

А. Браймен, Э. Белл. **Методы социальных исследований. Группы, организации и бизнес**/Пер. с англ. — Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2012.  
-776

**А. Браймен Э. Белл. Методы социальных исследований. Группы, организации и бизнес / Пер. с англ. – Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2012 .- 776 с.**

## **СОДЕРЖАНИЕ**

*Предисловие*  
*Благодарности*  
*Путеводитель по книге*

### **ЧАСТЬ 1**

#### **1. Стратегии социальных исследований**

*Путеводитель по главе*  
*Введение*  
*Природа социальных исследований*  
*Теория и исследование*  
*Какую теорию мы выбираем?*  
*Дедуктивная и индуктивная теория*  
*Эпистемологические вопросы*  
*Естественнонаучная эпистемология: позитивизм*  
*Интерпретативизм*  
*Онтологические вопросы*  
*Объективизм*  
*Конструктивизм*  
*Взаимовлияние эпистемологии и онтологии на исследования менеджмента и организаций*  
*Конкурирующие парадигмы*  
*Стратегия исследований: количественная и качественная*

факторы, влияющие на проведение исследования  
организаций *Ценности*  
*Практические соображения*

## **2. Дизайн исследований**

Путеводитель по главе  
Введение  
Критерии в исследовании менеджмента и организаций  
*Надежность Воспроизводимость Валидность*  
*Взаимосвязь со стратегией*  
исследования Исследовательские вопросы  
Дизайн исследований  
*Эксперимент*  
*Кросс-секционный дизайн*  
*Лонгитюдный дизайн*  
*Кейс-стади дизайн*  
*Сравнительный (сопоставительный) дизайн*  
Уровень анализа Стратегия и дизайн исследования

## **ЧАСТЬ 2**

## **3. Природа количественного исследования**

Путеводитель по главе  
Введение  
Основные этапы количественного исследования  
Концепты и методы измерения  
*Что такое концепт?*  
*Зачем нужна процедура измерения?*  
*Индикаторы*  
*Использование метрики с множественными*  
*индикаторами*  
*Параметры концептов*  
Надежность и валидность  
*Надежность*

## *Валидность*

*Несколько слов о надежности и валидности*

*Главные проблемы при проведении  
количественных исследований*

*Метод измерения концепта*

*Каузальность (причинная связь)*

*Обобщение (генерализация)*

*Воспроизведение (репликация) Критика  
количественного исследования*

*Критика количественного исследования*

*Это всегда происходит именно так?*

## **4. Формирование выборки**

*Путеводитель по главе*

*Введение*

*Ошибка выборки*

*Типы вероятностной выборки*

*Простая случайная выборка*

*Систематическая выборка*

*Многоуровневая кластерная выборка*

*Качества вероятностной*

*выборки Размер выборки*

*Абсолютный и относительный размер  
выборки*

*Время и стоимость*

*Отсутствие ответа*

*Гетерогенность (неоднородность) популяции*

*Виды анализа Типы невероятностных выборок*

*Удобная выборка*

*Выборка методом «снежного кома»*

*Квотированная выборка*

*Ограничения для обобщения Ошибка в  
опросных исследованиях*

## **5. Структурированное интервью**

*Путеводитель по главе*

*Введение*

Факторы, влияющие на проведение исследования  
организаций *Ценности*  
*Практические соображения*

## **2. Дизайн исследований**

Путеводитель по главе  
Введение  
Критерии в исследовании менеджмента и организаций  
*Надежность Воспроизводимость Валидность*  
*Взаимосвязь со стратегией*  
исследования Исследовательские вопросы  
Дизайн исследований  
*Эксперимент*  
*Кросс-секционный дизайн*  
*Лонгитюдный дизайн*  
*Кейс-стади дизайн*  
*Сравнительный (сопоставительный) дизайн*  
Уровень анализа Стратегия и дизайн исследования

## **ЧАСТЬ 3**

### **3. Природа количественного исследования**

Путеводитель по главе  
Введение  
Основные этапы количественного исследования  
Концепты и методы измерения  
*Что такое концепт?*  
*Зачем нужна процедура измерения?*  
*Индикаторы*  
*Использование метрики с множественными индикато*  
*рами Параметры концептов Надежность и*  
*валидность Надежность*

