

Содержание

Предисловие	21
Благодарности	22
Путеводитель по книге	23

Часть I

1. Стратегии социальных исследований	31
Путеводитель по главе	31
Введение	32
<i>Природа социальных исследований</i>	33
Теория и исследование	36
<i>Какую теорию мы выбираем?</i>	36
<i>Дедуктивная и индуктивная теория</i>	41
Эпистемологические вопросы	47
<i>Естественнонаучная эпистемология: позитивизм</i>	47
<i>Интерпретативизм</i>	50
Онтологические вопросы	55
<i>Объективизм</i>	55
<i>Конструктивизм</i>	56
Взаимовлияние эпистемологии и онтологии на исследования менеджмента и организаций	59
<i>Конкурирующие парадигмы</i>	59
<i>Стратегия исследований: количественная и качественная</i>	63

Ценности	67
Практические соображения	70

2. Дизайн исследований 71

Путеводитель по главе	71
Введение	72
Критерии в исследовании менеджмента и организаций	73
Надежность	73
Воспроизводимость	74
Валидность	74
Взаимосвязь со стратегией исследования	76
Исследовательские вопросы	78
Дизайн исследований	81
Эксперимент	81
Кросс-секционный дизайн	97
Лонгитюдный дизайн	103
Кейс-стади дизайн	106
Сравнительный (сопоставительный) дизайн	112
Уровень анализа	117
Стратегия и дизайн исследования	118

Часть II

3. Природа количественного исследования 122

Путеводитель по главе	122
Введение	123
Основные этапы количественного исследования	123
Концепты и методы измерения	127
Что такое концепт?	127
Зачем нужна процедура измерения?	128
Индикаторы	129
Использование метрики с множественными индикаторами	131
Параметры концептов	131
Надежность и валидность	134
Надежность	134

Главные проблемы при проведении исследований	142
Метод измерения концепта	143
Каузальность (причинная связь)	144
Обобщение (генерализация)	146
Воспроизведение (репликация)	150
Критика количественного исследования	151
Критика количественного исследования	152
Это всегда происходит именно так?	156

4. Формирование выборки 156

Путеводитель по главе	157
Введение	160
Ошибка выборки	162
Типы вероятностной выборки	163
Простая случайная выборка	164
Систематическая выборка	166
Многоуровневая кластерная выборка	170
Качества вероятностной выборки	170
Размер выборки	170
Абсолютный и относительный размер выборки	171
Время и стоимость	171
Отсутствие ответа	175
Гетерогенность (неоднородность) популяции	175
Виды анализа	175
Типы невероятностных выборок	175
Удобная выборка	177
Выборка методом «снежного кома»	180
Квотированная выборка	183
Ограничения для обобщения	185
Ошибка в опросных исследованиях	188

5. Структурированное интервью 188

Путеводитель по главе	188
Введение	189

Структурированное интервью	189
<i>Сокращение ошибки (которая может иметь место) из-за вариабельности интервьюера</i>	190
<i>Точность и легкость обработки данных</i>	191
<i>Взаимосвязь структурированного интервью с другими типами интервью</i>	193
Контексты интервью	193
<i>Более одного респондента</i>	193
<i>Более одного интервьюера</i>	194
<i>Лично или по телефону?</i>	194
<i>Компьютеризованное интервью</i>	197
Проведение интервью	198
<i>Разберись в процедуре</i>	198
<i>Начало исследования</i>	199
<i>Взаимопонимание</i>	200
<i>Постановка вопросов</i>	200
<i>Фиксация ответов</i>	202
<i>Четкие инструкции</i>	202
<i>Последовательность вопросов</i>	202
<i>Пробирование</i>	205
<i>Подсказки</i>	206
<i>Завершение интервью</i>	207
<i>Тренинг и супервизия</i>	207
Другие подходы к проведению структурированного интервью	209
<i>Метод критических случаев</i>	210
<i>Проективные методики</i>	211
<i>Подход вербального протокола</i>	212
<i>Техника репертуарных решеток</i>	214
Проблемы при проведении структурированного интервью	217
<i>Характеристики интервьюеров</i>	217
<i>Установка на ответ</i>	219
<i>Проблема значения</i>	220
<i>Феминистическая критика</i>	221

