5–15.
6. *Веселкова Н.В.* Об основных векторах развития метода интервью / Н.В. Веселкова, М.Н. Вандышев, Е.В. Прямикова // СоцИс. – 2017. – № 6. – С. 44–56.
7. *Вайсбург А.В.* Обзор современных электронных количественных опросных методов социологических исследований / А.В. Вайсбург // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2020. – № 55. – С. 185–195.
8. *Дмитриева О.А.* Скайп-интервью в качественных исследованиях. Обзор / О.А. Дмитриева // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2018. – № 1. – С. 107–116.
9. *Звоновский В.Б.* Современные практики проведения телефонных опросов в странах мира / В.Б. Звоновский, М.В. Григорьева, Ю.В. Соловьева // СоцИс. – 2019. – № 1. – С. 127–138.

Глоссарий:

Методы социологического исследования – конкретные познавательные приемы, способы и инструменты сбора и анализа данных.

Социологическое исследование – это способ получения знаний о социальном мире, основанный на строгом сборе фактов и их логическом объяснении.

Компьютерно-опосредованные опросы – опросы с применением компьютерной техники, как для обработки и анализа данных, так для их сбора и фиксации, обеспечения качества.

Интервью – метод сбора эмпирических данных, в котором один индивид (интервьюер) задает вопросы другому индивиду (респонденту) по предварительно разработанному плану.

Анкетирование – разновидность опроса, при котором социолог-исследователь общается с респондентом (участником социологического опроса) с помощью анкеты.

Гайд – руководство, сценарий – исследовательский документ, в котором описаны все существенные элементы предстоящего глубинного интервью (фокус-группы).

Интервью глубинное (клиническое) – разновидность интервью для получения глубинной информации, насыщенной большим объемом и детализированным содержанием, о социальных процессах, событиях и действиях людей.

Единица анализа – это элементарная, единичная часть объекта исследования.

Генеральная совокупность - суммарная численность объектов исследования, ограниченная в пространстве и времени (например, население страны или региона, работники предприятия и т.д.), обладающая определенным набором признаков (пол, возраст, доход и т.д.).

Выборочная совокупность (выборка) – это часть объектов генеральной совокупности, выступающих в качестве объекта исследования.

Переменная – это элементарный показатель, признак, характеризующий одно из свойств единицы анализа.

Тема 2. Массовые опросы в современных условиях (телефонный опрос, CATI, онлайн-опрос (CAWI))

1. Технология CATI (телефонный опрос): методика, особенности выборки, практика применения.
2. CATI – «планшетный опрос» как инструмент перехода к безбумажным технологиям: достоинства и проблемные стороны применения.
3. Онлайн-опрос (CAWI): возможности и недостатки.
4. Сервисы продвижения web-опроса в интернете.

Рекомендуемая литература:

Основная

1. *Климантова Г.И.* Методология и методы социологического исследования: учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. 2-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2019. – 256 с. Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091826> (дата обращения: 23.11.2022).

2. *Готлиб А.С.* Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 2: практикум / А.С. Готлиб. – М.: Флинта, 2019. – 363 с. Текст: электронный. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047524> (дата обращения: 06.11.2022).
3. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: Учеб. для студентов вузов / В.А.Ядов, В.В.Семенова. – М.: Добросвет, 2003. – 595 с.
4. *Добреньков В.И.* Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добреньков, А.И.Кравченко. – М.: ИНФРА-М., 2021. – 768 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167877> (дата обращения: 06.11.2022).

Дополнительная

1. *Девятко И.Ф.* Методы социологического исследования: учебное пособие для вузов. – М.: Книжный дом «Университет», 2010. – 293 с.
2. *Лебедев Д.В.* Переход с РАPI на САPI: опыт интервьюеров и характеристики, влияющие на их ожидания / Д.В. Лебедев, М.Б. Богданов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2019. – № 4 (152). – С. 43–67.
3. *Терентьев Е.А.* Интервьюирование с помощью компьютерных технологий в лонгитюдных обследованиях домохозяйств / Е.А. Терентьев, А.М. Мавлетова, М.С. Косолапов // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2018. – № 3. – С. 47–64.
4. *Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы / под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова.* – М.: Издательство МИК, 2016. – 555 с.
5. *Богданов М.Б.* "Главное не бояться!" - воздействие тренингов на ожидания интервьюеров при переходе от РАPI к САPI / М.Б. Богданов, Д.В. Лебедев // Социология: методология, методы, математическое моделирование. – 2017. – № 45. – С. 103–132.
7. Сайт Simple Forms. – URL: <http://www.simpleforms.ru/>

8. *Стребков Д.О.* Познавательные возможности онлайн-опросов в российской исследовательской практике (на примере опроса интернет-фрилансеров) / Д.О. Стребков // Социология: методология, методы, математическое моделирование. – 2010. – № 31. – С. 135–161.

Глоссарий:

Технология CATI (Computer-assisted telephone interviewing) – компьютерно-опосредованное телефонное интервью с участием кол-центров (звонковых центров); это опрос населения, проводимый на основе случайной (RDD) двухосновной пересекающейся выборки мобильных и стационарных номеров телефонов.

Технология CAPI (Computer-assisted personal interviewing) – компьютерно-опосредованное личное интервью с применением опрашивающим ноутбука (планшета) и специального программного обеспечения.

Технология CAWI (Computer-assisted web interviewing) – компьютерно-опосредованный интернет-опрос (онлайн-опрос)

Компьютерное самоинтервьюирование (CASI) – это метод сбора данных опроса, при котором респондент использует компьютер для заполнения вопросника без участия интервьюера.

Выборка случайная – метод построения выборки, при котором для каждого элемента генеральной совокупности существует равная вероятность попасть в выборку.

Выборка стихийная (произвольная) – метод построения выборки, при котором опрашиваются наиболее доступные респонденты, т.к. неизвестна генеральная совокупность (опросы аудиторий, большинство интернет-опросов).

Репрезентативность – это свойство выборки воспроизводить характеристики исследуемой совокупности.

Ошибка выборки – отклонение результатов, полученных с помощью выборочного наблюдения, от истинных данных генеральной совокупности.

Ошибка покрытия – смещения результатов, обусловленные долей покрытия и отличиями между охваченной и неохваченной частями изучаемой совокупности.

Ошибка неответов – смещения результатов, обусловленные величиной достижимости и отличиями между опрошенной и недостигнутой частями совокупности.

Параданные в опросе – побочный результат процесса сбора социальных данных; автоматически сгенерированные и уже доступные для анализа данные для оценки эффективности и качества опроса (напр, дата и время интервью, аудиозаписи ответов).