## *Валидность*

*Несколько слов о надежности и валидности*

Главные проблемы при проведении  
количественных исследований

*Метод измерения концепта*

*Каузальность (причинная связь)*

*Обобщение (генерализация)*

*Воспроизведение (репликация) Критика  
количественного исследования*

*Критика количественного исследования*

*Это всегда происходит именно так?*

## **4. Формирование выборки**

Путеводитель по главе

Введение

Ошибка выборки

Типы вероятностной выборки

*Простая случайная выборка*

*Систематическая выборка*

*Многоуровневая кластерная выборка*

*Качества вероятностной выборки*

Размер выборки

*Абсолютный и относительный размер  
выборки*

*Время и стоимость*

*Отсутствие ответа*

*Гетерогенность (неоднородность) популяции*

*Виды анализа Типы невероятностных выборок*

*Удобная выборка*

*Выборка методом «снежного кома»*

*Квотированная выборка*

Ограничения для обобщения Ошибка в  
опросных исследованиях

## **5. Структурированное интервью**

Путеводитель по главе

Введение

Структурированное интервью

*Сокращение ошибки (которая может иметь место) из-за variability интервьюера*

*Точность и легкость обработки данных*

*Взаимосвязь структурированного интервью с другими типами интервью*

*Контексты интервью*

*Более одного респондента*

*Более одного интервьюера*

*Лично или по телефону?*

Компьютеризованное интервью

Проведение интервью

*Разберись в процедуре*

*Начало исследования*

*Взаимопонимание*

*Постановка вопросов*

*Фиксация ответов*

*Четкие инструкции*

*Последовательность вопросов*

*Пробирование*

*Подсказки*

Завершение интервью

*Тренинг и супервизия*

Другие подходы к проведению структурированного интервью

*Метод критических случаев*

*Проективные методики*

*Подход вербального протокола*

*Техника репертуарных решеток*

Проблемы при проведении структурированного интервью

*Характеристики интервьюеров*

*Установка на ответ Проблема*

*значения Феминистическая*

*критика*

## **6. Самозаполняемые анкеты**

Путеводитель по  
главе

Введение

Самозаполняемые или почтовые анкеты?

Оценка самозаполняемой анкеты по отношению к  
структурированному интервью

*Преимущества самозаполняемой анкеты, по  
сравнению со структурированным интервью*

*Недостатки самозаполняемых анкет, по сравнению  
со структурированным интервью*

*Меры повышения уровня ответов на почтовые  
анкеты* Дизайн самозаполняемых анкет

*Не ограничивайте презентацию*

*Ясная презентация*

*Вертикальные или горизонтальные закрытые ответы*

*Четкие инструкции о том, как отвечать*

*Располагайте вопросы и ответы рядом*

Дневники как форма самозаполняемой анкеты

*Преимущества и недостатки дневников как  
методу сбора данных*

## **7. Постановка вопросов**

Путеводитель по  
главе

Введение

Открытые или закрытые вопросы?

*Открытые вопросы*

*Закрытые вопросы*

Типология вопросов

Правила разработки вопросов

*Общие практические правила*

*Специфические правила разработки вопросов*

Виньеточные вопросы

Пилотные и пре-тестирующие вопросы

Использование уже существующих, известных  
вопросов

## 8. Структурированное наблюдение

Путеводитель по главе

Введение

Проблемы, связанные с социальным исследованием поведения

Итак, почему бы не вести наблюдение за поведением?

План наблюдения

Стратегии наблюдения за поведением

Формирование выборки

*Критерии отбора людей для формирования выборки*  
*Формирование выборки в терминах времени*  
*Идеи, связанные с формированием выборки*

Основы надежности и валидности

*Надежность* *Валидность*

Другие формы структурированного наблюдения

*«Стимуляция в поле»*

*Организационная симуляция* Критика

структурированного наблюдения

*С другой стороны...*

## 9. Контент-анализ

Путеводитель по главе

Введение

Что такое исследовательские вопросы?

Формирование выборки

*Критерии выбора средств массовой информации для формирования выборки*

*Выбор временного промежутка для контент-анализа*

Что нужно учитывать?

*Значимые акторы*

*Слова*

*Предметы и темы анализа*

*Диспозиция*

Кодирование

*Схема кодирования*

*Руководство по кодированию*

*Потенциальные недоработки при составлении  
схем кодирования*

Преимущества контент-анализа

Недостатки контент-анализа

## **10. Вторичный анализ и официальная статистика**

Путеводитель по главе

Введение

Данные, собранные другими исследователями

*Преимущества вторичного анализа*

*Ограничения вторичного анализа*

*Доступ к Архиву данных*

*Британии* Официальная статистика

*Надежность и валидность*

*Осуждение и возрождение официальной статистики*

*Официальная статистика как форма  
ненавязчивого метода*

## **11. Количественный анализ данных**

Путеводитель по главе

Введение

Малый исследовательский проект

*Данные, которых нет в наличии*

Типология переменных

Одномерный анализ

*Таблицы распределения частот*

*Диаграммы*

*Меры центральной тенденции*

*Меры изменчивости (дисперсии)*

Двумерный анализ

*Взаимосвязь не является причинной*

*Таблицы сопряженности*

*R Пирсона*

*R Спирмена*

*( $\rho$  и  $V$  Крамера*

*Сравнение средних значений и коэффициента эта*

Многомерный анализ

*Может ли взаимосвязь быть ложной?  
Может ли быть вмешивающаяся переменная?  
Может ли третья переменная ослабить взаимосвязь?  
Статистическая значимость  
Критерий хи-квадрат ( $\chi^2$ )  
Корреляция и статистическая значимость  
Сравнение средних значений и статистическая  
значимость*