6. Самозаполняемые анкеты 223

Путеводитель по главе	223
Введение	223
Самозаполняемые или почтовые анкеты?	224
Оценка самозаполняемой анкеты по отношению к структурированному интервью	224
<i>Преимущества самозаполняемой анкеты, по сравнению со структурированным интервью</i>	225
<i>Недостатки самозаполняемых анкет, по сравнению со структурированным интервью</i>	226
<i>Меры повышения уровня ответов на почтовые анкеты</i>	228
Дизайн самозаполняемых анкет	231
<i>Не ограничивайте презентацию</i>	231
<i>Ясная презентация</i>	233
<i>Вертикальные или горизонтальные закрытые ответы?</i>	233
<i>Четкие инструкции о том, как отвечать</i>	235
<i>Располагайте вопросы и ответы рядом</i>	236
Дневники как форма самозаполняемой анкеты	236
<i>Преимущества и недостатки дневников как метода сбора данных</i>	239

7. Постановка вопросов 242

Путеводитель по главе	242
Введение	242
Открытые или закрытые вопросы?	243
<i>Открытые вопросы</i>	243
<i>Закрытые вопросы</i>	245
Типология вопросов	249
Правила разработки вопросов	252
<i>Общие практические правила</i>	252
<i>Специфические правила разработки вопросов</i>	253
Виньеточные вопросы	260
Пилотные и пре-тестирующие вопросы	262
Использование уже существующих, известных вопросов	263

8. Структурированное наблюдение 268

Путеводитель по главе	268
Введение	269
Проблемы, связанные с социальным исследованием поведения	269
Итак, почему бы не вести наблюдение за поведением?	269
План наблюдения	273
Стратегии наблюдения за поведением	275
Формирование выборки	277
<i>Критерии отбора людей для формирования выборки</i>	278
<i>Формирование выборки в терминах времени</i>	278
<i>Идеи, связанные с формированием выборки</i>	278
Основы надежности и валидности	279
<i>Надежность</i>	280
<i>Валидность</i>	280
Другие формы структурированного наблюдения	283
<i>«Стимуляция в поле»</i>	283
<i>Организационная симуляция</i>	283
Критика структурированного наблюдения	286
<i>С другой стороны...</i>	289

9. Контент-анализ 290

Путеводитель по главе	290
Введение	290
Что такое исследовательские вопросы?	293
Формирование выборки	295
<i>Критерии выбора средств массовой информации для формирования выборки</i>	295
<i>Выбор временного промежутка для контент-анализа</i>	296
Что нужно учитывать?	297
<i>Значимые акторы</i>	299
<i>Слова</i>	299
<i>Предметы и темы анализа</i>	300
<i>Диспозиция</i>	301
Кодирование	302
<i>Схема кодирования</i>	302
<i>Руководство по кодированию</i>	303

Потенциальные проблемы кодирования 309

Преимущества контент-анализа 310

Недостатки контент-анализа 310

10. Вторичный анализ и официальная статистика 313

Путеводитель по главе	313
Введение	315
Данные, собранные другими исследователями	315
<i>Преимущества вторичного анализа</i>	326
<i>Ограничения вторичного анализа</i>	330
<i>Доступ к Архиву данных Британии</i>	334
Официальная статистика	337
<i>Надежность и валидность</i>	338
<i>Осуждение и возрождение официальной статистики</i>	338
<i>Официальная статистика как форма ненавязчивого метода</i>	339

11. Количественный анализ данных 342

Путеводитель по главе	343
Введение	343
Малый исследовательский проект	344
<i>Данные, которых нет в наличии</i>	345
Типология переменных	352
Одномерный анализ	352
<i>Таблицы распределения частот</i>	353
<i>Диаграммы</i>	354
<i>Меры центральной тенденции</i>	355
<i>Меры изменчивости (дисперсии)</i>	356
Двумерный анализ	357
<i>Взаимосвязь не является причинной</i>	357
<i>Таблицы сопряженности</i>	357
<i>R Пирсона</i>	360
<i>ϕ и V Крамера</i>	360
<i>Сравнение средних значений и коэффициента эта</i>	360
Многомерный анализ	360

Может ли взаимосвязь быть ложной?	362
Может ли быть вмешивающаяся переменная?	363
Может ли третья переменная ослабить взаимосвязь?	364
Статистическая значимость	364
Критерий хи-квадрат (χ^2)	367
Корреляция и статистическая значимость	368
Сравнение средних значений и статистическая значимость	369