Тема 3. Большие данные и социальные медиа в социологическом исследовании

1. Большие данные (big data): понятие, характеристики и виды.
2. Новые возможности и риски применения больших данных в социологическом исследовании.
3. Социальные медиа: понятие и типы. Социальные сети в России.
4. Возможности и проблемы использования социальных медиа в научном исследовании (обеспечение репрезентативности, полнота данных и др.).

Рекомендуемая литература:

Основная

1. *Добреньков В.И.* Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добреньков А.И. Кравченко. – М.: ИНФРА-М., 2021. – 768 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167877> (дата обращения: 06.11.2022).

Дополнительная

1. *Джапек Л.* Отчет ААРОР о больших данных / Л. Джапек, Ф. Крейтер, М. Берг и др. / Материалы V социологической Грушинской конференции. – М.: ВЦИОМ, 2015. – 72 с.

2. *Берроуз Р.* После кризиса? Big data и методологические вызовы эмпирической социологии / Р. Берроуз, М. Севидж // СоцИс. – 2016. – № 3. – С. 28–35.

3. *Губа К.* Новые данные в социологии: новые данные, новая социология? / К. Губа // Социологическое обозрение. – 2018. – Т. 17. – №1. С. 213–236. – URL: https://sociologica.hse.ru/data/2018/03/31/1164761593/SocOboz_17_1_213-236_Guba.pdf

4. *Волков В.В.* Проблемы и перспективы исследований на основе Big Data (на примере социологии права) / В.В. Волков, Д.А. Скугаревский, К.Д. Титаев // СоцИс. – 2016. – № 1. – С. 48–58.

5. *Мальцева А.В.* Data mining в социологии: опыт и перспективы проведения исследования / А.В. Мальцева, Н.Е. Шилкина, О.В. Махныткина // СоцИс. – 2016. – № 3. – С. 35–44.

6. *Китчин Р.* Большие данные, новые эпистемологии и смена парадигм / Р. Китчин // Социология 4М. – 2017. – № 44. – С. 111-152.

7. Оценка качества опроса в сложных реалиях сегодняшнего дня. Социальные медиа в исследовании общественного мнения. Отчет рабочей группы ААРОР о новых технологиях в исследовании общественного мнения / Американская ассоциация исследователей общественного мнения; пер. с англ. В.Л. Силаевой, О.А. Оберемко. – М.: ВЦИОМ, 2017. – 78 с.

8. *Бразевич С.С.* Исследование интересов молодежи через тематический репертуар общения в студенческой среде: кейс социальной сети "ВКонтакте" / С.С. Бразевич, Ж.С. Сафронова., Д.С. Бразевич, Д.В. Матюха // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2019. – № 1 (149). – С. 193–211.
9. *Забокрицкая Л.Д.* Возможности изучения ценностей молодежи через профиль социальной сети «ВКонтакте» / Л.Д. Забокрицкая, Н.А. Хлебников, Т.А. Орешкина, Е.И. Комоцкий // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – № 2. – С. 148–167.
10. *Щекотин Е.В.* Субъективная оценка (не) благополучия населения регионов РФ на основе данных социальных сетей / Е.В. Щекотин, М.Г. Мягков, В.Л. Гойко, В.В. Кашпур, Г.Ю. Коварж // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2020. – № 1. – С. 78–116.
11. *Кавеева А.* Social network analysis в исследованиях онлайн-сообществ «ВКонтакте» / А. Кавеева, К. Гурин // Современные исследовательские практики в социологии: сборник материалов конференции молодых ученых (Москва, 19–20 апреля 2017 г.) / под общ. ред. В. В. Семенов. – М.: ФНИСЦ РАН, 2017. – С. 32–42.

Глоссарий:

Большие данные – данные большие по объему (измеряются в сотнях тысяч и млн единиц), генерируемые с высокой скоростью и неструктурированные, то есть разнородные по формату, в котором они генерируются (текстовые документы, аудиосообщения, изображения и их комбинации).

Изменяемость данных – непоследовательность данных во времени.

Достоверность больших данных – возможность безошибочно доверять данным в силу их органического, то есть несконструированного характера.

Источники больших данных – данные социальных сетей (метки, геоданные) и мобильных приложений, персональные данные с устройств автоматизированного сбора, сенсорные данные, данные транзакций и др.

Административные проблемы работы с большими данными – отсутствие консенсуса, чётких определений и единых стандартов в вопросах прав собственности на данные, контроля данных и управления их сбором.

Социальные медиа – любой открытый в интернете пользовательский контент – совокупность вебсайтов и веб-приложений, обеспечивающих массовое взаимодействие, общение и обмен инфо между членами сети.

Блоги – это вебсайты, наполняемые одним или группой польз-лей периодическими сообщениями (постами) на различные темы.

Анализ тональности высказывания (sentiment analysis) – стратегия текстового анализа, которая предполагает использование специального лексикона в качестве показателя эмоциональных отношений.

Нетнография – тип этнографических исследований, появившийся в цифровую эпоху, помогающий разрабатывать темы для выборочных опросов и улучшать опросный инструментарий.

Бот – Сокращение от слова «робот»; это автоматизированные агенты, функционирующие на онлайн-платформе.

Социальный бот – автоматизированный программный комплекс, который имитирует поведение реальных пользователей социальной сети.

Тема 4. Введение в семиологию и социологический анализ дискурса

1. Содержание коммуникации как «текст». Многообразие знаковых систем, их основные виды.
2. Понятие «знак» в семиологии. Знак, означаемое и означающее. Типы знаков: икона, индекс и символ.
3. Два «порядка сигнификации»: денотация и коннотация.
4. Социологическая концепция дискурса. Идеологическое содержание дискурса.
5. Структура и особенности телевизионного дискурса.

Рекомендуемая литература:

Основная

1. *Готлиб А.С.* Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 2: практикум / А.С. Готлиб. – М.: Флинта, 2019. – 363 с. Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047524> (дата обращения: 06.11.2022).

Дополнительная

1. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У.Эко. – СПб: ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 431 с. Разд. А, Б, Д.
2. *де Соссюр Ф.* Курс общей лингвистики / Ф. де Соссюр // де Соссюр Ф. Труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1977. – 695 с. Введение: Гл. 2-5, Часть I: Гл. 1,2.
3. *Назаров М.М.* Массовая коммуникация и общества. Введение в теорию исследований / М.М. Назаров. – М.: URSS, 2003. – 427 с. Лекции 1, 2, 3, 4, 5.
4. *Барт Р.* Основы семиологии / Р. Барт // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. – М.: Прогресс, 2000. – С. 277 – 310.
5. Барт Р. Мифологии. Пер. с фр. – М.: Изд-во Сабашниковых, 1996. – 314 с.