## **12. Применение SPSS для Windows**

*Путеводитель по главе*

*Введение*

*Знакомство с работой SPSS*

*Запуск SPSS*

*Ввод данных в Просмотрщик данных (Data Viewer)*

*Определение переменных: названия переменных,  
отсутствующие значения, ярлыки переменной и  
ярлыки значения*

*Перекодировка переменных*

*Вычисление новой переменной*

*Анализ данных с помощью SPSS*

*Генерирование таблицы распределения частот*

*Генерирование столбиковой диаграммы*

*Генерирование круговой диаграммы*

*Генерирование гистограммы*

*Генерирование арифметического среднего,  
медианы, стандартного отклонения и диапазона*

*Генерирование таблицы сопряженности, хи-  
квадрат и V Крамера*

*Генерирование  $\phi$  Пирсона и  $\rho$  Спирмена*

*Генерирование диаграммы рассеяния*

*Сравнение средних и эта*

*Генерирование таблицы сопряженности с тремя  
переменными*

*Дальнейшие операции в SPSS*

*Сохранение данных*

*Повторное открытие файла данных*

*Распечатка результатов*

## ЧАСТЬ 3

### 13. Характеристика качественного исследования

Путеводитель по главе

Введение

Основные этапы качественного исследования

Теория и исследование

Концепты в качественном исследовании

Надежность и валидность в качественном  
исследовании

*Адаптация критериев надежности и валидности  
для качественного исследования*

*Альтернативные критерии для  
оценки качественного исследования*

Основные задачи специалистов качественных  
исследований

*Контекст исследования глазами участников*

*Описание и акцент на контексте*

*Акцент на процессе*

*Гибкость и ограниченная структура*

*Концепты и теории, выведенные на основе  
данных* Критика качественного исследования

*Качественное исследование слишком  
субъективно*

*Сложность воспроизведения*

*Проблемы обобщаемости*

*Недостаточная прозрачность*

Всегда ли это так?

Некоторые различия качественного и количественного  
исследования

Взаимосвязь между исследователем и объектом

*Исследование действия*

*Феминизм и качественное исследование*

*Совместное исследование*

### 14. Этнография и включенное наблюдение

Путеводитель по главе

Организационная этнография  
Как получить доступ к организации  
*Явно или скрыто?*  
*Доступ, как непрерывный процесс*  
*Ключевые*  
*информанты*  
Роли этнографов  
*Активный или пассивный?*  
Формирование выборки  
*Формирование теоретической выборки*  
*Не только*  
*люди*  
Полевые  
заметки  
*Типология полевых*  
*заметок*  
Завершение  
Возможна ли феминистская этнография?

## **15. Интервью в качественном исследовании**

Путеводитель по главе  
Введение  
Различия между структурированным интервью и  
интервью в качественном исследовании  
Неструктурированное и полуструктурированное  
интервью  
*Подготовка плана интервью*  
*Классификация вопросов*  
*Запись на пленку и транскрибирование*  
Формирование выборки  
Феминистское исследование и интервью  
в качественном исследовании  
Качественное интервью, по сравнению с включенным  
наблюдением  
*Преимущества включенного наблюдения, по*  
*сравнению с качественным интервью*  
*Преимущества качественного интервью, по*  
*сравнению с включенным наблюдением*  
*В заключение*

## 16. Фокус - группы

Путеводитель по главе  
Введение  
Применение фокус-групп  
Проведение фокус-групп  
*Запись и транскрибирование*  
*Сколько групп?*  
*Величина групп*  
*Степень участия модератора*  
*Выбор участников*  
*Постановка вопросов* Групповое  
взаимодействие в сессиях фокус-групп Фокус-  
группы как феминистский метод Ограничения  
метода фокус-групп

## 17. Язык в качественном исследовании

Путеводитель по главе  
Введение  
Конверсационный анализ  
*Предпосылки конверсационного анализа*  
*Транскрибирование и внимание к деталям*  
*Некоторые базовые инструменты*  
*конверсационного анализа*  
Обзор  
Дискурс-анализ  
*Идентификация инструментов риторики*  
*Исследование репертуаров интерпретаций*  
*Производство фактов*  
Обзор

## 18. Документы как источник данных

Путеводитель по главе  
Введение  
Личные документы  
*Дневники, письма и автобиографии*  
*Визуальные объекты*  
Публичные документы