12. Применение SPSS для Windows 370

Путеводитель по главе	370
Введение	371
Знакомство с работой SPSS	371
Запуск SPSS	371
Ввод данных в Просмотрщик данных (Data Viewer)	373
Определение переменных: названия переменных, отсутствующие значения, ярлыки переменной и ярлыки значения	374
Перекодировка переменных	376
Вычисление новой переменной	378
Анализ данных с помощью SPSS	380
Генерирование таблицы распределения частот	380
Генерирование столбиковой диаграммы	381
Генерирование круговой диаграммы	381
Генерирование гистограммы	382
Генерирование арифметического среднего, медианы, стандартного отклонения и диапазона	384
Генерирование таблицы сопряженности, хи-квадрат и V Крамера	384
Генерирование r Пирсона и ρ Спирмена	386
Генерирование диаграммы рассеяния	387
Сравнение средних и эта	388
Генерирование таблицы сопряженности с тремя переменными	388
Дальнейшие операции в SPSS	391
Сохранение данных	391
Повторное открытие файла данных	391
Распечатка результатов	391

Часть III

13. Характеристика качественного исследования 394

Путеводитель по главе	394
Введение	395
Основные этапы качественного исследования	398
Теория и исследование	402
Концепты в качественном исследовании	403
Надежность и валидность в качественном исследовании	404
Адаптация критериев надежности и валидности для качественного исследования	406
Альтернативные критерии для оценки качественного исследования	407
Основные задачи специалистов качественных исследований	414
Контекст исследования глазами участников	414
Описание и акцент на контексте	417
Акцент на процессе	418
Гибкость и ограниченная структура	421
Концепты и теории, выведенные на основе данных	423
Критика качественного исследования	423
Качественное исследование слишком субъективно	424
Сложность воспроизведения	425
Проблемы обобщаемости	425
Недостаточная прозрачность	426
Всегда ли это так?	426
Некоторые различия качественного и количественного исследования	428
Взаимосвязь между исследователем и объектом	430
Исследование действия	430
Феминизм и качественное исследование	437
Совместное исследование	440

14. Этнография и включенное наблюдение 443

Путеводитель по главе	443
Введение	443

Организационная этнография	444
Как получить доступ к организации	447
<i>Явно или скрыто?</i>	450
<i>Доступ, как непрерывный процесс</i>	453
<i>Ключевые информанты</i>	456
Роли этнографов	457
<i>Активный или пассивный?</i>	460
Формирование выборки	463
<i>Формирование теоретической выборки</i>	465
<i>Не только люди</i>	467
Полевые заметки	468
<i>Типология полевых заметок</i>	470
Завершение	471
Возможна ли феминистская этнография?	474

15. Интервью в качественном исследовании 478

Путеводитель по главе	478
Введение	479
Различия между структурированным интервью и интервью в качественном исследовании	479
Неструктурированное и полуструктурированное интервью	480
<i>Подготовка плана интервью</i>	488
<i>Классификация вопросов</i>	491
<i>Запись на пленку и транскрибирование</i>	495
Формирование выборки	500
Феминистское исследование и интервью в качественном исследовании	504
Качественное интервью, по сравнению с включенным наблюдением	507
<i>Преимущества включенного наблюдения, по сравнению с качественным интервью</i>	507
<i>Преимущества качественного интервью, по сравнению с включенным наблюдением</i>	509
<i>В заключение</i>	512

16. Фокус-группы

Путеводитель по главе	513
Введение	513
Применение фокус-групп	515
Проведение фокус-групп	517
<i>Запись и транскрибирование</i>	519
<i>Сколько групп?</i>	521
<i>Величина групп</i>	524
<i>Степень участия модератора</i>	525
<i>Выбор участников</i>	527
<i>Постановка вопросов</i>	528
Групповое взаимодействие в сессиях фокус-групп	529
Фокус-группы как феминистский метод	530
Ограничения метода фокус-групп	530

17. Язык в качественном исследовании 533

Путеводитель по главе	533
Введение	533
Конверсационный анализ	534
<i>Предпосылки конверсационного анализа</i>	537
<i>Транскрибирование и внимание к деталям</i>	538
<i>Некоторые базовые инструменты конверсационного анализа</i>	538
<i>Обзор</i>	541
Дискурс-анализ	541
<i>Идентификация инструментов риторики</i>	541
<i>Исследование репертуаров интерпретаций</i>	551
<i>Производство фактов</i>	551
<i>Обзор</i>	551

18. Документы как источник данных 551

Путеводитель по главе	551
Введение	551
Личные документы	556
<i>Дневники, письма и автобиографии</i>	556
<i>Визуальные объекты</i>	556
Публичные документы	556