6. Дейк Т.А. ван Анализ новостей как дискурса / Т.А. ван Дейк // Дейк Т.А. ван Язык. Познание. Коммуникация. – Благовещенск: БГК им. И.А.Бодуэна де Куртене, 2000. – С.190 – 227.
7. Штомпка П. Визуальная социология: Фотография как метод исследования: Учебник / П. Штомпка. – М.: Логос, 2007. – 168 с.
8. Бурдьё П. О телевидении / П.Бурдьё // Бурдьё П. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. – М.: Фонд науч. исслед. «Прагматика культуры», Ин-т экспериментальной социологии, 2002. – С.17-88.
9. Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод / Л.Дж. Филлипс, М.В. Йоргенсен. – Харьков: Изд-во Гуманит. Центр, 2004. – 336 с.
10. Аберкромби Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер. – М.: Экономика, 2004. – С. 123 – 124, 156 – 158.
11. Семиотика: Антология / Сост. Ю.С.Степанов. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 702 с.
12. Крейдлин Г.Е. Семиотика, или Азбука общения: учеб. пособие / Г.Е. Крейдлин, М.А. Кронгауз. 8-е изд., стер. – М.: Флинта, 2015. – 241 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1037611> (дата обращения: 04.03.2021).

Глоссарий:

Семиотика – наука о знаках и знаковых системах, о том, как знаки «работают».

Язык – совокупность языковых навыков, позволяющих отдельному человеку понимать других и быть ими понятым. По Ф. де Соссюру, язык есть система знаков, соединяющих смысл (означаемое) и акустический образ (означающее).

Сигнификация – это обозначение, создание знаков и придание им смыслов.

Означающее – это составляющая знака, а именно: воспринимаемый нами образ знака (например, отметки на бумаге или звуки).

Означающее – это составляющая знака, а именно: мысленное представление, сопровождающее образ знака (означающее).

Знак – это что-нибудь, что для кого-то символизирует что-то в каком-либо отношении или качестве (Ч.С.Пирс).

Интерпретант Ч.С.Пирса – мысленное представление пользователя, производимое, как знаком, так и опытом пользователя, связанным с данным объектом.

Символ – тип знака, не имеющий связи или сходства между знаком и его объектом; есть результат договоренности между людьми о том, что он значит (например, слова, числа).

Денотация – это прямое значение знака или понятия.

Коннотация – сопутствующее, дополнительное, неявное значение.

Парадигма – это набор знаков, из которого для использования выбирается только один.

Синтагма – это сообщение, в которое выстраиваются знаки парадигмы.

Миф, по Р. Барту, – это история, посредством которой культура объясняет или понимает некоторые аспекты реальности или природы.

Дискурс есть семиотический процесс, т.е. «...все многообразие способов дискурсивной практики, включая: 1) языковую практику (т.е. способы словесного поведения) и 2) неязыковую практику (т.е. значимое поведение,

проявляющееся в формах, доступных чувственному восприятию – напр., жесты)» (А.Ж.Греймас и Ж.Курте «Объяснительный словарь семиотики»).

Дискурс – это определенная система использования языка, единство которой обусловлено наличием общих установок (Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С. Социологический словарь: Пер. с англ. М.: Экономика, 2000).

Дискурс – особый способ общения и понимания окружающего мира (или какого-то аспекта мира) (Филлипс Л.Дж., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Изд-во Гуманит. Центр, 2004. С. 15.).

Тема 5. Синтез качественного и количественного методологических подходов в социологии

1. Формализованные и неформализованные методы сбора социологической информации. Специфика количественного и качественного методологических подходов.
2. Критерии классификации качественного и количественного методологических подходов (цель, фокусировка исследования, логика построения исследования, представление первичных данных, методы анализа собранных первичных данных).
3. Синтез качественной и количественной методологий в рамках одного исследовательского проекта.
4. Разделение количественного и качественного этапов социологического исследования, его временное и информационное измерение.

Рекомендуемая литература:

Основная

1. *Климантова Г.И.* Методология и методы социологического исследования: учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. 2-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 256

с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091826> (дата обращения: 23.11.2022).

2. *Готлиб А.С.* Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 2: практикум / А.С. Готлиб. – М.: Флинта, 2019. – 363 с. Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047524> (дата обращения: 06.11.2022).

3. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: Учеб. для студентов вузов / В.А.Ядов, В.В.Семенова. – М.: Добросвет, 2003. – 595 с.

4. *Добреньков В.И.* Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добреньков, А.И.Кравченко. – М.: ИНФРА-М., 2021. – 768 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167877>

Дополнительная

1. *Белановский С.А.* Глубокое интервью и фокус-группы (3-е издание). – М.: Изд. дом Г.Беляев, 2018. – 457 с. – Ч.1.

2. *Ваньке А.В.* Как собрать данные в полевом качественном исследовании / А.В. Ваньке, Е.В. Полухина, А. Стрельникова. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2020. – 290 с.

3. *Здравомыслова Е. А.* Куда идет качественная методология? Коллективная дискуссия / Е.А. Здравомыслова, Е.Р. Ярская-Смирнова, Е.Л. Омельченко, И.Е. Штейнберг // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2022. Том. 14. № 1. С. 9–32.

4. *Савинская О.Б.* Концептуальные представления о стратегиях «смешивания методов» (mixed methods research): этапы развития и современные дискуссии / О.Б. Савинская, А.Г. Истомина, Т.Ю. Ларкина, К.Д. Круглова // СоцИс. – 2016. – № 8. – С. 21–29.

5. *Семенова В.В.* Стратегии комбинации качественного и количественного подходов при изучении поколений / В.В. Семенова // Интер: интеракция, интервью, интерпретация. – 2014. – № 8. – С. 5–15.

6. *Веселкова Н.В.* Об основных векторах развития метода интервью / Н.В. Веселкова, М.Н. Вандышев, Е.В. Прямикова // СоцИс. – 2017. – № 6. – С. 44–56.

7. *Дмитриева О.А.* Скайп-интервью в качественных исследованиях. Обзор / О.А. Дмитриева // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2018. – № 1. – С. 107—116.

Глоссарий:

Методы социологического исследования – конкретные познавательные приемы, способы и инструменты сбора и анализа данных.

Социология повседневности – область микросоциологии, связанная с анализом практик, взаимодействий и культурной организации повседневной жизни; анализ макроинститутов (таких как экономика и государство) остается вне интереса данной области.