Организационные документы  
Издания масс-медиа  
Виртуальные издания  
Мир, как текст  
*Читатели и аудитория — активны или пассивны?* Интерпретация документов  
*Качественный контент-анализ*  
*Семиотика*  
*Герменевтика*

## **19. Качественный анализ данных**

Путеводитель по  
главе  
Введение  
Общие стратегии анализа качественных данных  
*Аналитическая индукция*  
*Обоснованная теория*  
Более детально о кодировании  
*Этапы и рассуждения при кодировании*  
*Преобразование данных во фрагменты*  
*Проблемы при кодировании*  
Вторичный анализ качественных данных  
Нарративный анализ  
Путеводитель по главе  
Введение

## **20. Анализ качественных данных с помощью компьютера: применение NVivo**

i

Похожа ли CAQDAS на Программное Обеспечение для анализа количественных данных?  
*Нет явного лидера индустрии*  
*Отсутствие полного согласия в отношении полезности CAQDAS*  
Изучение NVivo  
*Кодирование*  
*Поиск текста*  
*Мемо (заметки)*  
*Сохранение проекта в NVivo*

## ЧАСТЬ 4

### **21. Снятие противоречия между количественным качественным исследованием**

Введение

Естественнонаучная модель и качественное  
исследовани

Количественное исследование и интерпретативизм

Количественное исследование и конструктивизм

Эпистемологические и онтологические соображения

Проблемы с противопоставлением количественных/  
качественных исследований

*Поведение в сравнении со значением*

*Теории, тестируемые входе исследования, в  
сравнен с теориями, которые появляются на  
основе данных*

*Числа в сравнении со словами*

*Искусственное в сравнении с естественным*

*Двусторонний анализ*

*Качественный анализ количественных данных*

*Количественный анализ качественных данных*

Квантификация в качественном исследовании

*Тематический анализ*

*Квази-квантификация в качественном исследовании*

*Преодоление субъективной интерпретации  
событс путем ограничения квантификации*

Путеводитель по главе

### **22. Комбинирование качественного и количественного исследования**

Введение

Аргумент против исследования с множественными  
стратегиями

*Аргумент встроенных методов*

*Аргумент парадигмы*

Две версии споров о качественном и количественном исследовании

Подходы к проведению исследования с использованием множественных стратегий

*Логика триангуляции*

*Качественное исследование помогает в проведение количественного исследования*

*Количественное исследование помогает в проведении качественного исследования*

*Восполнение пробелов*

*Статические и процессуальные особенности*

*Исследовательские вопросы и точки зрения участники*

*Проблема обобщаемости*

*Качественное исследование может способствовать интерпретации взаимосвязи между переменными*

*Исследование разных аспектов явления*

*Решение головоломки*

Размышления об исследовании с множественными стратегиями

Путеводитель по главе

Введение

## **23. Использование Интернета в качестве объекта и метода сбора данных**

Сайты всемирной паутины как объект анализа

Использование веб-сайтов для сбора данных об отдельных людях

Этнографическое исследование Интернета?

Качественное исследование с использованием фокус-групп

Качественное исследование с использованием индивидуальных онлайн интервью

Социальные онлайн-исследования

*E-mail исследования*

*Web-исследования*

*Формирование выборки*

*В заключение*

## 24. Отчет об исследовании организаций

Путеводитель по главе

Введение

Структура отчета о количественном  
исследовании: пример

*Введение*

*Теория и гипотезы*

*Методы*

*Результаты*

*Обсуждение*

*Уроки*

Составление отчета по результатам  
качественного исследования: пример

*Введение*

*Обзор литературы*

*Методы*

*Презентация основных тем*

*Обсуждение*

*Выводы*

*Выводы*

Постмодернизм и его последствия  
для составления отчетов

Специфика структуры отчета об этнографическом  
исследовании

*Доверительность эмпирии*

*Типичная форма*

*Точка зрения участника исследования*

*Разнообразие возможностей интерпретации*

## 25. Этика в исследовании организаций

Путеводитель по главе

Введение

Этические принципы

*Вред для участников*

*Отсутствие информированного согласия*

*Вмешательство в частную жизнь*

*Обман*

Сложности в принятии этических решений

## 26. Выполнение исследовательского проекта

Путеводитель по главе

Введение

Узнать, какие требования предъявляют к Вашей работе

Начинайте думать об области для исследований  
заранее Идентификация исследовательских вопросов

Помощь научного руководителя

Управление временем и ресурсами

Литературный обзор и поиск бизнес-информации

Подготовка к исследованию

Проведение исследования и анализ результатов

Составление отчета

*Начинайте как можно раньше*

*Будьте убедительны*

*Установите обратную связь*

*Избегайте сексистской, расистской и бранной  
лексики*

*Структура Вашего отчета*

В заключение

*Список литературы*