Виртуальные издания	570
Мир, как текст	574
Читатели и аудитория — активны или пассивны?	574
Интерпретация документов	575
Качественный контент-анализ	575
Семиотика	576
Герменевтика	576

19. Качественный анализ данных

Путеводитель по главе	584
Введение	584
Общие стратегии анализа качественных данных	585
Аналитическая индукция	585
Обоснованная теория	586
Более детально о кодировании	587
Этапы и рассуждения при кодировании	600
Преобразование данных во фрагменты	600
Проблемы при кодировании	602
Вторичный анализ качественных данных	605
Нарративный анализ	606
Путеводитель по главе	607
Введение	611

20. Анализ качественных данных с помощью компьютера: применение NVivo

Похожа ли CAQDAS на Программное Обеспечение для анализа количественных данных?	611
Нет явного лидера индустрии	612
Отсутствие полного согласия в отношении полезности CAQDAS	612
Изучение NVivo	613
Кодирование	615
Поиск текста	617
Мемо (заметки)	625
Сохранение проекта в NVivo	627
	630

Открытие существующего проекта в NVivo	630
Выводы	630
Путеводитель по главе	633

Часть IV

21. Снятие противоречия между количественным/качественным исследованием

Введение	634
Естественнонаучная модель и качественное исследование	635
Количественное исследование и интерпретативизм	639
Количественное исследование и конструктивизм	640
Эпистемологические и онтологические соображения	640
Проблемы с противопоставлением количественных/качественных исследований	641
Поведение в сравнении со значением	642
Теории, тестируемые в ходе исследования, в сравнении с теориями, которые появляются на основе данных	642
Числа в сравнении со словами	643
Искусственное в сравнении с естественным	644
Двусторонний анализ	645
Качественный анализ количественных данных	646
Количественный анализ качественных данных	646
Квантификация в качественном исследовании	648
Тематический анализ	648
Квази-квантификация в качественном исследовании	648
Преодоление субъективной интерпретации событий путем ограничения квантификации	649
Путеводитель по главе	651

22. Комбинирование качественного и количественного исследования

Введение	652
Аргумент против исследования с множественными стратегиями	652
Аргумент встроженных методов	653
Аргумент парадигмы	653

Две версии споров о качественном и количественном исследовании	654
--	-----

Подходы к проведению исследования с использованием множественных стратегий	655
--	-----

<i>Логика триангуляции</i>	655
----------------------------	-----

<i>Качественное исследование помогает в проведении количественного исследования</i>	658
---	-----

<i>Количественное исследование помогает в проведении качественного исследования</i>	659
---	-----

<i>Восполнение пробелов</i>	660
-----------------------------	-----

<i>Статические и процессуальные особенности</i>	661
---	-----

<i>Исследовательские вопросы и точки зрения участников</i>	662
--	-----

<i>Проблема обобщаемости</i>	663
------------------------------	-----

<i>Качественное исследование может способствовать интерпретации взаимосвязи между переменными</i>	663
---	-----

<i>Исследование разных аспектов явления</i>	667
---	-----

<i>Решение головоломки</i>	669
----------------------------	-----

Размышления об исследовании с множественными стратегиями	669
--	-----

Путеводитель по главе	673
-----------------------	-----

Введение	673
----------	-----

23. Использование Интернета в качестве объекта и метода сбора данных 673

Сайты всемирной паутины как объект анализа	674
--	-----

Использование веб-сайтов для сбора данных об отдельных людях	677
--	-----

Этнографическое исследование Интернета?	678
---	-----

Качественное исследование с использованием фокус-групп	683
--	-----

Качественное исследование с использованием индивидуальных онлайн интервью	685
---	-----

Социальные онлайн-исследования	689
--------------------------------	-----

<i>E-mail исследования</i>	690
----------------------------	-----

<i>Web-исследования</i>	691
-------------------------	-----

<i>Формирование выборки</i>	692
-----------------------------	-----

<i>В заключение</i>	696
---------------------	-----

24. Отчет об исследовании организаций 700

Путеводитель по главе	700
-----------------------	-----

Введение	700
----------	-----

Структура отчета о количественном исследовании: пример	702
--	-----

<i>Введение</i>	703
-----------------	-----

<i>Теория и гипотезы</i>	704
--------------------------	-----

<i>Методы</i>	705
---------------	-----

<i>Результаты</i>	706
-------------------	-----

<i>Обсуждение</i>	706
-------------------	-----

<i>Уроки</i>	707
--------------	-----

Составление отчета по результатам качественного исследования: пример	710
--	-----