Гуманистическая социология – направление в социологии, которое возникло в начале XX века как реакция на позитивистский тип мышления. Полемика в идеологическом плане была направлена против исключения из социальной науки человеческого фактора, а именно проблемы человека как субъекта, практически оценивающего действительность и придающего смысл своим действиям.

Интерпретативная социология - термин, используемый для обозначения ряда социологических теорий, в рамках которых основной задачей считается изучение «смысловой нагруженности» социальной жизни и образующего её структуры человеческого поведения. При таком подходе учёный выступает в качестве «интерпретатора» субъективных значений и смыслов, которые индивиды приписывают тем или иным фрагментам социальной реальности.

Качественное исследование – исследование, где результаты получены не путем статистических процедур или другими методами математического подсчета, а путем раскрытия смысла и интерпретации номинальных ответов, выражающих субъективную ценность данного предмета с точки зрения самого субъекта. Цели такого исследования состоят в понимании и интерпретации субъективного аспекта социальных процессов.

Стратегия и тактики качественного исследования – первое используется при сравнительной характеристике качественных и количественных исследований для выявления их различий по логике и последовательности действий при проведении работы. Тактики предполагают внутреннее различие разных способов исследования и анализа в рамках качественного подхода.

Процедура социологического исследования - определение основных этапов проведения исследования, содержание действий социологов на каждом из выделенных этапов, предлагаемые результаты действий на каждом из этих этапов.

Тема 6. Кейс-стади. Этнографическое исследование. Автоэтнография

1. Познавательные возможности и ограничения стратегии case study .
2. Типология исследований в стиле case study. Этапы проведения case study.
3. Этнографическое исследование: характеристика метода. Репертуар ролей исследователя по степени включенности в ситуацию наблюдения.
4. Визуальные методы в социологии. Матрица визуального наблюдения. Образы визуальной социологии.
5. Автоэтнография, возможности и сферы применения. Типология автоэтнографических исследований.

Рекомендуемая литература:

Основная

1. *Климантова Г.И.* Методология и методы социологического исследования: учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. 2-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 256 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091826> (дата обращения: 23.11.2022).
2. *Готлиб А.С.* Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 2: практикум / А.С. Готлиб. – М.: Флинта, 2019. – 363 с. Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047524> (дата обращения: 06.11.2022).
3. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: Учеб. для студентов вузов / В.А.Ядов, В.В.Семенова. – М.: Добросвет, 2003. – 595 с.
4. *Добреньков В.И.* Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добреньков, А.И.Кравченко. – М.: ИНФРА-М., 2021. – 768 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167877>

Дополнительная

1. *Ваньке А.В.* Как собрать данные в полевом качественном исследовании / А.В. Ваньке, Е.В. Полухина, А. Стрельникова. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2020. – 290 с. – Гл. 7. Визуальные и проективные данные: больше, чем картинки.
2. Визуальная антропология: городские карты памяти / под ред. П.В. Романова, Е.Р. Ярской-Смирновой. – М.: ЦСПГИ, 2009. – 312 с.
3. *Готлиб А.С.* Автоэтнография (разговор с самой собой в двух регистрах) / А.С. Готлиб // Социология: методология, методы, математическое моделирование (4М). – 2004. – № 18. – С. 5–16. (в 2-х частях).
4. *Ильин В.И.* Драматургия качественного полевого исследования. – СПб: Интерсоцис, 2006. – 256 с.
5. *Рогозин Д.* Как работает автоэтнография? / Д. Рогозин // Социологическое обозрение. – 2015. – Т. 14. – № 1. – С. 224–273.

6. *Семенова В.В.* Стратегии комбинации качественного и количественного подходов при изучении поколений / В.В. Семенова // *Интер: интеракция, интервью, интерпретация.* – 2014. – № 8. – С. 5–15.

7. *Сергеева О.В.* Исследовательское поле визуальной социологии / О.В. Сергеева // *Журнал социологии и социальной антропологии.* – 2008. – Том XI. – № 1. – С. 136-146.

8. *Штомпка П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / П. Штомпка. – М.: Логос, 2007. – 168 с.

Глоссарий:

Автоэтнография – это метод качественного исследования, в ходе которого социальная жизнь и культурные условия исследуются через призму личного опыта исследователя. Исследователь погружается здесь в собственный мир естественных установок, субъект и объект исследования физически сосуществуют в одном лице.

Визуальная социология (англ. visual sociology) — направление социологии, изучающее социальные и культурные явления сквозь призму зрительных образов и репрезентаций (фотографий, фильмов, рекламы и т.д.).

Включенное наблюдение — качественный метод исследования, который позволяет проводить полевое изучение индивидов в их естественной среде и в повседневных жизненных обстоятельствах, то есть наблюдение за объектом «изнутри».

Кейс-стади – глубинное, детальное исследование одного объекта, имеющего четкие временные и пространственные границы. Цель – изучить его уникальную структуру, скрытые пружины его функционирования, совокупность его взаимосвязей как системы или динамику его развития.

Результаты обычно имеют прикладной характер как рекомендации относительно данного феномена, а также других объектов, относящихся к этому же классу и находящимся в сходных условиях.

Этнографическое исследование – изучение узкой культурной или социальной группы (или отдельных индивидов в рамках этих групп), основанное, как правило, в основном на наблюдении и длительном глубоком вхождении исследователя в данную группу. Исследователь слушает и записывает голоса информантов, изучает, прежде всего, способы и формы коммуникативного общения. Результатом является обобщенный культурный портрет определенной общности как новое знание о ней.

Тема 7. Качественные интервью

1. Качественное интервью как метод исследования.
2. Основные типы качественного интервью по степени структурированности и фокусу исследовательского интереса.
3. Путеводитель (гайд) интервью, типы вопросов.
4. Построение выборки в качественном интервью.
5. Коммуникация в процессе качественного интервью.
6. Основные подходы к анализу интервью.

Рекомендуемая литература:

Основная

1. *Климантова Г.И.* Методология и методы социологического исследования: учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. 2-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 256 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091826> (дата обращения: 23.11.2022).

2. *Готлиб А.С.* Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 2: практикум / А.С. Готлиб. – М.: Флинта, 2019. – 363 с. Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047524> (дата обращения: 06.11.2022).
3. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: Учеб. для студентов вузов / В.А.Ядов, В.В.Семенова. – М.: Добросвет, 2003. – 595 с.
4. *Добреньков В.И.* Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добреньков, А.И.Кравченко. – М.: ИНФРА-М., 2021. – 768 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167877>

Дополнительная

1. *Белановский С.А.* Глубокое интервью и фокус-группы (3-е издание). – М.: Изд. дом Г.Беляев, 2018. – 457 с. – Ч.2.
2. *Ваньке А.В.* Как собрать данные в полевом качественном исследовании / А.В. Ваньке, Е.В. Полухина, А. Стрельникова. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2020. – 290 с. – Гл. 7. Визуальные и проективные данные: больше, чем картинки.
3. *Ильин В.И.* Драматургия качественного полевого исследования. – СПб.: Интерсоцис, 2006. – 256 с.
4. *Семенова В.В.* Стратегии комбинации качественного и количественного подходов при изучении поколений / В.В. Семенова // Интер: интеракция, интервью, интерпретация. – 2014. – № 8. – С. 5–15.
5. *Веселкова Н.В.* Об основных векторах развития метода интервью / Н.В. Веселкова, М.Н. Вандышев, Е.В. Прямикова // СоцИс. – 2017. – № 6. – С. 44–56.
6. *Дмитриева О.А.* Скайп-интервью в качественных исследованиях. Обзор / О.А. Дмитриева // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2018. – № 1. – С. 107–116.
7. *Штейнберг И. Е.* Логические схемы обоснования выборки для качественных интервью: «восьмиоконная» модель / И. Е. Штейнберг // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология:4М). – 2014. – № 38. – С. 38-71.

8. *Рождественская Е.Ю.* Биографический метод в социологии. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – 381 с.

Глоссарий:

Диалоговое интервью – форма глубинного интервью, протекающего в форме свободного диалога исследователя и исследуемого, в котором оба занимают одинаково активную позицию и равноправно обмениваются мнениями относительно обсуждаемых проблем.

Кодирование – процесс соотнесения текстовых данных с более общим понятием путем присваивания им обобщенного короткого названия (кода).

Контекст – набор характеристик, которые уточняют условия существования данного феномена, подлежащего изучению, т.е. локализуют события или процессы в пространстве и времени. Контекст представляет собой набор особых условий, в рамках которых происходят описываемые события или действия. Исторический контекст – контекст жизненного опыта индивидов в историческом пространстве и времени от конкретно-социального до общеисторического.

Нарративное интервью – свободное интервью, рассказ о жизни без вмешательства со стороны интервьюера, задающего лишь общее направление ожидаемого рассказа. Предполагается, что в ходе свободного изложения в памяти рассказчика ассоциативно всплывают в первую очередь те эпизоды и моменты, которые имеют для него наибольшую субъективную ценность, что позволяет выявить смыслообразующие моменты конструирования его биографического повествования.

Полуструктурированное интервью – интервью, которое состоит из тематических блоков и содержит перечень обязательных аспектов, относительно которых должна быть получена информация.

Секвенции (англ.) – в контексте качественных методов понимается как содержательно-законченные эпизоды, следующие в определенной последовательности друг за другом. Они являются элементарной единицей анализа биографического текста и содержат внутренне законченный сюжет. В зависимости от целей исследования могут быть выстроены по темам, по хронологической или причинно-следственной связи и т.д.

Теоретическая выборка – выборка, которая базируется на теоретическом представлении об изучаемом феномене и его вариативности. Каждый индивид в такой выборке отбирается исходя из общего теоретического видения феномена и представляет собой определенный аспект такого рассмотрения.

Транскрипт – письменная форма дословной передачи речевой информации, полученной в ходе полевого исследования. Это первичный текстовый документ, который подлежит анализу. Он содержит дословные высказывания индивида, а также регистрацию интонационных особенностей и эмоциональных реакций на интервью.

Тема 8. Анализ данных в исследованиях качественной стратегии

1. Качественные данные и дилеммы аналитика: поиск баланса между интуицией и формализацией.
2. Подготовка массивов текста для анализа: требования к данным.
3. Основные стратегии анализа данных.
4. Кодирование как способ организации и концептуализации данных.

5. Стратегия построения обоснованной теории и процедуры кодирования по версии А. Стросса и Дж. Корбин.
6. Жанры презентации результатов качественного исследования.

Рекомендуемая литература:

Основная

1. *Климантова Г.И.* Методология и методы социологического исследования: учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. 2-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 256 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091826> (дата обращения: 23.11.2022).
2. *Готлиб А.С.* Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 2: практикум / А.С. Готлиб. – М.: Флинта, 2019. – 363 с. Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047524> (дата обращения: 06.11.2022).
3. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: Учеб. для студентов вузов / В.А.Ядов, В.В.Семенова. – М.: Добросвет, 2003. – 595 с.
4. *Добреньков В.И.* Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добреньков, А.И.Кравченко. – М.: ИНФРА-М., 2021. – 768 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167877>

Дополнительная

1. *Белановский С.А.* Глубокое интервью и фокус-группы (3-е издание). – М.: Изд. дом Г.Беляев, 2018. – 457 с. – Ч.2.
2. *Ваньке А.В.* Как собрать данные в полевом качественном исследовании / А.В. Ваньке, Е.В. Полухина, А. Стрельникова. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2020. – 290 с. – Гл. 7. Визуальные и проективные данные: больше, чем картинки.
3. *Ильин В.И.* Драматургия качественного полевого исследования. – СПб.: Интерсоцис, 2006. – 256 с.

4. *Климова С.* Принципы и опыт использования формализованного качественного анализа социологических данных / С. Климова, М. Михеенкова, В. Финн // Социологические методы в современной исследовательской практике: сб. ст. памяти А. Крыштановского / отв. ред. и вступ. ст. О.А. Оберемко; НИУ ВШЭ, РОС, ИС РАН. – М.: НИУВШЭ, 2011. – С. 161–173.
5. Практики анализа качественных данных в социальных науках: учеб. пособие / отв. ред. Е. В. Полухина. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. – 383 с.
6. *Страусс А.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / А. Страусс, Дж. Корбин / пер. с англ. Т.С. Васильевой. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 256 с.
7. *Тичер С.* Методы анализа текста и дискурса / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Веттер / пер. с англ. А.А. Киселевой. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2009. – 356 с.
8. *Троцук И.В.* Теория и практика нарративного анализа в социологии / И.В.Троцук. – М.: Уникум-центр, 2006. – 207 с.

Глоссарий:

Качественные данные — это набор слабоструктурированных текстов в форме транскриптов, фотографий, дневников, заметок, сообщений из социальных сетей и прочее.

Кодирование – процесс соотнесения текстовых данных с более общим понятием путем присваивания им обобщенного короткого названия (кода).

Итеративность — процесс регулярного обращения к собранным данным с целью анализа.

Нарративный анализ - подход, который сконцентрирован на выявлении и анализе рассказанных в интервью историй и других данных, дает понимание вопросов о том, что произошло и какие смыслы индивиды приписывают происходящему.