<i>Введение</i>	710
-----------------	-----

<i>Обзор литературы</i>	711
-------------------------	-----

<i>Методы</i>	712
---------------	-----

<i>Презентация основных тем</i>	712
---------------------------------	-----

<i>Обсуждение</i>	713
-------------------	-----

<i>Выводы</i>	713
---------------	-----

<i>Выводы</i>	713
---------------	-----

Постмодернизм и его последствия для составления отчетов	714
---	-----

Специфика структуры отчета об этнографическом исследовании	717
--	-----

<i>Доверительность эмпирии</i>	719
--------------------------------	-----

<i>Типичная форма</i>	720
-----------------------	-----

<i>Точка зрения участника исследования</i>	722
--	-----

<i>Разнообразие возможностей интерпретации</i>	722
--	-----

25. Этика в исследовании организаций 724

Путеводитель по главе	724
-----------------------	-----

Введение	724
----------	-----

Этические принципы	729
--------------------	-----

<i>Вред для участников</i>	729
----------------------------	-----

<i>Отсутствие информированного согласия</i>	734
---	-----

<i>Вмешательство в частную жизнь</i>	737
--------------------------------------	-----

<i>Обман</i>	740
--------------	-----

Сложности в принятии этических решений	742
--	-----

26. Выполнение исследовательского проекта 743

Путеводитель по главе	743
Введение	743
Узнать, какие требования предъявляют к Вашей работе	744
Начинайте думать об области для исследований заранее	744
Идентификация исследовательских вопросов	744
Помощь научного руководителя	746
Управление временем и ресурсами	747
Литературный обзор и поиск бизнес-информации	748
Подготовка к исследованию	752
Проведение исследования и анализ результатов	753
Составление отчета	753
Начинайте как можно раньше	754
Будьте убедительны	754
Установите обратную связь	754
Избегайте сексистской, расистской и бранной лексики	755
Структура Вашего отчета	755
В заключение	761
Список литературы	762

Предисловие

Книга Алана Браймена и Эммы Белл «Методы социальных исследований: группы, организации и бизнес», безусловно, представляет собой фундаментальный труд, заслуживающий особого внимания. В ней впервые в социальных науках скрупулезно отобраны (преимущественно в антропологии, психологии, социологии, лингвистике) современные теории и методы социальных исследований. В качестве основного объекта выступает бизнес-организация, независимо от сферы деятельности. Описывать детали и рецензировать содержание в предисловии, я думаю, смысла не имеет — я достаточно времени потратил на то, чтобы прояснить его для нашего Читателя, пусть теперь он сам оценит эту работу.

В книге есть редкое сочетание последовательности практического руководства, с примерами применения, и серьезной теоретической дискуссии, что позволяет работать с ней не только ученым или тем, кто стремится ими стать, но и практикам, которые стараются прояснить организационный дискурс конкретной организации. Книга будет незаменима для студентов, магистров и аспирантов, которые выполняют квалификационное исследование и описывают свои результаты, так как она содержит этические принципы проведения исследования и детальные рекомендации о том, как следует обработать и описать результаты.

Для нашего читателя часть подходов не нашли широкого распространения, а часть методов могут выглядеть не только новыми, но и достаточно экзотическими, например, исследования организационной культуры методом анализа фотографий. Тем не менее, собранные в одном месте, они представляют дополнительную ценность для тех, кто хотел бы в этом разобраться и использовать эти подходы и методы для изучения социальной реальности.

Книга столь объемна и разнообразна по тематике, что нам пришлось создать отдельную группу моих коллег для редакторской работы, в соответствии с их научной специализацией. Я хотел бы выразить особую благодарность всем, кто своей работой способствовал и помогал, чтобы эта книга увидела свет. Особую благодарность я хотел бы выразить:

Винокурову Леониду Вячеславовичу; Дубичинскому Владимиру Владимировичу; Киселевой Анне Аркадьевне; Морозову Андрею Владимировичу; Наследову Андрею Дмитриевичу; Родионовой Елене Анатольевне; Свинченко Оксане Викторовне.

Я очень рад, что наша долгая и сложная работа на этой книге подошла к концу и можем предложить Читателю самому определить полезность наших усилий.

*Автор предисловия
Власов Петр Константинович,
кандидат психологических наук,
Институт Прикладной Психологии, г. Харьков
1 декабря 2011 г.*