Мемос (памятки, заметки) – письменные комментарии как эмоционального, так и аналитического характера, имеющие отношение к будущему анализу неформализованных данных. Они могут быть в виде предварительных гипотез, идей о возможном кодировании или отдельных аспектах дальнейшего анализа объекта. Такие заметки являются вспомогательным инструментом на этапе аналитического описания, а также при формулировке теории.

Плотное описание – термин, предложенный Н. Денцином, для аналитического описания объекта исследования (человека, группы, события), в котором, кроме описания самого факта, фиксируются условия его протекания и субъективные последствия для участников. Способ детального и всестороннего описания ситуации в терминах ее участников.

Тематический анализ - базовый метод анализа качественных данных, предполагает кодирование и выделение тем в данных. Темы могут быть определены заранее и модифицироваться в процессе анализа.

Триангуляция – способ проверки и повышения надежности интерпретации в качественном исследовании. Предполагает перекрестную интерпретацию одного и того же случая или фрагмента несколькими дополняющими друг друга источниками.

Grounded theory, или восхождение к теории, – тактика качественного исследования, предложенная Б. Глейзером и А. Страусом, где воссоздается абстрактная аналитическая схема наблюдаемого в реальности феномена. На

этой основе строится мини-теория, которая объясняет действия, взаимодействия или процессы. Эта тактика отличается своей спецификой, прежде всего, на этапе анализа: предлагает свои принципы кодирования текста (открытое, осевое и выборочное кодирование).

NVivo – программа, которая позволяет кодировать разнообразные данные, строить диаграммы, использовать различные техники визуализации. Есть возможность транскрибировать аудиофайлы.

5. ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Проведение онлайн-фокус-группы и подготовка презентации о результатах.

Используя один из сервисов для видеосвязи (Яндекс.Телемост, Google Meet, Skype, Zoom и т.д.) проведите одну онлайн-фокус-группу численностью не менее 6 человек (без учета модератора) и представьте результаты в виде презентации, разработанной в MS Power Point или Canva, сопроводив ее кратким письменным комментарием.

Выполнение задания включает в себя следующие этапы:

1. Разработка гайда группового интервью. Гайд должен включать в себя не менее 5 примерных вопросов для обсуждения, раскрывающих тему.

2. Подготовка и проведение фокус-группы. Число участников фокус-группы должно составлять не менее 6 человек, примерная продолжительность – 40-50 минут. Фокус-группа записывается, а затем транскрибируется автором исследования. По завершении интервью следует индивидуально связаться с каждым из участников и задать несколько вопросов об их впечатлениях об участии в онлайн-фокус-группе, уточнить, были ли у них какие-либо затруднения при подготовке к участию или в рамках самого интервью.

3. Составление транскрипта фокус-группового интервью.

4. Разработка презентации. Используя предпочитаемый ресурс для подготовки презентаций, например, MS PowerPoint или Canva, подготовьте презентацию, отражающую ход и основные результаты группового интервью. Включите в презентацию: а) тему исследования, указание автора на титульном слайде и б) краткое описание проблемы, которой оно посвящено, а также в) добавьте 1-2 скриншота фокус-группы (можно использовать приемы анонимизации информантов) и г) отдельные отрывки из транскрибированного интервью. Коротко обобщите результаты исследования на финальных слайдах.

5. Подготовьте краткий письменный комментарий о собственном опыте проведения онлайн-фокус-группы. Оцените, насколько вам понравился этот исследовательский метод. Что вам понравилось, а что вызвало затруднения? С какими проблемами вы столкнулись при подготовке к фокус-группе? Для каких исследований, на ваш взгляд подходит этот метод? Для каких не подходит?

6. Представьте презентацию и письменный комментарий преподавателю.

Примерные темы интервью:

- Досуговые практики студенческой молодежи (спорт, театр, кино, посещение торговых центров, прогулки и т.д.);
- Ожидания и реальность обучения в высшем учебном заведении;
- Повседневная жизнь горожан: практики и проблемы;
- Особенности повседневного потребления студентов вузов;
- Финансовая культура и финансовая грамотность студентов вузов.

6. ВОПРОСЫ ЗАЧЕТА И ЭКЗАМЕНА

Вопросы зачета (1 семестр):

1. Современные методы социологических исследований: общая характеристика
2. Современные методы социологических исследований: классификация, источники развития.
3. Общая характеристика развития метода опроса в социологии.
4. Телефонные опросы со случайным набором номеров как вид выборочного исследования.
5. CAPI – «планшетный face-to-face опрос»: достоинства и проблемные стороны.
6. Онлайн-опрос (CAWI): методика, преимущества и ограничения.
7. Большие данные в социологическом исследовании: характеристики, возможности и риски применения.
8. Социальные медиа в изучении общественного мнения и социального поведения.
9. Социологический анализ дискурса (дискурс-анализ).
10. Семиология как наука о знаках и знаковых системах: основные идеи и концепции.

Вопросы экзамена (3 семестр):

1. Исследовательские стратегии в социологии.
2. Социальные технологии: понятие и виды.
3. Принципы научного исследования. Исследовательская этика.
4. Генезис качественной и количественной методологий в социологии.

5. Сравнительная характеристика качественного и количественного методологических подходов в социологии.
6. Синтез качественного и количественного методологических подходов в зарубежной и отечественной социологии.
7. Типологизация исследовательских стратегий в рамках качественного исследования.
8. Проектирование исследования в стиле case study.
9. Этнографическое исследование: характеристика метода и границы применения.
10. Включенное (участвующее) наблюдение. Репертуар ролей исследователя по степени включенности в ситуацию.
11. Проблемы доступа к полю: "открытые" и "закрытые" контексты наблюдения.
12. Коммуникации с участниками изучаемой ситуации, ключевые информанты.
13. Исследовательское поле визуальной социологии.
14. Автоэтнография.
15. Метод фокус-групп. Приемы организации внутригруппового взаимодействия. Онлайн фокус-группы.
16. Качественное интервью как метод исследования. Основные типы качественного интервью по степени структурированности и фокусу исследовательского интереса.
17. Планирование выборки в качественном исследовании.
18. Доступ в исследуемое сообщество: проблемы и возможные стратегии доступа. Коммуникация в процессе качественного интервью.

19. Путеводитель (guide) интервью, типы вопросов. 20. Виды полевых документов. Требования к ведению записей. Хранение полевой информации.
21. Правила транскрибирования и цитирования интервью. Основные подходы к анализу интервью.
22. Проблемы надежности в качественном исследовании. Традиционные и альтернативные критерии оценки валидности. Процедуры триангуляции.
23. Этические дилеммы полевого исследования. Принципы процедурной этики.
24. Анализ качественных данных. Основные стратегии анализа данных.
25. Стратегия построения обоснованной теории и процедуры кодирования по версии А. Стросса и Дж. Корбин.
26. Качественный контент-анализ. Тематический анализ.

7. ТЕСТЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ

1. Ведущими тенденциями развития современных социологических методов являются:

Выберите один неверный ответ:

- а. цифровизация
- б. унификация
- в. автоматизация

2. Технология PAPI в современной социологии – это: Выберите один ответ:

- а. Массовый опрос с применением традиционного «бумажного» инструментария
- б. Массовый опрос с применением планшета, компьютерного ввода и контроля данных
- в. Массовый интернет-опрос

3. Технология SATI в современной социологии – это: Выберите один ответ:

- а. Массовый опрос с применением традиционного «бумажного» инструментария
- б. Массовый интернет-опрос
- в. Массовый телефонный опрос сотрудниками кол-центров

4. Технология CAPi в современной социологии – это: Выберите один ответ:

- а. Массовый опрос с применением традиционного «бумажного» инструментария
- б. Массовый интернет-опрос
- в. Массовый опрос с применением планшета и компьютерным вводом и контролем данных

5. Новыми источниками социальной информации для социолога в XXI

веке стали: Выберите один неверный ответ:

- а. Блоги и социальные сети
- б. Большие данные
- в. Личные документы

6. Телефонный опрос не применялся в СССР при проведении массовых опросов, потому что: Выберите один ответ:

- а. не позволял получить репрезентативные для всего населения данные
- б. был дорогостоящим и трудозатратным
- в. отсутствовала методика и техника телефонного опроса

7. Пионером изучения общественного мнения в США на коммерческой основе был: Выберите один ответ:

- а. Дж.Гэллап
- б. Т.Парсонс
- в. Р.Мертон

8. Технология CAWI в современной социологии – это: Выберите один ответ:

- а. Массовый опрос с применением традиционного «бумажного» инструментария
- б. Массовый онлайн-опрос
- в. Массовый телефонный опрос сотрудниками кол-центров

9. Телефонный опрос как вид выборочного исследования опирается на

_____ Выберите один ответ:

- а. Случайную выборку
- б. Гнездовую выборку
- в. Сплошной отбор

10. Неверное понимание вопроса респондентом приводит к ошибке:

Выберите один ответ:

- а. Ошибке измерения
- б. Ошибке выборки
- в. Ошибке покрытия

11. «Эффект интервьюера», означающий, что интервьюер не совсем верно интерпретирует вариант ответа, приводит к ошибке: Выберите один ответ:

- а. Ошибке измерения
- б. Ошибке выборки
- в. Ошибке покрытия

12. Недостижимость респондентов в массовом опросе приводит к ошибке:

Выберите один ответ:

- а. Ошибке измерения
- б. Ошибке регистрации
- в. Ошибке покрытия

13. Если уровень телефонизации населения России составляет 95%, то ошибка покрытия телефонного опроса равна (известно, что охваченная и неохваченная части совокупности отличаются): Выберите один ответ:

- а. 5%
- б. 95%
- в. 20%

14. Выборка телефонного опроса в современной России (например, ФОМ, ВЦИОМ): Выберите один ответ:

- а. Опирается только на номера стационарных телефонов
- б. Опирается на номера стационарных и мобильных телефонов
- в. Опирается только на номера мобильных телефонов

15. Ошибки неответов обусловлены величиной достижимости респондентов и отличиями между опрошенной и недостигнутой частями совокупности – это положение: Выберите один ответ:

- а. Верно
- б. Неверно

16. К информационным безбумажным технологиям опроса не относится: Выберите один ответ:

- а. PAPI
- б. CATI
- в. CAWI

17. К преимуществам массового компьютеризированного опроса с помощью планшета не относится: Выберите один ответ:

- а. доверие респондента и защищенность его личных данных
- б. наличие серьезных барьеров для фальсификации и фабрикация данных

в. оперативность получения результатов

18. Simple Forms в индустрии массовых опросов – это: Выберите один ответ:

а. программное обеспечения для анкетирования по технологии САРІ и через интернет по технологии САWІ

б. статистический пакет по социальным наукам для обработки данных массового опроса

в. программа обработки качественных социологических данных

19. Интернет-фокус-группы могут проводиться только в двух вариантах: текстовом и аудио (с использованием возможностей передачи голоса). Это положение: Выберите один ответ:

а. Верно

б. Неверно

20. Достоинством онлайн фокус-группы является:

Выберите один ответ:

а. Достижимость труднодоступных групп населения

б. Высокий уровень доверия

в. Репрезентативность полученной информации

21. Преимуществом онлайн-опроса по сравнению с традиционным опросом является: Выберите один ответ:

а. Гарантии репрезентативности полученных данных

б. Высокая скорость получения данных и относительно малая стоимость

в. Правдивость и полная открытость респондентов

22. «Для социологического интернет-опроса необходимо специальное программное обеспечение и оборудование для использования панелей, что влечет значительные финансовые, интеллектуальные и трудовые затраты».

Это положение: Выберите один ответ:

- а. Верно
- б. Неверно

23. «Большие данные» как источник социальной информации характеризуются: Выберите один неверный ответ:

- а. Большой объем данных
- б. Высокая скорость добавления (до нескольких тысяч эпизодов в секунду)
- в. Подконтрольность данных гражданам
- г. Многообразие форматов

24. «Большим данным можно полностью доверять, так как это всегда качественные и проверенные сведения» - этот тезис: Выберите один ответ:

- а. Верный
- б. Неверный

25. К методам автоматизированного анализа больших массивов интернет-текстов относится: Выберите один ответ:

- а. семиология
- б. сентимент-анализ
- в. традиционный анализ документов

26. Какой метод не является качественным? Выберите один ответ:

- а. глубинное интервью
- б. фокус-группа
- в. телефонное интервью

27. Анализ каждодневной коллективной практики определенной общности с точки зрения ее *культуры* (нормы, традиции, ценности, язык, мифы), отличающейся по стилю и образцам поведения от основной массы населения: Выберите один ответ:

- а. кейс-стади
- б. устная история
- в. этнографическое исследование

28. Тактика исследования, использующая биографические данные как основной источник информации: Выберите один ответ:

- а. история жизни
- б. устная история
- в. обоснованная теория

29. В каком случае используют качественные методы исследований? Выберите один ответ:

- а. для сбора информации о наклонностях, мотивациях, ценностях, настроениях потребителей
- б. помогают ответить на вопрос «сколько»

в. на их основе можно рассчитывать необходимые объемы производства, рентабельность, параметры продукта и многое другое

30. Когда неэффективно применять качественные методы? Выберите один ответ:

- а. когда необходимо оценить степень удовлетворенности существующими продуктами
- б. оценить концепцию бренда
- в. для определения частоты и объема потребления товара

31. Вид интервью, в ходе которого предполагается получить информацию по последовательным жизненным циклам индивида: «Детство», «Юность», «Учеба», «Семья» и т.д., называется: Выберите один ответ:

- а. лейтмотивным
- б. биографическим
- в. нарративным

32. Впервые фокус-группа была применена: Выберите один ответ:

- а. Р. Мертоном
- б. Г. Гарфинкелем
- в. М.Мидом

33. Инструментарий наблюдения, в котором определяются единицы наблюдений и подходы к их фиксации называется: Выберите один ответ:

- а. транскрибированным текстом
- б. гайдом

в. бланком

34. Интервью на основе путеводителя - общего плана разговора с перечислением тематических блоков – называется: Выберите один ответ:

а. биографическим

б. полуструктурированным

в. нарративным

35. Свободное повествование о жизни рассказчика без вмешательства интервьюера называется _____ интервью: Выберите один ответ:

а. лейтмотивным

б. нарративным

в. биографическим

36. Секвенция последствий предполагает размещение единиц анализа текста в порядке: Выберите один ответ:

а. событий, при котором одно событие влечет другое

б. при котором все эпизоды связаны с общей темой

в. событий, движущихся линейно во времени

37. Социологический подход, предполагающий вчувствование, переживание, понимание проблем другого человека, ограничение формальных дефиниций, называется: Выберите один ответ:

а. понимающим

б. позитивистским

в. структурно-функционалистским

38. Тактику восхождения к теории подробно разрабатывали: Выберите один ответ:

- а. Б.Глейзер и А.Страус
- б. М.Вебер и Г.Зиммель
- в. У.Томас и Ф.Знанецкий

39. Текст с отмеченными нюансами речи и широкими полями для последующей работы на них, называется: Выберите один ответ:

- а. транскрибированным
- б. отредактированным
- в. плотным

40. Конверсационный анализ как метод для изучения разговорного общения в разных средах разработал: Выберите один ответ:

- а. Г.Гарфинкель
- б. П.Бурдье
- в. М.Мид

41. Метод психодрамы относится к _____ методам: Выберите один ответ:

- а. конструктивным
- б. игровым
- в. социографическим

42. Метод, когда исследователь прерывает привычные нормы взаимодействия, провоцирует своим поведением или словами нарушение привычного социального порядка, называется: Выберите один ответ:

- а. методом неоконченных предложений
- б. провокационной стратегией
- в. методом коллизий

43. Методы исследования личности, основанные на создании экспериментальной ситуации и перенесении субъектом собственных свойств, состояний, позиций на внешние объекты называются: Выберите один ответ:

- а. количественными
- б. формализованными
- в. проективными

44. Объединение единиц анализа текста в более общую категорию или класс с кратким, емким названием носит название ___ кодирования: Выберите один ответ:

- а. открытого
- б. осевого
- в. первичного

45. Перекрестная интерпретация некоторого фрагмента, случая тремя исследователями, работающими в команде, называется: Выберите один ответ:

- а. интерпретацией
- б. редактированием
- в. триангуляцией

46. Письменная форма дословной передачи речевой информации, полученной в ходе полевого исследования, первичный текстовый документ, подлежащий анализу, называется: Выберите один ответ:

- а. мемосом
- б. транскриптом
- в. секвенцией

47. Письменные комментарии эмоционального и теоретического характера в качественном исследовании, представленные в виде предварительных гипотез, идей о возможных подходах к дальнейшему анализу данных, называется: Выберите один ответ:

- а. мемосом
- б. транскриптом
- в. секвенцией

48. Обязательным условием эксперимента является: Выберите один ответ:

- а. грамотная формулировка условий
- б. правильный подбор экспериментальной и контрольной групп
- в. сохранение в тайне от участников подлинных целей и задач исследования

49. Включенным называется такой вид наблюдения, при котором: Выберите один ответ:

- а. условия, в которых протекает наблюдаемый процесс, задаются исследователем

- б. наблюдатель находится в непосредственном контакте с наблюдаемыми объектами и принимает участие в их деятельности
- в. исследователь разъясняет участникам процесса цели и задачи исследования, тем самым «включая» их в качестве участников
- г. исследователь определяет заранее, какие именно элементы изучаемого процесса, явления должны быть включены в наблюдение

50. Исследование У. Томаса и Ф. Знанецкого о польском крестьянине в Америке является классическим примером исследовательской стратегии: Выберите один ответ:

- а. устной истории
- б. восхождение к теории
- в. истории жизни

8. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. *Добреньков В.И.* Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добреньков, А.И.Кравченко. – М.: ИНФРА-М., 2021. – 768 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167877>
2. *Климантова Г.И.* Методология и методы социологического исследования: учебник для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. 2-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К°', 2019. – 256 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091826>
3. *Тавокин Е.П.* Основы методики социологического исследования: учебное пособие / Е.П. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 239 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/993600>
4. *Зотов В.В.* Социологические исследования в экономике и управлении: учебник для бакалавров / В.В. Зотов, М.П. Куркина. – М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2020. – 222 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081787>

Дополнительная литература:

1. *Дудина В.И.* Методология и методы социологического исследования: Учебник / В.И. Дудина, Е.Э. Смирнова. – СПб: СПбГУ, 2014. – 388 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/940854>
2. *Могильчак Е.Л.* Выборочный метод в эмпирическом социологическом исследовании: Учебное пособие / Е.Л. Могильчак – 2-е изд., стер. – М.: Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 119 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/948625>

3. *Новикова С.С.* Методы исследований в социальной работе: учеб. пособие / С.С. Новикова, А.В. Соловьев. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 381 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/937960>
4. *Онокой Л.С.* Информационные технологии в профессиональной деятельности социологов: учебник / Л.С. Онокой, В.М. Титов. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 344 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864966>
5. *Готлиб А.С.* Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты [Электронный ресурс]: монография / А.С. Готлиб. 3-е изд., стер. – М.: Флинта, 2019. – 353 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047519>
6. Сравнительная социология: Учебник / Под ред. А.В. Резаев – СПб: СПбГУ, 2015. – 396 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/941900>
7. *Фарахутдинов Ш.Ф.* Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях: учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 231 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1016648>